

# GUIDE DU CONSUMERISME

TOUT SAVOIR SUR LES ASSOCIATIONS  
DE CONSOMMATEURS, LES ADMINISTRATIONS,  
LES INSTITUTIONS, EN FRANCE, EN EUROPE

## TOUT SAVOIR SUR LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS, LES ADMINISTRATIONS, LES INSTITUTIONS, EN FRANCE, EN EUROPE ET AU NIVEAU INTERNATIONAL

De nombreux acteurs interviennent dans la protection et l'information du consommateur. C'est pourquoi ce guide est conçu comme un outil pratique, qui permet de trouver facilement les coordonnées et les missions de chacune de ces structures.

Il présente, en premier lieu, les associations de consommateurs agréées et les structures locales, puis les structures gouvernementales et les services administratifs, ainsi qu'une multitude d'interlocuteurs qui agissent dans des domaines spécifiques. Une place toute particulière est consacrée aux principales instances de concertation entre le monde de la consommation, les professionnels et les pouvoirs publics.

Enfin, le guide aborde le consumérisme dans sa dimension européenne et internationale, parce qu'il est aujourd'hui impossible de limiter la défense et la protection des consommateurs à nos propres frontières. Cet outil pratique apporte des réponses à ceux qui veulent satisfaire les exigences des consommateurs, qui souhaitent connaître les instances mises à leur service, mais aussi répondre à la curiosité de chacun sur les organisations qui constituent une force économique, sociale et culturelle au service des consommateurs.

### SOMMAIRE

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Edition 2019 .....                                                                                                                              | 2  |
| Tout savoir sur les associations de consommateurs, les administrations, les institutions, en France, en Europe et au niveau international ..... | 2  |
| Plus d'un siècle d'engagement au service des consommateurs .....                                                                                | 3  |
| Les associations de consommateurs NATIONALES AGREEES .....                                                                                      | 8  |
| Les associations à vocation particulière .....                                                                                                  | 12 |
| Les structures locales .....                                                                                                                    | 13 |
| L'Institut national de la consommation .....                                                                                                    | 17 |
| Les instances consultatives .....                                                                                                               | 20 |
| Les structures gouvernementales et les services administratifs .....                                                                            | 24 |
| Les ministres et secrétaires d'État chargés de la consommation .....                                                                            | 25 |
| Les autres organismes de protection et d'information .....                                                                                      | 27 |
| Europe et international .....                                                                                                                   | 40 |
| Les lois qui ont fait le droit de la consommation .....                                                                                         | 49 |

## PLUS D'UN SIECLE D'ENGAGEMENT AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

Des "ligues d'acheteuses" de la Belle Époque aux nouveaux enjeux de la consommation responsable et à l'ère d'Internet, le mouvement consumériste s'est implanté profondément dans le paysage politique et social français. Récit d'une aventure.

### Les premières structures

C'est à la fin du XIXe siècle et au début du XXe siècle qu'apparaissent dans les grandes villes des "ligues d'acheteuses, de consommateurs et d'usagers". Le journal *Le Consommateur*, publié par l'une d'elles, affiche à la une sa devise (ironique) : "Je dépense, donc je suis."

En 1927, la Confédération générale de la consommation est créée. Elle exprime le rêve d'un consumérisme de masse et unifié. Sa première réunion se tiendra en 1929, mais... elle sera la dernière.

Il faut attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour que le mouvement des consommateurs reprenne de la vigueur. Il bénéficie de la conjonction de deux phénomènes : le développement des associations familiales, qui se penchent notamment, sur les problèmes de consommation, et la reconnaissance sur le plan économique – reconstruction oblige – du rôle du consommateur par les pouvoirs publics. Le ministère de l'Economie nationale institue en effet un Bureau de la consommation, qui assure le secrétariat du Comité national de la productivité.

C'est au sein de ce comité que naît en 1951, avec le soutien des syndicats et des pouvoirs publics, l'Union fédérale de la consommation – devenue depuis l'Union fédérale des consommateurs (UFC). Le Comité national de la productivité publiera également en 1960 un rapport connu sous le nom de "rapport Armand-Rueff", valorisant les consommateurs et leurs organisations et allant jusqu'à encourager l'État à leur accorder un "soutien matériel et moral" – ce qu'il fera grâce à des subventions.

Cette même année 1960, le Comité national de la consommation (CNC) est créé afin d'assurer une "confrontation permanente des représentants des pouvoirs publics et des représentants des intérêts collectifs des consommateurs". En 1961 paraît le premier numéro du magazine de l'UFC, *Que choisir*.

En 1966, une nouvelle étape est franchie avec la naissance de l'Institut national de la consommation (INC), "centre technique de recherche, d'information et d'étude" mis à la disposition du CNC, des groupements de consommateurs et des pouvoirs publics.

Dans la seconde moitié des années soixante, le mouvement français s'installe dans les régions avec la création des premières unions régionales d'organisations de consommateurs (Uroc), devenues par la suite les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC).

Les années soixante-dix marquent l'âge d'or du mouvement consumériste, qui se bat pour faire admettre son indépendance face aux pouvoirs publics. Un second magazine consumériste apparaît : *50 Millions de consommateurs*, créé par l'INC en décembre 1970.

Les enquêtes de "50" et celles de *Que choisir*, ainsi que l'action sur le terrain des associations, conduisent à de nombreuses campagnes contre des produits (casques moto, colorants, veau aux hormones...) ou sur des problèmes peu connus (pollution des plages...). À l'image des États-Unis, où l'avocat Ralph Nader fait voter des réformes au Congrès en s'appuyant sur les médias et l'opinion publique, le mouvement consumériste français se transforme en groupe de pression.

En 1976, les pouvoirs publics lui offrent une interlocutrice privilégiée avec la nomination d'une secrétaire d'État à la Consommation, Christiane Scrivener. Cette institutionnalisation avait été stimulée quelques années avant au niveau communautaire : le sommet de PARIS, réunissant en 1972 les chefs d'État et de gouvernement européens, mettait l'accent sur la "qualité de la vie".

### Indépendance et campagnes d'opinion : l'âge d'or du mouvement consumériste

C'est également à partir des années soixante-dix que les grands textes législatifs – sur le démarchage à domicile, la publicité, le crédit, l'information, la sécurité... – ont été édictés, la protection du consommateur ayant toujours une place dans les gouvernements en France.

Les années quatre-vingt sont celles de la reconnaissance de la consommation comme fonction économique et, surtout, de la reconnaissance des associations de consommateurs : elles étaient jusque-là une douzaine à être agréées par les pouvoirs publics, leur nombre passe à vingt pendant cette période. De même, en 1981, un véritable département ministériel est attribué à la consommation (toujours sous l'égide du ministère de l'économie). Les consommateurs sont ainsi considérés comme des partenaires économiques. Jacques Delors, ministre de l'Economie, déclare : « La politique de la consommation est inséparable d'une politique économique et sociale d'ensemble ; elle est un volet essentiel de la politique de défense du pouvoir d'achat ».

En 1983, l'INC est régi par un nouveau décret qui ne prévoit plus de représentation des professionnels au sein de son conseil d'administration. L'influence des associations est ainsi renforcée. Quant au Comité national de la consommation, il devient cette même année le Conseil national de la consommation (CNC).

En 1986, avec l'ordonnance du 1er décembre relative à la liberté des prix et de la concurrence, le consommateur est reconnu comme étant un acteur de la concurrence.

En 1987, le mouvement des consommateurs conforte sa présence locale avec la création des comités départementaux de la consommation (CDC). Présidés par les préfets et composés paritairement de représentants des secteurs économiques et des associations de consommateurs, ils doivent permettre d'accroître le dialogue et la concertation sur les questions de consommation, de concurrence et de formation des prix.

En 1990, l'INC – qui était alors un établissement public administratif – devient un établissement public à caractère industriel et commercial. Cinq ans plus tard, son magazine prend le nom de 60 Millions de consommateurs.

De nouvelles interrogations se posent au mouvement consumériste. Les grands textes ont été votés, leur regroupement dans un code de la consommation les a rendus plus accessibles même s'il reste encore beaucoup à faire pour leur application. Les consommateurs sont mieux informés, notamment sur la qualité des produits et des services. Les associations soutiennent désormais le développement d'une information de qualité en s'impliquant dans la certification. Mais pour être plus efficaces, elles cherchent à se rassembler. En 1994, dix-sept des dix-huit organisations de consommateurs agréées créent Conso 2000 et mènent ensemble plusieurs enquêtes, notamment sur les tarifs téléphoniques et le prix de l'eau. L'expérience finit par s'étioler après deux ans de fonctionnement.

Des associations mieux coordonnées pour agir au niveau européen

En septembre 1999, une nouvelle organisation est créée : ConsoFrance. Elle rassemble aujourd'hui sept associations (Adéc, ALLDC, CGL, Cnafal, CNL, Fnaut et Indécosa-CGT). Son objet ? « La défense des intérêts des citoyens consommateurs, y compris sur le plan environnemental et social » et la coordination des actions. En 2000, huit autres associations (CLCV, CNAFC, CSF, Familles de France, Familles Rurales, Orgéco, UFCV - qui a rejoint Familles Rurales en janvier 2009 - et Unaf) se regroupent elles aussi en créant une association appelée la Coordination, dissoute depuis.

Pendant cette décennie, le droit européen prend de plus en plus de place dans le consumérisme. En 1992, le traité de Maastricht consacre son titre XI à la protection des consommateurs. La consommation est désormais une politique à part entière de l'Union européenne. Surtout, le droit français de la consommation est profondément lié aux textes européens, directives et règlements visant à harmoniser les droits nationaux. Dans ce cadre, la Commission européenne lance de nombreuses consultations auprès des consommateurs et de leurs associations, et le mouvement consommateur cherche à acquérir la capacité d'agir efficacement à cette échelle.

La présence des consommateurs dans les réunions de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) prouve la reconnaissance du rôle économique de ces derniers. La dimension mondiale des échanges est accentuée avec le développement des nouvelles technologies de l'information, dans lesquelles le mouvement consommateur a un rôle important à jouer.

De la mondialisation du commerce au "consommateur responsable"

La fin des années 1990 est marquée par la crise de la "vache folle", qui fait naître de nombreuses interrogations : le consommateur commence à remettre en question son mode de consommation.

Les associations s'impliquent alors de plus en plus sur des sujets comme l'alimentation, la qualité des produits ou de l'environnement. La santé devient également un sujet important pour elles : le consommateur est aussi un patient et un utilisateur du système de santé. Certaines associations agréées participent ainsi à la création en 1996 du Collectif inter associatif sur la santé (Ciss), devenu association « loi 1901 » en 2004.

Une notion voit le jour, celle du consommateur citoyen ou "consom'acteur", dont la principale problématique est : comment consommer responsable ? Agriculture biologique, commerce équitable, gaspillage alimentaire, réduction des déchets... ces questions ont toute leur place dans ce débat.

A côté des associations de consommateurs nationales agréées, de nouveaux mouvements comme l'Association pour la taxation des transactions financières et pour l'action citoyenne (Attac) et France Nature Environnement (FNE) s'investissent sur des sujets de consommation. Dans la mouvance altermondialiste, ces réseaux remettent en cause le système libéral et la consommation de masse.

L'avènement de l'économie numérique transforme également les modes de consommation et le comportement d'achat des consommateurs. Les transactions commerciales se dématérialisent. Il suffit d'un clic de souris pour acheter des produits vendus au bout du monde. Les frontières s'effacent : le développement du marché unique européen facilite la circulation des biens au sein de l'Union européenne. Place au consommateur européen !

A l'ère d'Internet, chacun s'informe seul et bénéficie de plus de facilité et de réactivité pour se défendre. Face à un litige spécifique, les victimes s'organisent plus efficacement via des forums de discussion et peuvent créer des collectifs pour défendre leurs droits. Ces communautés, de mieux en mieux organisées, constituent des groupes de pression face aux professionnels.

La relance des discussions autour des actions de groupe ("class actions") depuis 2005 révèle l'importance nouvelle accordée aux actions de masse, en permettant aux consommateurs de se regrouper pour avoir plus de poids auprès des professionnels.

L'action de groupe consiste à fédérer devant un seul tribunal toutes les victimes de dommages pas assez importants pour que chacune intente une action en justice longue et coûteuse. Elle permet aux consommateurs d'obtenir réparation de leur préjudice individuel et participe au rétablissement du jeu normal de la concurrence en sanctionnant le professionnel responsable.

En parallèle, tout est mis en œuvre pour renforcer la concertation entre les consommateurs et les professionnels et développer un règlement des litiges à l'amiable. Cette tendance à la "déjudiciarisation" se traduit par un développement des systèmes de régulation et de médiation.

### **Le pouvoir du consommateur se renforce**

Désormais le consommateur est pleinement reconnu comme un acteur du marché à part entière. Ayant appris la vigilance et connaissant l'essentiel des techniques de ventes des producteurs et distributeurs, il a acquis une efficacité dans ses choix. Capable de mettre en œuvre de véritables stratégies répondant à ses différents impératifs, il pourrait se croire à l'abri des « pièges » du marketing. Toutefois, la montée en puissance des achats en ligne et d'internet a changé la donne, donnant à la fois au consommateur plus d'outils pour affiner leurs pratiques, mais permettant également à certains « vendeurs » en ligne, de brouiller les savoirs et les stratégies des acheteurs.

Dans le cadre des Assises de la Consommation « Comment renforcer les pouvoirs du consommateur ? » organisées en 2009 par le secrétaire d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services et de la Consommation, Hervé Novell, l'Etat a procédé à une réorganisation des structures associatives et institutionnelles. Les associations de consommateurs les plus

représentatives peuvent désormais prétendre à une seconde reconnaissance, appelée "reconnaissance spécifique".

Celle-ci leur accorde des droits plus importants que l'agrément "classique", notamment en matière de représentation au sein du Conseil national de la consommation. Au 10 mars 2019, cinq associations en sont titulaires (Afoc, CLCV, La CSF, Familles Rurales, Indecosa-CGT).

Le nouveau « consom'acteur », plus averti, mieux informé, est placé au centre des dispositifs. "Faciliter le choix des consommateurs, favoriser leur mobilité effective et accentuer les sanctions susceptibles de pénaliser les entreprises déviantes" : les leviers visant à améliorer leur protection, présentés dans le rapport de 2012 du Conseil d'analyse économique (CAE) l'illustrent.

Après de nombreuses discussions à l'Assemblée nationale et au Sénat, le projet de loi relatif à la consommation, dit "loi Hamon", a été adopté le 13 février 2014 et publié le 18 mars 2014. Le texte entend rééquilibrer les pouvoirs entre les consommateurs et les professionnels. Il institue l'action de groupe. Autres avancées parmi les nombreuses mesures inscrites dans la loi : l'assouplissement des conditions de résiliation des contrats d'assurance, l'allongement du délai de rétractation lors d'un achat à distance ou hors établissement et le renforcement des sanctions appliquées aux entreprises pour fraudes économiques.

Depuis que les négociations officielles ont été lancées en juin 2013, le Traité transatlantique de commerce et d'investissement est un sujet largement commenté. Des associations de protection de consommateurs françaises et européennes sont parties prenantes dans ce débat. Elles portent de fortes revendications sur la sécurité des produits, les organismes génétiquement modifiés (OGM) et la sécurité alimentaire.

Un modèle de consommation « collaborative » ou « participative » semble émerger. Dans un contexte de crise économique sévère, les Français s'intéressent de plus en plus à de nouvelles façons de maximiser leurs achats, par des pratiques de covoiturage, colocation, achats d'occasion ou groupés, financement participatif de projets (crowdfunding)... Même si certains veulent y voir un changement de paradigme, une mutation très profonde de la société d'« hyperconsommation », on peut s'interroger sur les conséquences de cette évolution : ne s'agirait-il pas plutôt d'une évolution du modèle marchand, mettant au centre des sociétés « 2.0 » de mise en relation entre « clients », sachant utiliser au mieux toutes les avancées des plates-formes du web, et permettant de consommer autant, voire plus, avec un budget resserré ?

Toutefois, ce modèle de « surconsommation » permanente semble aujourd'hui trouver ses limites, du fait d'une responsabilisation des consommateurs : le succès d'outils facilitant des choix lors des achats, telles des applications sur smartphones ou ordinateurs permettant de repérer les produits correspondant à ses propres « valeurs », censés être moins nocifs ou meilleurs pour l'environnement, tout comme le développement de circuits de vente alternatifs, mettant le local et la petite production au cœur des démarches par exemple, ou encore la demande croissante de produits plus durables, aisément réparables montrent que les consommateurs aujourd'hui commencent sérieusement à peser directement, par leurs actes individuels, sur les fondamentaux de l'offre, et contribuent à faire évoluer celle-ci.

### **Du rapport Brault au rapport du Conseil d'analyse économique**

BRAULT, Dominique. Pour un second souffle du mouvement consommateur (extraits). In INC hebdo, 14 avril 1989, n°634, p3-11.

> [http://www.conso.net/sites/default/files/galerie/files/rapport\\_brault\\_1989.pdf](http://www.conso.net/sites/default/files/galerie/files/rapport_brault_1989.pdf)

CHATEL, Luc. De la conso méfiance à la conso confiance - Rapport de la mission parlementaire sur "l'information, la représentation et la protection du consommateur". Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, juillet 2003. 168p.

> <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/034000479-de-la-conso-mefiance-a-la-conso-confiance-rapport-de-la-mission-parlementaire-sur>

LAURENT, Dominique. Mission relative au mouvement consumériste en France. Secrétariat d'Etat à l'industrie et à la consommation, mai 2009. 38p.

> <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/094000204/index.shtml>

GABAIX, Xavier. LANDIER, Augustin. THESMAR, David. MONGIN, Philippe. TIROLE, Jean. CONSEIL D'ANALYSE ECONOMIQUE. La protection du consommateur : rationalité limitée et régulation. La Documentation française, septembre 2012. 92p.

> <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/124000494/index.shtml>

## LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS NATIONALES AGREEES



### **15 associations de consommateurs nationales agréées sont votre service pour vous représenter et vous défendre**

Outre leurs activités au plan national (études, recherches, représentation dans de multiples instances officielles ou privées, information et formation des consommateurs), les mouvements sont présents au niveau local à travers de très nombreuses associations.

Elles sont issues de trois grands mouvements différents :

- 1 - mouvement familial : le Cnafal, la CNAFC, La CSF, Familles de France, Familles Rurales, regroupés au sein de l'Unaf ;
- 2 - mouvement syndical : l'Adeic, l'AFOC, l'Indecosa-CGT, l'ALLDC ;
- 3 - mouvement consumériste et spécialisé : l'UFC-Que Choisir et la CLCV pour les problèmes de consommation. La CGL et la CNL pour le logement. La Fnaut pour les transports.

La plupart des structures locales tiennent des permanences pour vous aider à résoudre vos problèmes de consommation. Pour le traitement de dossiers litigieux, il vous sera demandé une contribution à la vie de l'association sous forme d'adhésion.

> Pour connaître l'adresse des associations de consommateurs les plus proches de son domicile, consulter leur fiche descriptive et le site Internet de l'Institut national de la consommation.



Trouver l'association de consommateurs la plus proche de chez vous

Accédez en un clic à toutes les adresses des organisations de consommateurs de votre région. Celles-ci vous renseigneront et répondront à vos questions



**ASSOCIATION DE DEFENSE, D'EDUCATION ET D'INFORMATIO  
DU CONSOMMATEUR (ADEIC)**

27, rue des Tanneries - 75013 PARIS

Tél : 01 44 53 73 93

E-mail : [contact@adeic.fr](mailto:contact@adeic.fr) - Internet : <http://www.adeic.fr>



**ASSOCIATION FORCE OUVRIERE CONSOMMATEURS (AFOC)**

141, avenue du Maine - 75014 PARIS

Tél : 01 40 52 85 85

E-mail : [afoc@afoc.net](mailto:afoc@afoc.net) - Internet : <http://www.afoc.net>



**ASSOCIATION LEO LAGRANGE POUR LA DEFENSE DE  
CONSOMMATEURS (ALLDC)**

150, rue des Poissonniers - 75883 PARIS Cedex 18

Tél : 01 53 09 00 29

E-mail : [consom@leolagrange.org](mailto:consom@leolagrange.org)

Internet : <http://www.leolagrange-conso.org>



**CONFEDERATION GENERALE DU LOGEMENT (CGL)**

29, rue des Cascades - 75020 PARIS

Tél : 01 40 54 60 80

E-mail : [info@lacgl.fr](mailto:info@lacgl.fr) - Internet : <http://www.lacgl.fr>



**CONSOMMATION, LOGEMENT ET CADRE DE VIE (CLCV)**

59, boulevard Exelmans - 75016 PARIS

Tél : 01 56 54 32 10

E-mail : [clcv@clcv.org](mailto:clcv@clcv.org) - Internet : <http://www.clcv.org>



**CONSEIL NATIONAL DES ASSOCIATIONS FAMILIALES LAIQUE  
(CNAFAL)**

19 rue Robert Schumann - 94270 Le Kremlin Bicêtre

Tél : 09 71 16 59 05

E-mail : [cnafal@cnafal.net](mailto:cnafal@cnafal.net) - Internet : <http://www.cnafal.org/>



**CONFEDERATION NATIONALE DES ASSOCIATIONS FAMILIALE  
CATHOLIQUES (CNAFC)**

28, place Saint-Georges - 75009 PARIS

Tél : 01 48 78 81 61

E-mail : [cnafc-conso@afc-france.org](mailto:cnafc-conso@afc-france.org) - Internet : <http://www.afc-france.org>



**CONFEDERATION NATIONALE DU LOGEMENT (CNL)**

8, rue Mériel - BP 119 - 93104 Montreuil Cedex

Tél : 01 48 57 04 64

E-mail : [cnl@lacnl.com](mailto:cnl@lacnl.com) - Internet : <http://www.lacnl.com>



### **CONFEDERATION SYNDICALE DES FAMILLES (CSF)**

53, rue Riquet - 75019 PARIS

Tél : 01 44 89 86 80

E-mail : [contact@la-csf.org](mailto:contact@la-csf.org) - Internet : <http://www.la-csf.org>



### **FAMILLES DE FRANCE**

28, place Saint-Georges - 75009 PARIS

Tél : 01 44 53 45 90

E-mail : [conso@familles-de-france.org](mailto:conso@familles-de-france.org)

Internet : <http://www.familles-de-france.org>



### **FAMILLES RURALES**

7, cité d'Antin - 75009 PARIS

Tél : 01 44 91 88 88

E-mail : [infos@famillesrurales.org](mailto:infos@famillesrurales.org) -

Internet : <http://www.famillesrurales.org>



### **FEDERATION NATIONALE DES ASSOCIATIONS D'USAGER DES TRANSPORTS (FNAUT)**

32, rue Raymond-Losserand - 75014 PARIS

Tél : 01 43 35 02 83

E-mail : [contact@fnaut.org](mailto:contact@fnaut.org) - Internet :

<http://www.fnaut.asso.fr>



### **ASSOCIATION POUR L'INFORMATION ET LA DEFENSE DE CONSOMMATEURS SALARIES-CGT (INDECO-CGT)**

263, rue de PARIS - 93516 Montreuil Cedex

Tél : 01 55 82 84 05

E-mail : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr) - Internet :

<http://www.indecosa.cgt.fr>



### **UNION FEDERALE DES CONSOMMATEURS-QUE CHOISIR (UFC-Que Choisir)**

233, boulevard Voltaire - 75011 PARIS

Tél : 01 43 48 55 48

Internet : <http://www.quechoisir.org> - E-mail : [quechoisir@quechoisir.org](mailto:quechoisir@quechoisir.org)



### **UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS FAMILIALES (UNAF)**

28, place Saint-Georges - 75009 PARIS

Tél : 01 49 95 36 00

Internet : <http://www.unaf.fr>

## **Qu'est-ce qu'une association de consommateurs agréée ?**

Les conditions d'octroi de l'agrément aux associations de défense des consommateurs sont prévues par les articles L. 411-1 et R. 411-1 et suivants du Code de la consommation, complétés par les dispositions de l'arrêté du 21 juin 1988.

L'agrément peut être accordé aux associations locales, départementales, régionales ou nationales.

Les associations doivent répondre à des critères liés à l'activité (avoir une année d'existence et justifier d'une activité effective et publique en vue de la défense des intérêts des consommateurs), à la représentativité (avoir un nombre de cotisants individuellement au moins égal à 10 000 pour les associations nationales), à l'indépendance de toutes formes d'activités professionnelles.

L'agrément est délivré pour une durée de cinq ans et peut être renouvelé dans les mêmes conditions. L'agrément des associations nationales est accordé par arrêté conjoint du ministre chargé de la Consommation et du garde des Sceaux. Il est publié au Bulletin officiel de la concurrence, consommation et répression des fraudes.

L'agrément des associations locales, départementales ou régionales est accordé par arrêté du préfet du département dans lequel l'association a son siège social. Il est publié au Recueil des actes administratifs. L'agrément peut être retiré, après avis du procureur général, si l'association ne justifie plus des critères d'octroi de l'agrément.

Cet agrément permet aux associations de consommateurs de défendre en justice l'intérêt collectif des consommateurs, d'exercer des représentations dans les instances pour lesquelles la condition d'agrément est exigée (Conseil national de la consommation...), de saisir certaines instances (Commission des clauses abusives, Autorité de la concurrence...).

Il leur permet aussi de pouvoir demander à bénéficier de la reconnaissance spécifique (voir "La reconnaissance spécifique").

## LES ASSOCIATIONS A VOCATION PARTICULIERE

Il existe d'autres associations d'information ou de défense des consommateurs spécialisées dans un domaine. En voici quelques-unes.



### Association française des utilisateurs de télécommunications (AFUTT)

L'Afutt représente les utilisateurs de produits ou services de télécommunications, les informe et défend leurs intérêts.

10, avenue Frémiet - 75016 PARIS - Tél : 01 47 41 18 56  
E-mail : [infos@afutt.org](mailto:infos@afutt.org) - Internet : <http://www.afutt.org/>



### France Assos Santé

L'association France Assos Santé est le nom choisi par l'Union nationale des associations agréées d'usagers du système de santé. Elle a une mission inscrite dans le code de la santé publique depuis la loi du 26 janvier 2016. Elle a été créée en mars 2017 à l'initiative de 72 associations nationales fondatrices. Elle a remplacé le Collectif interassociatif sur la santé (CISS) créé en 1996 puis devenu une association régie par la loi 1901 en 2004. France Assos Santé a créé une permanence téléphonique "Santé Info Droits". Des écoutants juristes spécialisés informent sur toute question juridique ou sociale liée à la santé.

Numéro d'appel : 01 53 62 40 30 (prix d'une communication normale). Horaires de la ligne Santé Info Droits : Lundi - Mercredi - Vendredi : de 14 h à 18 h ; Mardi - Jeudi : de 14 h à 20 h.

10, villa Bosquet - 75007 PARIS - Tél : 01 40 56 01 49  
E-mail : [contact@france-assos-sante.org](mailto:contact@france-assos-sante.org) - <http://www.france-assos-sante.org>



### Institut national d'aide aux victimes et de médiation (INAVEM)

#### France Victimes (anciennement Institut national d'aide aux victimes et de médiation - INAVEM)

L'inavem a été créé en 1986 et s'est constitué en fédération France Victimes à la faveur du changement des statuts de l'association en 2004. France Victimes regroupe 150 associations d'aide aux victimes généralistes. Son objet est de promouvoir et de développer l'aide et l'assistance aux victimes, les pratiques de médiation et toute autre mesure contribuant à améliorer la reconnaissance des victimes.

France Victimes gère le numéro national d'aide aux victimes 116 006 (service et appel gratuits, 7 j/7).

27, avenue Parmentier - 75011 Paris - <https://www.france-victimes.fr/>

## LES STRUCTURES LOCALES

Les Centres Techniques Régionaux de la Consommation (CTRC) et SRA



### Les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) et structures assimilées

Associations loi 1901, les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC), autrefois appelés unions régionales des organisations de consommateurs (Uroc), ont été institués dès 1966.

La principale mission du CTCR ou de la structure régionale assimilée, consiste à apporter aux associations locales de défense des consommateurs adhérentes présentes sur la région, une assistance technique et juridique afin de soutenir les bénévoles et salariés des associations locales dans la réalisation de leurs actions.

L'aide technique destinée aux associations de consommateurs membres vise "à faciliter le fonctionnement et le développement de ces associations" (arrêté du 12 novembre 2010) et se traduit par diverses actions de terrain : consultation juridique, documentation, formation auprès des associations locales adhérentes, et actions de sensibilisation et d'information locales destinées à l'information des consommateurs par les moyens modernes de communication tels que la télévision, la radio, les réseaux sociaux...

### AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



#### Centre technique régional de la consommation Auvergne

17, rue Richepin - 63000 CLERMONT-FERRAND

Tél : 04 73 90 58 00

E-mail : [u.r.o.c@wanadoo.fr](mailto:u.r.o.c@wanadoo.fr)

### BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Union des CTCR (Bourgogne, Franche-Comté)



#### Centre technique régional de la consommation Bourgogne

2, rue des Corroyeurs - Boîte NN7 - 21000 DIJON CEDEX

Tél : 03 80 74 42 02

E-mail : [contact@ctrc-bourgogne.fr](mailto:contact@ctrc-bourgogne.fr)

Internet : <http://www.ctrc-bourgogne.fr>



#### Centre technique régional de la consommation Franche-Comté

8, Rue des Vieilles Perrières - 25000 BESANCON

Tél : 03 81 83 46 85

E-mail : [ctrc.fc@wanadoo.fr](mailto:ctrc.fc@wanadoo.fr) - Internet : <http://www.ctrc-fc.fr>

### BRETAGNE



**Maison de la consommation et de l'environnement - CTCR Bretagne**  
48, bd Magenta - 35000 RENNES  
Tél : 02 99 30 35 50  
Internet : <http://www.mce-info.org>

## CENTRE-VAL DE LOIRE



**Centre technique régional de la consommation Centre Val de Loire**  
10, allée Jean Amrouche  
41000 BLOIS  
Tél. : 02 54 43 98 60  
E-mail : [ctrc.centre@wanadoo.fr](mailto:ctrc.centre@wanadoo.fr)

## CORSE



**Centre technique régional de la consommation Corse**  
Les salines 1 – Tour I - Rue François Pietri - 20090 AJACCIO  
Tél : 04 95 22 24 39  
E-mail : [ctrc.corse@wanadoo.fr](mailto:ctrc.corse@wanadoo.fr)

## GRAND EST

Union pour la consommation Grand Est



**Chambre de consommation d'Alsace**  
7, rue de la Brigade-Alsace-Lorraine - BP 6 - 67064 STRASBOURG Cédex  
Tél : 03 88 15 42 42  
E-mail : [contact@cca.asso.fr](mailto:contact@cca.asso.fr)  
Internet : <http://www.cca.asso.fr/>



**Centre technique régional de la consommation Lorraine**  
58 bis, rue Raymond Poincaré - 54000 Nancy  
Tél : 03 83 28 02 68  
E-mail : [ctrc.lorraine@laposte.net](mailto:ctrc.lorraine@laposte.net)

## HAUTS-DE-FRANCE



**Centre technique régional de la consommation Nord-Pas-de-Calais (UROC)**  
6 bis, rue Dormagen - 59350 Saint-André-les-Lille  
Tél : 03 20 42 26 60  
E-mail : [uroc-5962@wanadoo.fr](mailto:uroc-5962@wanadoo.fr) - Internet :  
<https://www.facebook.com/CTRCPACA/>

## ILE-DE-FRANCE



### **Centre technique régional de la consommation Ile-de-France**

100, boulevard Brune - 75014 PARIS

Tél. : 01 42 80 96 99

E-mail : [c.t.r.c-idf@wanadoo.fr](mailto:c.t.r.c-idf@wanadoo.fr)

Internet : <https://ctrc-iledefrance.fr>

## NORMANDIE



### **Centre technique régional de la consommation Basse et Haute Normandie**

Maison des Solidarités 51, quai de Juillet - 14000 Caen

Tél : 02 31 85 36 12

E-mail : [ctrc@consonormandie.net](mailto:ctrc@consonormandie.net)

Internet : <http://www.consonormandie.net>

## NOUVELLE AQUITAINE

Union des CTRC ALPC (Aquitaine, Limousin, Poitou-Charentes)



### **Centre technique régional de la consommation Aquitaine**

89, rue porte Dijeaux - 33000 BORDEAUX

Tél : 05 57 14 26 30 (répondeur consommateurs)

E-mail : [ctrc-aquitaine@wanadoo.fr](mailto:ctrc-aquitaine@wanadoo.fr)

Blog : <http://www.ctrc-aquitaine.blogspot.fr/>



### **Centre technique régional de la consommation Limousin**

Maison des associations - 40, rue Charles Silvestre - 87100 LIMOGES

Tél : 05 55 77 75 56

E-mail : [ctrc-uroc-limousin@wanadoo.fr](mailto:ctrc-uroc-limousin@wanadoo.fr)

Internet : <http://www.ctrc-uroc-limousin.asso.fr>



### **Centre technique régional de la consommation Poitou-Charentes**

23, avenue Robert Schuman - 86000 Poitiers

Tél : 05 49 45 50

[ctrc.poitoucharentes@wanadoo.fr](mailto:ctrc.poitoucharentes@wanadoo.fr)

[ctrcpoitoucharentes.wifeo.com](http://ctrcpoitoucharentes.wifeo.com)

## OCCITANIE

Union des CTRC d'Occitanie (Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon)



### **Centre technique régional de la consommation Languedoc-Roussillon**

31, allée Léon-Foucault - Résidence Galilée - 34000 MONTPELLIER

Internet : <http://conso-languedocroussillon.org.pagesperso-orange.fr>



### **Centre technique régional de la consommation Midi-Pyrénées**

Résidence Port Garaud - Bât. 3 - 1, avenue Maurice Hauriou - 31000 TOULOUSE

Tél : 05 61 62 37 41

E-mail : [contact@ctrc-mp.fr](mailto:contact@ctrc-mp.fr) - Internet : <http://www.ctrc-mp.fr>



**Centre technique régional de la consommation Provence-Alpes-Côte d'Azur**

23, rue du Coq - 13001 MARSEILLE

Tél : 04 91 50 27 94

E-mail : [contact@ctrc-paca.org](mailto:contact@ctrc-paca.org) - Internet : <http://www.ctrc-paca.org>

**Les autres organismes locaux**

Créées par des associations de consommateurs ou à l'initiative ou avec l'appui des communes, des départements, des régions, voire de l'Union européenne, ces structures locales participent à la défense et à l'information des consommateurs.

La Chambre des associations de consommateurs d'Indre et Loire a été créée en 2009 par plusieurs associations de consommateurs du département. Elle a pour objet social la "mise en commun d'analyses afin de dégager et d'extérioriser des positions communes et de mener des actions ou des projets en commun".

21, rue de Beaumont - 37000 Tours

L'Association atlantique des consommateurs coopérateurs (AACC) est une association loi de 1901 issue du mouvement coopératif. Présente dans six départements des régions de l'Ouest, de l'Atlantique et du Centre, elle informe les consommateurs sur leurs droits et devoirs, et elle intervient dans le règlement des litiges entre consommateurs et professionnels. Elle participe également, en collaboration avec des enseignants, à des actions de formation et d'éducation à la consommation en milieu scolaire. Elle publie une revue trimestrielle : la Lettre de l'AACC.

3, rue du Docteur Jean - 17100 Saintes - Tél : 05 46 97 41 35

Internet : <http://www.aacc-coop.asso.fr> - E-mail : [contact@aacc-coop.asso.fr](mailto:contact@aacc-coop.asso.fr)

Un portail des consommateurs de Guadeloupe initié par six associations de consommateurs agréées, a été créé en 2013. Le site [zoban.gp](http://zoban.gp) permet à ces associations de sensibiliser la population à propos de la vie chère, des pratiques commerciales abusives... Un formulaire de contact en ligne est ouvert aux consommateurs de Guadeloupe.

Internet : <http://www.zoban.gp>



Placé sous la tutelle du ministre chargé de la Consommation, l'Institut national de consommation (INC) est un établissement public national à caractère industriel commercial (articles L. 822-1, L. 822-2 et R. 822-1 du code de la consommation).

Il a pour missions :

- de fournir un appui technique aux 15 organisations nationales de consommateurs agréées et aux 17 centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) et structures régionales assimilées ;
- de réaliser et diffuser des études, des enquêtes et des essais de produits et de services ;
- de mener des actions d'information, de communication, de prévention, de formation et d'éducation sur les questions de consommation ;
- d'apporter un soutien technique et logistique à la Commission de la sécurité des consommateurs (CSC) et à la Commission des clauses abusives (CCA).

Centre de ressources et d'expertises, l'INC réalise des essais comparatifs et des études juridiques et économiques dont il diffuse les résultats à travers ses différents médias, notamment ConsoMag et 60 Millions de consommateurs. Il réalise des formations et développe un fonds documentaire spécialisé. Ainsi, ses travaux contribuent à améliorer la qualité et la sécurité des produits et des services ainsi qu'à faire évoluer la législation relative à la protection des consommateurs.

Pour assurer ses missions, l'INC développe des partenariats avec des organismes publics ou parapublics. Il participe également à des programmes communautaires impulsés par l'Union européenne. Ses ressources proviennent de la vente de son magazine 60 Millions de consommateurs, d'une subvention votée par le Parlement et de prestations de services.

Son conseil d'administration est composé de représentants des consommateurs et des usagers, de représentants de l'État, de personnalités qualifiées (dont un représentant des professionnels), de représentants du personnel de l'INC et du président de la commission des clauses abusives.

### **Tester et comparer**

L'INC réalise des essais comparatifs, des études de produits et de services dans l'ensemble des secteurs de la consommation : l'alimentation, l'équipement de la maison, l'environnement, les loisirs, le multimédia, la santé, les services financiers, les communications électroniques...

Le centre d'essais achète tous les produits de façon anonyme, comme tous les consommateurs. Les essais répondent à des normes et à des cahiers des charges précis. Cette procédure garantit la fiabilité des résultats et l'indépendance vis-à-vis des fabricants et des distributeurs.

Les études de services, menées avec la même rigueur, permettent non seulement de comparer des services entre eux mais aussi de tester la qualité d'une prestation fournie par une profession.

### **Analyser et expliquer**

L'INC assure le suivi de l'actualité économique et juridique de la consommation, en France comme en Europe. Il suit l'évolution de la législation et de la jurisprudence ainsi que l'intégration du droit communautaire dans le droit français.

Ses synthèses thématiques, ses fiches et ses guides pratiques sur des sujets spécifiques contribuent à améliorer l'information des consommateurs, de leurs associations et le traitement des litiges.

À travers sa participation à de nombreux groupes de travail, comme ceux du Conseil national de la consommation (CNC), et à des comités de normalisation, il constitue une force d'appui pour l'adoption et la mise en œuvre de mesures destinées à aider le consommateur dans sa vie quotidienne.

### **Informier et diffuser**

L'INC s'appuie sur ses médias pour assurer sa mission d'information :

- ConsoMag : 120 programmes originaux de deux minutes produits chaque année. Diffusion sur les chaînes de France Télévisions, le site Internet de l'INC et les réseaux sociaux.
- **L'Instant Conso** : 52 vidéos de deux minutes réalisées avec les Centres Techniques Régionaux de la Consommation (CTRC) chaque année. Diffusion sur les chaînes de France Télévisions, le site Internet de l'INC et les réseaux
- INC infos : 4 vidéos produits chaque année avec les juristes et économistes de l'INC. Diffusion le site Internet de l'INC et les réseaux sociaux.
- 60 Millions de consommateurs : magazine grand public sans publicité commerciale vendu en kiosque et par abonnement. 11 mensuels et 8 hors-série.
- [www.inc-conso.fr](http://www.inc-conso.fr) : site de référence sur la consommation destinée au grand public. Accès privilégié pour les associations de consommateurs et les centres techniques régionaux de la consommation et structures assimilées.
- [www.jeconsommeresponsable.fr](http://www.jeconsommeresponsable.fr) : site consacré aux modes de consommation durable et au commerce équitable.
- Facebook : [www.facebook.com/InstitutNationaldeLaConsommation](https://www.facebook.com/InstitutNationaldeLaConsommation)
- Twitter : [twitter.com/Conso\\_INC](https://twitter.com/Conso_INC)
- LinkedIn : <https://fr.linkedin.com/company/institut-national-de-la-consommation-60-millions-de-consommateurs>

Un fonds documentaire spécialisé sur l'ensemble des secteurs de la consommation est mis à la disposition des associations de consommateurs, des CTRC et des structures régionales assimilées.

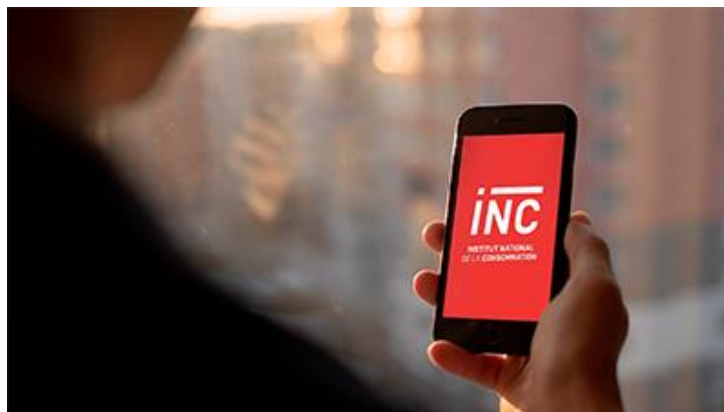
### **Sensibiliser, former et éduquer**

L'INC conduit régulièrement des campagnes d'information et de sensibilisation d'envergure nationale auprès du grand public. Elles portent sur des sujets tels que l'économie circulaire, la rénovation énergétique, le tri des déchets, la lutte contre le gaspillage alimentaire, le marché de l'énergie. Ces opérations, souvent réalisées dans le cadre de partenariats, s'appuient en partie sur les médias de l'INC.

Les formations qu'il organise s'adressent principalement aux cadres des associations de consommateurs, des CTRC et structures assimilées.

Par ailleurs, l'INC recense et évalue des outils éducatifs élaborés par des professionnels, des associations ou des établissements publics. Cette « pédagogthèque de la consommation » s'adresse notamment aux enseignants, aux animateurs socioéducatifs et aux travailleurs sociaux.

Il produit également des modules pédagogiques numériques destinés aux professeurs de l'enseignement primaire et secondaire.



Film sur l'INC

### **2018 : l'INC fête ses 50 ans**

A l'occasion de ses 50 ans célébrés en 2018, l'INC s'est tourné vers le futur et a mené une démarche critique et prospective sur la consommation. L'INC a réalisé une étude prospective sur la consommation de demain et a rassemblé des experts de tous horizons pour échanger sur des problématiques qui auront des impacts concrets dans notre vie quotidienne. Quels seront les impacts de l'intelligence artificielle dans notre vie quotidienne ? Quels enjeux se dessinent autour de l'alimentation et de la santé ? Comment vivrons-nous la ville de demain ? Comment le statut du consommateur va-t-il évoluer ? Ces travaux ont abouti et à la publication du livre blanc "Demain : un consommateur augmenté ou diminué ?" qui propose des recommandations aux différents acteurs de la consommation et présente les chantiers que l'INC entend mener dans les années à venir pour assurer une meilleure information des consommateurs.

## LES INSTANCES CONSULTATIVES

Les associations de consommateurs participent aux travaux de nombreuses instances consacrées à des thèmes spécifiques. Elles y siègent auprès des professionnels. En voici une liste non exhaustive.



### Conseil national de la consommation (CNC)

Le Conseil national de la consommation (CNC) est un organisme consultatif créé en juillet 1983 en remplacement du Comité national de la consommation. Il est présidé par le ministre chargé de la consommation et a pour objet d'instaurer la concertation entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs, des professionnels et des entreprises assurant des missions de service public, pour tout ce qui se rapporte à la consommation. Il a également pour mission de permettre la désignation des médiateurs de la consommation.

Il est consulté par les pouvoirs publics sur les grandes orientations de leur politique consumériste, et donne son avis sur les problèmes de consommation et sur les textes législatifs et réglementaires qui lui sont présentés. Il peut aussi s'exprimer de sa propre initiative (sans saisine du ministre) sur les projets ou les propositions de lois et de règlements susceptibles d'avoir des incidences sur la consommation.

Il est composé :

- d'un collège constitué des associations de défense des consommateurs agréées ;
- d'un collège comprenant des organisations professionnelles les plus représentatives des activités industrielles, commerciales, artisanales et agricoles et de services privés ainsi que d'entreprises assurant des missions de service public.

Les membres sont nommés pour trois ans, par arrêté du ministre chargé de la consommation.

Les représentants des organismes dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la consommation participent aux travaux du Conseil national de la consommation, en fonction des sujets traités. Il s'agit notamment de l'INC.



### Commission des clauses abusives (CCA)

La Commission des clauses abusives (CCA) a été mise en place en janvier 1978 (article L. 822-4 du code de la consommation). Elle est placée auprès du ministre chargé de la consommation. Elle est composée de magistrats, de représentants de l'administration, de juristes, de représentants de professionnels et de représentants d'associations de consommateurs.

Ses missions sont de :

- donner un avis consultatif sur les projets de décrets en vue d'interdire ou de réglementer certaines clauses considérées comme abusives ;

- rechercher dans les modèles de contrats habituellement proposés aux consommateurs les clauses qui peuvent présenter un caractère abusif ;
- émettre des recommandations tendant à obtenir la suppression ou la modification de ces clauses ;
- proposer, dans son rapport annuel, les modifications législatives ou réglementaires souhaitables.

La CCA peut s'autosaisir, ou être saisie par les juridictions ou par le ministre chargé de la consommation, les organisations nationales de consommateurs agréées, les professionnels intéressés.

Ses avis et recommandations sont publiés au Bulletin Officiel de la Concurrence, de la Consommation, et de la Répression des Fraudes (BOCCRF).



### **Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC)**

La Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC) a été créée par l'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Ce texte transpose en droit français la directive 2013/11/UE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (dite "Directive RELC").

La CECMC a pour mission « *d'établir et de mettre à jour la liste des médiateurs, y compris les médiateurs publics, qui satisfont aux exigences de qualité* » (définies par les articles L. 613-1 et suivants du code de la consommation), « *De procéder à la notification des médiateurs inscrits sur ladite liste auprès de la Commission européenne* », « *D'évaluer leur activité de médiation et d'en contrôler la régularité* » (article L. 615-1 du code de la consommation).

La Commission est composée « *d'un conseiller d'Etat ; d'un conseiller à la Cour de cassation en activité ou honoraire ; de quatre personnes qualifiées dans le domaine juridique ou en matière de médiation ; de deux représentants des associations de consommateurs agréées au plan national ; de deux représentants d'organisations professionnelles* » (article R. 615-1 du code de la consommation). Ceux-ci sont nommés par arrêté du ministre de l'Economie.

La Commission est assistée dans sa tâche par un secrétariat assuré par le bureau "GIC-CNC" (ministère de l'Economie, des Finances et du Numérique).



### **Commission nationale de concertation (en matière locative)**

La Commission nationale de concertation a été instituée auprès du ministre chargé du logement par la loi n° 86-1290 du 23 décembre 1986, dite "loi Méhaignerie", et par le décret n° 88-274 du 18 mars 1988.

Elle a pour mission générale, par ses études, avis et propositions, de contribuer à l'amélioration des rapports entre bailleurs et locataires. Elle a pour mission particulière de conclure des accords collectifs de location.

La loi ALUR n° 2014-366 du 24 mars 2014 a étendu son champ de compétence, en voici les détails :

- Article 3 : contrat type de bail vide défini par décret en Conseil d'Etat, pris après avis de la CNC
- Article 3 et 15 : contenu de la notice d'information défini par arrêté du ministre chargé du logement, pris après avis de la CNC
- Article 7 : modalités de prise en compte de la vétusté de la chose louée déterminées en décret en Conseil d'Etat, après avis de la CNC
- Article 8-1 : contrat type de bail d'une colocation défini par décret en Conseil d'Etat, pris après avis de la CNC

- Article 22-2 : liste des pièces justificatives exigées au candidat ou à sa caution définie par décret en Conseil d'Etat, pris après avis de la CNC
- Article 25-7 : contrat type de bail meublé défini par décret en Conseil d'Etat, pris après avis de la CNC

Elle comprend notamment des représentants des organisations de bailleurs, de locataires et de gestionnaires représentatives au niveau national. Les associations de locataires membres de la CNC sont la CNL, la CGL, la CLCV, La CSF et l'AFOC. Lorsque le litige porte notamment sur les caractéristiques du logement (article 6, alinéas 1 et 2 de la loi du 6 juillet 1989). Le mandat d'agir en justice peut être donné en outre à une association de défense des personnes en situation d'exclusion pour le logement (visées à l'article 31 de la loi du 29 juillet 1998).



### **Comité consultatif du secteur financier (CCSF)**

Créé en août 2003, le Comité consultatif du secteur financier (CCSF) est chargé d'étudier les questions liées aux relations entre les établissements financiers (banques, établissements de crédit et de paiement, compagnies d'assurance...) et leurs clientèles, et de proposer toutes mesures appropriées dans ce domaine, notamment, sous forme d'avis ou de recommandations d'ordre général (article L. 614-1 du code monétaire et financier), consultables sur le site de la Banque de France. Il est également chargé de suivre l'évolution des tarifs bancaires applicables aux particuliers. A ce titre, il a mis en place en janvier 2016 un comparateur public en ligne des tarifs bancaires, [tarifs-bancaires.gouv.fr](http://tarifs-bancaires.gouv.fr)

Il remplace les commissions consultatives du Conseil national du crédit et du titre (CNCT) et du Conseil national des assurances (CNA). Son champ de compétence s'étend à l'ensemble du secteur financier : établissements de crédit, entreprises d'assurance – y compris les courtiers et agents généraux – et entreprises d'investissement.

Le CCSF comprend 32 membres titulaires et un nombre égal de suppléants, nommés pour trois ans par arrêté du ministre chargé de l'Economie. Il peut être saisi par le ministre chargé de l'Economie, l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), par les organisations représentant les clientèles et par les organisations professionnelles dont sont issus ses membres. Il peut également se saisir de sa propre initiative à la demande de la majorité de ses membres.



### **Conseil national de l'alimentation (CNA)**

Le Conseil national de l'alimentation (CNA) a été créé en novembre 1985 (articles D. 541-1 et suivants du code de la consommation). Il est présidé par une personnalité indépendante désignée par arrêté conjoint des ministres chargés respectivement de l'agriculture, de la consommation et de la santé (mandat de trois ans renouvelable).

Le CNA est composé de représentants d'associations nationales de consommateurs ou d'utilisateurs, de personnalités scientifiques et de représentants de divers secteurs : agriculteurs, industriels, distributeurs, restaurateurs...

Il est consulté sur la définition de la politique alimentaire, en privilégiant la qualité et la sécurité, et sur des sujets qui s'y rapportent comme :

- l'adaptation de la consommation aux besoins nutritionnels ;
- la sécurité alimentaire des consommateurs ;
- la qualité des denrées alimentaires ;
- l'information des consommateurs ;
- la prévention des crises ;
- la communication sur les risques.

Son rôle a été renforcé par la loi n° 2010-874 de modernisation de l'agriculture et de la pêche qui dispose que le CNA est associé à l'élaboration du Programme national pour l'alimentation (PNA) et contribue au suivi de sa mise en œuvre (article L. 230-1 du code rural et de la pêche maritime). Organe de concertation et de réflexion, le CNA est consulté sur la définition de la politique alimentaire et publie des avis qui permettent aux pouvoirs publics de prendre position. Ces avis sont consultables sur Internet.



### **Conseil supérieur de la construction et de l'efficacité énergétique (CSCEE)**

Le Conseil supérieur de la construction et de l'efficacité énergétique (CSCEE), institué par décret, a vu ses missions précisées par le décret n° 2015-1554 du 27 novembre 2015.

Deux associations de consommateurs en sont membres : l'UFC-Que Choisir et la CLCV.

Le CSCEE est consulté sur les textes législatifs ou réglementaires portant sur :

- La réglementation technique et les exigences applicables aux bâtiments, notamment celles concernant leur performance énergétique et environnementale ;
- La réglementation technique et les exigences applicables aux travailleurs dans le secteur de la construction ;
- La prévention des désordres, la responsabilité des acteurs et l'assurance dans le secteur de la construction ;
- Les signes de reconnaissance de la qualité dans le secteur de la construction ;
- La maîtrise des coûts dans le secteur de la construction ;
- La réglementation technique des produits et matériaux de construction ;
- La maîtrise d'ouvrage publique, la commande publique et les relations contractuelles dans le domaine de la construction ;
- L'activité et l'emploi dans le secteur du bâtiment, l'évolution des métiers et des filières, la formation et les bonnes pratiques ;
- Les orientations sur la recherche et l'innovation dans le bâtiment.

Ses avis prennent en compte l'exigence de simplification des réglementations et normes et l'évaluation du coût induit pour l'économie de la construction.

Le Conseil peut se saisir de tout sujet relevant du domaine de la construction et formuler des propositions au ministre chargé de la construction.

## LES STRUCTURES GOUVERNEMENTALES ET LES SERVICES ADMINISTRATIFS

La défense du consommateur n'a pas toujours eu de représentant au niveau gouvernemental. En 1976, une secrétaire d'État est nommée par le Premier ministre Raymond Barre, en la personne de Christiane Scrivener.

Bien que la consommation soit une fonction "horizontale", l'interlocuteur des consommateurs au niveau gouvernemental n'a jamais évolué sous l'autorité directe du Premier ministre. Depuis 1976, il a également connu une grande variété de titres, celui de secrétaire d'État étant le plus fréquent.

Il s'appuie sur les services de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).

**La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)**, placée sous l'autorité du ministre de l'économie, est, en tant que de besoin, à la disposition du ministre chargé de la consommation.

La DGCCRF est née de la fusion, en 1985, de plusieurs administrations : la Direction générale de la concurrence et de la consommation, la Direction de la consommation et de la répression des fraudes, le service des affaires générales et la mission d'études et de coordination du ministère de l'économie, des finances et du budget.

La DGCCRF et ses antennes départementales ont pour mission de veiller au bon fonctionnement du marché économique. Elle intervient auprès des entreprises et assure la protection des consommateurs : information sur les prix, qualité et sécurité des produits et des services, loyauté des pratiques commerciales. Une réforme entrée en vigueur en janvier 2010 dans le cadre de la révision générale des politiques publiques a modifié les structures régionales de la DGCCRF.

Au plan départemental, ont été créées, selon la taille du département, des directions départementales de la protection des populations (DDPP), et des directions départementales de la cohésion sociale et de la protection des populations (DDCSPP). Placées sous l'autorité des préfets de département, elles assument les missions de protection du consommateur dans le cadre du code de la consommation.

> DDPP par département

Au plan régional, les missions de la DGCCRF en matière de concurrence relèvent désormais des Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (pôle C des DIRECCTE), placées sous l'autorité des préfets de région. Dans les DOM, ce sont des DIECCTE (directions des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi) qui assument ces missions.

> DIRECCTE

A noter que le détenteur du portefeuille de la consommation a le plus souvent été rattaché au ministère de l'économie et/ou des finances.

Le ministre chargé de la consommation ou de l'économie propose des lois au Parlement et met en œuvre la réglementation. Il préside les réunions plénières du Conseil national de la consommation (CNC).

De nombreux autres départements ministériels (ministères de l'agriculture, de la santé, du logement, etc.) concourent également à la protection des consommateurs.

## LES MINISTRES ET SECRETAIRES D'ÉTAT CHARGES DE LA CONSOMMATION

**Christiane SCRIVENER**, secrétaire d'État à la consommation, de janvier 1976 à avril 1978.

**Catherine LALUMIÈRE**, ministre de la consommation, de juin 1981 à mars 1983, puis secrétaire d'État chargée de la consommation, jusqu'en décembre 1984.

**Henri EMMANUELLI**, secrétaire d'État chargé du budget et de la consommation, de décembre 1984 à mars 1986.

**Jean ARTHUIS**, secrétaire d'État à la consommation et à la concurrence, de janvier 1987 à avril 1988.

**Véronique NEIERTZ**, secrétaire d'État à la consommation, de mai 1988 à mai 1991.

**François DOUBIN**, ministre de l'artisanat, du commerce et de la consommation, de mai 1991 à mars 1992.

**Véronique NEIERTZ**, secrétaire d'État aux droits des femmes et à la consommation, d'avril 1992 à mars 1993.

**Edmond ALPHANDÉRY**, ministre de l'économie, de mars 1993 à mai 1995.

**Hervé GAYMARD**, secrétaire d'État aux finances, de juin 1995 à novembre 1995.

**Yves GALLAND**, ministre des finances et du commerce extérieur, de novembre 1995 à juin 1997.

**Marylise LEBRANCHU**, secrétaire d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation, de juin 1997 à octobre 2000.

**François PATRIAT**, secrétaire d'État aux PME, au commerce, à l'artisanat et à la consommation, d'octobre 2000 à février 2002.

**Christian PIERRET**, ministre délégué à l'industrie, au commerce, à l'artisanat et à la consommation, de février 2002 à mai 2002.

**Renaud DUTREIL**, secrétaire d'État aux PME, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation, de mai 2002 à mars 2004.

**Christian JACOB**, ministre délégué puis, à partir de novembre 2004, ministre des PME, du commerce, de l'artisanat, des professions libérales et de la consommation, de mars 2004 à juin 2005.

**Thierry BRETON**, ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, de juin 2005 à mai 2007.

**Luc CHATEL**, secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme, de juin 2007 à mars 2008. Secrétaire d'État chargé de l'industrie et de la consommation, de mars 2008 à juin 2009.

**Hervé NOVELLI**, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation, de juin 2009 à novembre 2010.

**Frédéric LEFEBVRE**, secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, de novembre 2010 à mai 2012.

**Benoît HAMON**, ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, de juin 2012 à mars 2014.

**Valérie FOURNEYRON**, secrétaire d'Etat chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, du 9 avril au 3 juin 2014.

**Carole DELGA**, secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, de juin 2014 à juin 2015.

**Martine PINVILLE**, secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, de 2015 à mai 2017.

**Bruno LE MAIRE**, ministre de l'Economie et des Finances, depuis juin 2017.

## LES AUTRES ORGANISMES DE PROTECTION ET D'INFORMATION

D'autres interlocuteurs agissent dans des domaines spécifiques : santé et alimentation ; économie et droit ; énergie, environnement et développement durable ; observation et études ; - normalisation et certification ; transports

### ALIMENTATION ET SANTE



**Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses)**

Créée le 1er juillet 2010 par la fusion de deux agences sanitaires françaises : l'Afssa (Agence française de sécurité sanitaire des aliments) et l'Afsset (Agence française de sécurité sanitaire de l'environnement et du travail), l'Anses est placée sous la tutelle des ministères chargés de la santé, de l'agriculture, de l'environnement, du travail et de la consommation (articles L. 1313-1 et suivants du code de la santé publique). En reprenant les missions et moyens respectifs de ces deux agences, l'Anses offre une lecture transversale des questions sanitaires en santé humaine, animale et végétale.

L'Agence appréhende ainsi de manière globale les expositions auxquelles l'Homme peut être soumis à tous les âges et moments de sa vie : travail, domicile, déplacements, loisirs.

Elle apporte donc son expertise dans les domaines du travail, de l'environnement, de l'alimentation, de la santé et du bien-être des animaux, de la santé des végétaux avec un objectif prioritaire : contribuer à assurer la sécurité des travailleurs et des consommateurs. Elle peut être saisie par les associations de consommateurs agréées.



**Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM)**

L'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM) a été créée par la loi du 29 décembre 2011 relative au renforcement de la sécurité sanitaire des médicaments et des produits de santé (articles L. 5311-1 et suivants du code de la santé publique).

L'ANSM s'est substituée en 2012 à l'Agence française de sécurité sanitaire du médicament et des produits de santé (Afssaps) dont elle a repris les missions, droits et obligations. Elle a été dotée de responsabilités et de missions nouvelles, de pouvoirs et de moyens renforcés.

Ses deux missions centrales sont d'offrir un accès équitable à l'innovation pour tous les patients ainsi que de garantir la sécurité des produits de santé tout au long de leur cycle de vie, depuis les essais initiaux jusqu'à la surveillance après autorisation de mise sur le marché.

Sa compétence s'applique aux médicaments, produits biologiques, dispositifs médicaux, produits cosmétiques et de tatouage ainsi que les biocides et produits diététiques destinés à des fins médicales spéciales.

Créé par la loi relative à la politique de santé publique du 9 août 2004, le Haut Conseil de la santé publique est une instance d'expertise qui reprend, en les élargissant, les missions du Conseil supérieur d'hygiène publique de France et celles du Haut Comité de la santé publique.

Selon l'article L. 1411-4 du code de la santé publique, ses missions sont de :

- Contribuer à l'élaboration, au suivi annuel et à l'évaluation pluriannuelle de la stratégie nationale de santé ;
- Fournir aux pouvoirs publics, en liaison avec les agences sanitaires et la Haute Autorité de santé, l'expertise nécessaire à la gestion des risques sanitaires ainsi qu'à la conception et à l'évaluation des politiques et stratégies de prévention et de sécurité sanitaire ;
- Fournir aux pouvoirs publics des réflexions prospectives et des conseils sur les questions de santé publique ;
- Contribuer à l'élaboration d'une politique de santé de l'enfant globale et concertée.

Il peut être consulté par les ministres intéressés, par les présidents des commissions compétentes du Parlement et par le président de l'Office parlementaire d'évaluation des politiques de santé sur toute question relative à la prévention, à la sécurité sanitaire ou à la performance du système de santé.

Le Haut Conseil de la santé publique est organisé en quatre commissions spécialisées :

- Maladies infectieuses et maladies émergentes (CSMime),
- Maladies chroniques (CSMC),
- Risques liés à l'environnement (CSRE),
- Système de santé et sécurité des patients (CS3SP).

Site Internet : <http://www.hcsp.fr/Explore.cgi/Hcsp>



## Haute Autorité de santé (HAS)

Autorité publique indépendante à caractère scientifique, la HAS a été créée par la loi du 13 août 2004 relative à l'Assurance maladie pour renforcer la qualité en santé, afin d'assurer à tous les patients et usagers un accès pérenne et équitable à des soins aussi efficaces, sûrs et efficaces que possible.

Les missions de la HAS sont définies aux articles L. 161-37 et suivants du code de la sécurité sociale. Depuis 2005, elles n'ont cessé d'être élargies par de nombreuses modifications législatives, en dernier lieu par la loi n° 2016-41 du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé.

Elles peuvent être regroupées autour de trois domaines :

- L'évaluation médicale, économique et de santé publique. La HAS évalue d'un point de vue médical et économique les produits, actes, prestations et technologies de santé, en vue de leur remboursement.
- L'amélioration de la qualité et de la sécurité des soins. Elle définit des recommandations de bonne pratique clinique, des recommandations de santé publique, des études médico-économiques, des guides de prise en charge, à destination des professionnels et des patients. Elle rend également des avis dans le cadre de sa mission d'aide à la décision des pouvoirs publics. Elle certifie les établissements de santé, elle accrédite les praticiens de

certaines disciplines médicales. Elle participe également à l'amélioration de la qualité de l'information médicale sur internet et dans la presse, elle certifie la visite médicale, ainsi que les logiciels d'aide à la prescription.

- L'information des publics. La HAS a été dotée dès 2004 d'une mission d'information "des professionnels de santé et du public sur le bon usage des soins et les bonnes pratiques" et a concentré ses actions d'information vers les professionnels de santé et les institutionnels. En 2011, la mission d'information du public de la HAS a été précisée et élargie dans deux domaines : les établissements de santé et les médicaments.

## **DROIT ET ECONOMIE**



### **Agence nationale pour l'information sur le logement (ANIL)**

L'Agence nationale pour l'information sur le logement (ANIL) est une association régie par la loi de 1901. Créée en 1975, elle rassemble des professionnels de l'immobilier, des organisations de consommateurs et d'usagers, des représentants des pouvoirs publics et d'organismes d'intérêt général.

Elle dispose d'un réseau dans la plupart des départements : les agences départementales pour l'information sur le logement (ADIL). L'ANIL a pour mission de développer, de former, de soutenir et d'informer les ADIL. Celles-ci conseillent gratuitement les particuliers sur tous les problèmes (juridiques, financiers, fiscaux...) liés au logement.

L'ANIL réalise également, dans le cadre de l'observatoire des pratiques du logement, des études sur le marché du logement. Elle a développé, en lien avec l'ensemble des observatoires locaux des loyers, le site des observatoires de loyers ([www.observatoires-des-loyers.org](http://www.observatoires-des-loyers.org)), qui met à disposition les résultats des travaux de collecte et d'analyse statistique des niveaux de loyers du parc locatif privé.



### **Autorité de la concurrence**

Autorité administrative indépendante chargée de garantir en France le respect de l'ordre public économique, elle intervient dans le cadre des législations nationales (livre IV du code de commerce) et communautaires (articles 101 et 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne).

Elle agit au nom de l'État, sans pour autant relever de l'autorité du Gouvernement dans l'exercice de ses pouvoirs. Elle intervient soit après avoir été saisie par un plaignant (ministre chargé de l'économie, organisations de consommateurs agréées, entreprises, collectivités territoriales, organisations et chambres professionnelles, organisations syndicales, maires dans le cadre de leurs prérogatives en matière d'urbanisme commercial), soit après s'être autosaisie.

Elle a une triple mission :

- une mission répressive à l'encontre des pratiques anticoncurrentielles lorsque la concurrence est faussée sur un marché, quels que soient l'activité concernée ou le statut, privé ou public, des opérateurs ;
- une mission de contrôle concernant les opérations de concentration et les opérations de fusion-acquisition ;
- une mission consultative, en rendant des avis de sa propre initiative ou à la demande de personnes morales représentant des intérêts collectifs, dont les associations de consommateurs agréées.

Elle a le pouvoir de prononcer des injonctions, d'infliger des sanctions pécuniaires, d'accepter des engagements et d'accorder le bénéfice de la clémence à certaines entreprises qui coopèrent en aidant à détecter ou à constater l'existence d'ententes. Elle réprime les ententes, les abus de position dominante et les prix abusivement bas.

Les décisions qu'elle rend en matière de pratiques anticoncurrentielles sont soumises au contrôle de la cour d'appel de PARIS. Ses décisions en matière de concentrations relèvent du contrôle du Conseil d'Etat.

L'Autorité a ainsi rendu des décisions et des avis concernant tout spécialement les consommateurs tels que le fonctionnement concurrentiel du marché du transport par autocar, la réparation et l'entretien des véhicules...



### **Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR)**

Née le 21 janvier 2010 de la fusion entre la commission bancaire et l'autorité de contrôle des assurances et des mutuelles (ACAM), l'autorité de contrôle prudentiel (ACP) devenue, suite à la Loi de séparation et de régulation des activités bancaires en 2013, l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) est une autorité administrative indépendante (AAI) en charge de l'agrément et de la surveillance des établissements bancaires et d'assurances (articles L. 612-1 et suivants du code monétaire et financier).

Elle a deux missions principales :

- La préservation de la stabilité du système financier : elle assure une surveillance permanente et sur place des personnes soumises à son contrôle, elle veille à l'élaboration et à la mise en œuvre des mesures de prévention et de résolution des crises bancaires.
- La protection de la clientèle : elle veille au respect de l'ensemble des règles destinées à assurer la protection de la clientèle. Elle émet à ce titre des recommandations de bonnes pratiques commerciales de la profession.

L'ACPR appartient au collège européen des organes de supervisions bancaires et assuranciers. Elle entretient des liens étroits avec les organismes de surveillance internationaux.

Elle est organisée autour de trois instances :

- Le collège de supervision constitué de 19 membres. Il traite des questions générales de supervision et de stabilité financière, mais aussi de toutes les orientations générales qui régissent le fonctionnement de l'Autorité, qu'il s'agisse de définir les priorités du contrôle, de voter le budget ou d'élaborer les principes d'organisation et de fonctionnement.
- La commission de sanction qui exerce le pouvoir disciplinaire.
- Les commissions consultatives qui permettent d'associer les professionnels des secteurs bancaires et assuranciers aux exécutions des missions de l'ACPR. Par exemple, la commission des pratiques commerciales est en charge de rendre des avis sur les projets de recommandations ainsi que d'approfondir certaines thématiques en matière de protection de la clientèle.



### **Autorité des marchés financiers (AMF)**

Créée en août 2003 (articles L. 621-1 et suivants du code monétaire et financier), l'Autorité des marchés financiers est issue de la fusion de la Commission des opérations de bourse (COB), du Conseil des marchés financiers (CMF) et du Conseil de discipline de la gestion financière (CDGF).

Cette autorité administrative indépendante a pour mission de veiller au bon fonctionnement des marchés d'instruments financiers et à l'information des investisseurs.

L'Autorité des marchés financiers comprend un collège de 16 membres, une commission des sanctions, un conseil scientifique, des commissions spécialisées et des commissions consultatives dont la Commission « Epargnants ». Cette dernière a notamment travaillé sur l'indemnisation des préjudices subis par les épargnants (Rapport du groupe de travail présidé par Jacques Delmas-Marsalet et Martine Ract-Madoux relatif à l'indemnisation des préjudices subis par les épargnants et les investisseurs).

Le **médiateur de l'AMF** est « habilité à recevoir de tout intéressé les réclamations qui entrent par leur objet dans la compétence de l'Autorité des marchés financiers et à leur donner la suite qu'elles appellent » ([article L. 621-19](#) du code monétaire et financier). A l'égard des consommateurs, il « accomplit sa mission de médiation (...) dans les conditions applicables à la médiation de la consommation ».

Enfin, l'AMF a créé, avec la Banque de France et l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), une plate-forme commune d'informations et d'orientation des consommateurs en matière d'assurance, de banque et de placements financiers : Assurance Banque Epargne Info Service.

Permanence téléphonique Epargne Info-Service, du lundi au vendredi 9h00 à 18h00, au 0 811 901 801 (prix d'un appel local à partir d'un poste fixe en France métropolitaine) ou par internet.



### **Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)**

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes a été créée par la loi du 20 mai 2005. Elle s'est substituée à l'Autorité de régulation des télécommunications (ART). L'ART avait été créée en 1997 pour réguler les activités de télécommunications (ouverture à la concurrence et maintien du service universel). En 2005, le législateur a souhaité lui confier également la régulation des activités postales. C'est ainsi que l'ART est devenue l'Arcep.

Cette autorité administrative indépendante doit veiller au bon fonctionnement du marché des télécommunications et des postes, au financement et à la sauvegarde du service universel. En matière de télécommunications, elle est en particulier chargée de l'analyse des marchés. En matière postale, la régulation des activités postales vise à concilier l'existence et la viabilité du service universel postal avec l'ouverture progressive à la concurrence sur le marché des envois de correspondance. Parmi ses missions, l'Arcep contrôle les prestations de service universel, notamment la qualité et les tarifs. Elle peut imposer un contrôle tarifaire au titre du service universel et dispose d'un pouvoir de sanction à l'encontre des opérateurs.

L'Arcep peut être consultée sur des projets de loi ou de règlement, et participe aux négociations communautaires et internationales (article L. 5 et L. 36-5 du code des postes et des communications électroniques).

L'Arcep est composée d'un collège de sept membres, nommés pour un mandat de six ans par les présidents de la République, du Sénat et de l'Assemblée nationale. Le Président de l'Autorité est nommé par le Président de la République, sur proposition du Premier ministre.

Elle possède une unité "Relations avec les consommateurs" chargée d'aider les consommateurs dans leurs litiges avec les opérateurs de communications électroniques.

En matière postale, l'Arcep traite des "réclamations des usagers des services postaux qui n'ont pu être satisfaites dans le cadre des procédures mises en place par les prestataires de services postaux autorisés" (article L. 5-7-1 du code des postes et des communications électroniques).

La direction des Services fixe et mobile et des relations avec les consommateurs est chargée en premier lieu de la régulation concurrentielle des marchés des services de téléphonie fixe, du marché des services de capacité et

des marchés mobiles. Elle mène les analyses de marchés correspondantes, met en œuvre et contrôle les obligations qui en découlent. Elle est responsable de la mise en œuvre du régime d'autorisation générale des opérateurs de communications électroniques et contrôle les obligations leur incombant.

Elle développe, en deuxième lieu, l'action de l'Autorité en matière d'intégrité et de sécurité des réseaux. Elle établit et gère le plan de numérotation et contrôle les obligations qui en découlent.

Enfin, elle assure les relations de l'Autorité avec les consommateurs, notamment en assurant le secrétariat du Comité des consommateurs.

L'ARCEP a créé un site Internet d'information dédié aux consommateurs de services de communications électroniques ([www.telecom-infoconso.fr](http://www.telecom-infoconso.fr)) ainsi qu'une plateforme "J'alerte l'ARCEP" qui permet d'alerter sur les dysfonctionnements pouvant être rencontrés dans les relations avec les opérateurs fixes, mobiles, internet et postaux ([www.jalerte.arcep.fr](http://www.jalerte.arcep.fr)).



### Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)

L'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) est une association interprofessionnelle régie par la loi de 1901 qui constitue un organisme privé d'autorégulation de la publicité en France. Créé en août 1935 sous le nom d'Office de contrôle des annonces, l'organisme devient Bureau de vérification de la publicité (BVP) en 1953, avant de prendre le nom d'ARPP en 2008.

L'ARPP a pour but de mener toute action en faveur d'une publicité loyale, véridique et saine, dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité.

L'organisme assure un contrôle *a priori* des publicités audiovisuelles, délivre des conseils tous médias et élabore des règles déontologiques, les Recommandations, dont il publie régulièrement des bilans d'application sur un vaste échantillon de publicités diffusées.

L'ARPP est consultée par :

- tous les médias et supports publicitaires, qui lui adressent, avant diffusion, les messages publicitaires sur lesquels ils désirent obtenir un conseil ;
- les agences, qui lui soumettent pour examen des campagnes publicitaires, des messages, afin que ces derniers soient conformes avec les règles applicables ;
- les annonceurs, qui s'engagent ainsi pour une communication responsable.

Trois instances sont associées à l'ARPP :

- le Conseil de l'Ethique Publicitaire (CEP), qui a une mission de réflexion/anticipation,
- le **Conseil paritaire de la publicité (CPP)**, instance de concertation/représentation, auquel des associations de consommateurs sont membres, qui émet des Avis exprimant les attentes des parties prenantes préalablement à l'élaboration ou à la mise à jour d'une règle déontologique,
- le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP), qui traite des plaintes.



### Bureau de la métrologie

Le Bureau de la métrologie dépend du ministère de l'Economie et des Finances.

Il a pour mission principale l'élaboration de textes réglementaires et de normes pour le contrôle de la qualité des instruments de mesure et des opérations de mesurage, et la coordination des activités de contrôle des Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE et DIECCTE).

Les services métrologie des DIRECCTE procèdent à des contrôles sur différents types d'instruments de mesure utilisés dans le commerce, tels que les pompes à essence, les balances alimentaires, les taximètres ou les compteurs de fioul sur les camions de livraison. Ils surveillent également l'action des organismes agréés qui effectuent les contrôles techniques obligatoires de ces instruments. Cette chaîne de contrôle contribue à assurer la justesse des instruments et la loyauté des transactions commerciales, au bénéfice de la compétitivité des entreprises et de la protection des consommateurs.



### **Commission d'accès aux documents administratifs (CADA)**

La Commission d'accès aux documents administratifs (CADA) a été instituée par la loi du 17 juillet 1978 (codifiée dans le code des relations entre le public et l'administration, en vigueur depuis le 1er janvier 2016, articles L. 300-1 et suivants).

Cette loi reconnaît à toute personne le droit d'accès aux documents administratifs, qu'ils soient détenus par l'Etat, une collectivité territoriale, un établissement public ou un organisme de droit privé chargé de la gestion d'un service public.

La CADA est chargée de veiller au respect de ce droit, notamment en émettant des avis lorsqu'elle est saisie par une personne qui rencontre des difficultés pour obtenir la communication d'un document administratif.



### **Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)**

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) a été instituée par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

La CNIL est l'autorité en charge de l'application du Règlement général sur la protection des données (RGPD) entré en vigueur le 25 mai 2018.

Autorité administrative indépendante composée de parlementaires, de hauts magistrats et de personnalités qualifiées, la Cnil veille à la bonne application de la réglementation. Elle dispose d'un pouvoir de sanction en cas de non-respect des textes.

Le consommateur peut saisir la Cnil, en particulier pour exercer son droit d'accès indirect pour les fichiers intéressant la sécurité publique et la sûreté de l'État, ou pour déposer plainte à l'encontre d'une entreprise ne respectant pas les droits de la personne fichée (par exemple, le droit d'opposition à figurer dans un fichier).



### **Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)**

Créé en janvier 1989, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), autorité administrative indépendante, garantit l'exercice de la liberté de la communication audiovisuelle.

Entre autres activités, il nomme les principaux responsables de l'audiovisuel public, donne des avis sur les projets gouvernementaux et attribue les fréquences de radio et de télévision.

Il contrôle également le respect par les médias audiovisuels du pluralisme et de l'honnêteté de l'information, de la qualité et de la diversité des programmes, de la concurrence, le respect de la dignité humaine, la protection des consommateurs (règles relatives aux communications commerciales – publicité, parrainage placements de produits), du jeune public (signalétique des émissions), de l'indépendance et de l'impartialité du secteur public.

Le CSA est chargé de "veiller à la défense et à l'illustration de la langue et de la culture françaises" sur les antennes, de rendre les programmes de la télévision accessibles aux personnes souffrant d'un handicap auditif ou visuel ; de veiller à la représentation de la diversité de notre société dans les médias ; contribuer aux actions en faveur de la protection de la santé (par exemple, adoption d'une charte alimentaire dans le cadre de la lutte contre l'obésité), etc.

Son pouvoir de sanction est varié : mises en demeure, sanctions pécuniaires, suspensions, retraits des autorisations.

## **ENERGIE, ENVIRONNEMENT ET DEVELOPPEMENT DURABLE**



### **Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)**

Créée en décembre 1990, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) est un établissement public à caractère industriel et commercial chargé de conseiller les pouvoirs publics, les collectivités territoriales, les entreprises et les particuliers.

Elle est implantée dans toutes les régions et exerce des actions d'orientation, d'animation et d'information dans les domaines environnementaux. Elle intervient dans la lutte contre le changement climatique, le développement des transports propres, les économies d'énergie, la qualité de l'air, la lutte contre le bruit, la réduction de la production de déchets, le développement des énergies et matériaux renouvelables, la réhabilitation des sites et sols pollués... Elle a pour mission d'accompagner la transition écologique et énergétique notamment en participant au financement de projets ou à la recherche pour leur mise en œuvre.



### **Commission de Régulation de l'Énergie (CRE)**

Créée en 2010 à l'occasion de l'ouverture à la concurrence des marchés de l'énergie (électricité et gaz naturel), la CRE est une autorité administrative indépendante (articles L. 131-1 et suivants du code de l'énergie). Son rôle est de garantir le bon fonctionnement des marchés de l'énergie au bénéfice des consommateurs finals, en cohérence avec les objectifs de politique énergétique. Dans l'exercice de ses missions, la CRE doit conjuguer les besoins du marché français et la construction du marché intérieur européen.

La CRE doit consulter le Conseil supérieur de l'énergie préalablement à ses décisions pour les sujets pouvant « avoir une incidence importante sur les objectifs de politique énergétique » selon une liste préétablie par décret en Conseil d'Etat (article L. 134-9 du code de l'énergie).

L'ensemble des missions de la CRE s'articule autour de deux grands axes :

#### **La régulation des réseaux d'électricité et de gaz naturel :**

- Elle doit garantir un accès transparent et non discriminatoire aux opérateurs et aux consommateurs aux réseaux et à tous les ouvrages qui en dépendent. C'est la CRE qui fixe les tarifs d'utilisation des réseaux publics d'électricité et de gaz naturel ;

- Elle veille au bon fonctionnement et au développement des réseaux et des infrastructures d'électricité et de gaz naturel ;
- Elle garantit l'indépendance des gestionnaires de réseaux ;
- Elle contribue à la construction du marché intérieur européen de l'électricité et du gaz.

#### **La régulation des marchés d'électricité et de gaz naturel :**

- Elle surveille les transactions effectuées sur les marchés d'électricité, de gaz naturel et de CO2. Pour réaliser cette mission, la CRE possède des pouvoirs d'enquête et de sanction notamment pour prévenir toute subvention croisée, toute discrimination ou toute entrave à la concurrence.
  - Elle veille au bon fonctionnement des marchés de détail et, notamment, elle rend des avis sur la fixation des tarifs réglementés du gaz naturel et de l'électricité et des tarifs sociaux. Ces avis sont généralement suivis par les ministres chargés de l'énergie et de l'économie.
  - Elle concourt à la mise en œuvre des dispositifs de soutien à la production d'électricité et à la fourniture d'électricité et de gaz. Il s'agit principalement des dispositifs de soutien aux énergies renouvelables et de l'accès régulé à l'électricité nucléaire historique (ARENH).
- Enfin, elle informe l'ensemble des consommateurs. Pour assurer cette mission, la CRE a créé et participe avec le Médiateur national de l'énergie au site Energie-Info, un service d'information partagé qui permet de répondre aux demandes individuelles des consommateurs.
- Une partie des compétences de la CRE sont exercées par le Comité de règlement des différends et des sanctions (CoRDIS), créé par la loi du 7 décembre 2006 relative au secteur de l'énergie.

Le comité est chargé par la loi de régler, dans leurs aspects techniques et financiers, les différends entre gestionnaires et utilisateurs des réseaux publics d'électricité et de gaz naturel. Ce comité, indépendant du collège des commissaires, permet à la CRE d'accomplir une de ses missions fondamentales : garantir l'accès transparent et non discriminatoire aux réseaux d'énergie, clé de l'ouverture à la concurrence.



#### **France Nature Environnement (FNE)**

Crée en 1968, cette association reconnue d'utilité publique a pour objet la protection de la nature et de l'environnement, dans la perspective humaniste d'une société supportable et désirable et donc notamment de promouvoir et de veiller à une production et une consommation ainsi que des déplacements supportables et désirables pour l'humain et l'environnement, de promouvoir et veiller à la diffusion et au développement d'une information environnementale et sanitaire, vraie et loyale.



#### **Médiateur national de l'énergie (MNE)**

Le médiateur national de l'énergie est une institution publique indépendante, créée en 2007 par la loi de décembre 2006 et encadrée par les articles L. 122-1 et suivants du code de l'énergie. Il est chargé de recommander des solutions aux litiges avec les entreprises du secteur de l'énergie et d'informer les consommateurs sur leurs droits. Le MNE est référencé sur la liste des médiateurs de la consommation établie par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC), (voir le site de la CECMC - [www.mediation-conso.fr](http://www.mediation-conso.fr)).

Le MNE peut intervenir pour tous les litiges nés de contrats conclus avec un fournisseur ou un distributeur d'électricité ou de gaz naturel, de gaz pétrole liquéfié en bouteille ou en citerne, de fioul, de bois ou de réseau de chaleur. En cas de litige, les consommateurs particuliers peuvent le saisir gratuitement par voie postale ou par Internet. Sont concernés tous les litiges nés de contrats conclus avec une entreprise du secteur de l'énergie, les

contrats de raccordement avec ERDF, GrDF ou à un réseau de chaleur ou de GPL ainsi que les contrats sur les services annexes des fournisseurs (exemple : conseils sur les économies d'énergie).

Si le litige est recevable, le médiateur émet une recommandation, c'est-à-dire une proposition de solution au litige. Un certain nombre de recommandations ont une portée générale. Le MNE a ainsi un rôle d'amélioration des règles et de leur application sur tout le secteur de l'électricité et du gaz naturel. Il participe également à de nombreuses instances de concertation avec les professionnels et les associations de consommateurs.

Afin d'informer et de conseiller les consommateurs, les pouvoirs publics ont confié au médiateur national de l'énergie la mise en place et la gestion d'un site neutre et transparent d'information sur l'énergie. Ce site contient plusieurs outils pratiques, comme le comparateur d'offres d'électricité et de gaz, mais aussi des calembours, qui permettent notamment d'évaluer l'impact sur les factures de l'évolution des prix de l'électricité ou du gaz, de vérifier le montant des taxes, ou encore, de savoir qui sont les fournisseurs dans un périmètre donné. Il répond également par des fiches courtes et claires aux questions du quotidien que peuvent se poser les consommateurs d'énergie.

## OBSERVATION ET ETUDES



**Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC)**

Créé en 1953, le CREDOC analyse et anticipe le comportement des individus dans leurs multiples dimensions : consommateurs, agents de l'entreprise, acteurs de la vie sociale.

Le CREDOC a mis en place depuis 1978 un dispositif permanent d'enquêtes sur les modes de vie, les opinions et les aspirations des Français. Il s'est spécialisé dans la construction de systèmes d'information, d'enquêtes quantitatives ad hoc, d'enquêtes qualitatives par entretien ou par réunions de groupe, d'analyse lexicale.

En 2005, la tutelle de cet organisme a été transférée du commissariat général du Plan au ministre chargé de la consommation et du commerce.



**Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE)**

L'INSEE est une direction générale du ministère de l'Économie et des finances implantée dans l'ensemble du territoire français.

Il collecte, produit et diffuse des informations sur l'économie et la société françaises afin que tous les acteurs intéressés (administration, entreprises, chercheurs, médias, enseignants, particuliers) puissent les utiliser pour réaliser des études, faire des prévisions et prendre des décisions.

En matière de consommation, l'INSEE publie toute une série d'indicateurs utiles, notamment l'indice des prix à la consommation, l'indice des prix dans la grande distribution, l'indice du coût de la construction, l'indice de référence des loyers...



Association française de normalisation (AFNOR)

Créée en 1926, l'Association française de normalisation (Afnor) relève de la loi de 1901. Le décret n° 2009-697 du 16 juin 2009 définit ses missions. L'Afnor oriente et coordonne l'élaboration des normes nationales et la participation à l'élaboration des normes européennes et internationales. Elle s'appuie sur un réseau de 20 000 experts, et son conseil d'administration comprend des représentants de l'ensemble des partenaires concernés par la normalisation : pouvoirs publics, professionnels, organisations de consommateurs, ONG, collectivités territoriales, partenaires sociaux...

L'Afnor est membre du Comité européen de normalisation (CEN), du Comité européen de normalisation en électronique et en électrotechnique (CENELEC), de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) et de la Commission électrotechnique internationale (IEC).

L'Afnor fait partie du « groupe Afnor », qui est organisé autour de 4 grands domaines de compétence : la normalisation, la certification, l'édition de solutions de services d'information technique et professionnelle et la formation.

**Afnor Certification** délivre des certificats attestant la conformité des systèmes, des produits, des services ou encore des compétences professionnelles après évaluation aux différents référentiels, qui leur sont applicables. Les deux marques les plus connues délivrées par Afnor certification sont NF et AFAQ.

Au sein de l'Afnor, un **Comité de coordination et de pilotage de la normalisation (CCPN)** est chargé de préparer la stratégie française de normalisation, de définir les objectifs et les priorités générales des programmes de normalisation et de s'assurer de leur cohérence par rapport aux politiques nationales, européennes et internationales.

Le **Comité d'audit et d'évaluation (CAE)** du système français de normalisation assure les fonctions d'audit et d'évaluation des entités composant le système français de normalisation.

Enfin, les **Comités Stratégiques (CoS)** assurent la gestion collective des grands programmes de normalisation. Il en existe 15, notamment concernant les Biens de consommation, les sports et les loisirs, l'Environnement et la responsabilité sociétale, la Santé et l'action sociale ou encore l'Agroalimentaire. Chaque CoS réunit les principaux décideurs du secteur économique concerné, définit les priorités de travail, et prépare les positions françaises à l'internationale, en anticipant les développements normatifs souhaitables.

Le **Comité Consommation (COSAC)** a une fonction de conseil auprès du conseil d'administration de l'Afnor. Composé de 7 associations de consommateurs nationales agréées, il réunit également des représentants du ministère de l'industrie, de la DGCCRF, de l'Institut national de la consommation (INC), du réseau d'essais représenté par le Laboratoire national de métrologie et d'essais (LNE), et de secteurs professionnels (notamment la grande distribution). Il a pour mission de rassembler les demandes et les besoins des consommateurs. Il définit les priorités et contribue à l'élaboration et au suivi des programmes de normalisation. Il assure la représentation des consommateurs dans les instances de normalisation françaises, européennes et internationales et suit tout particulièrement les activités du Copolco (Comité pour la politique en matière de consommation de l'ISO).

Un groupe de travail "Priorités des consommateurs" permet de plus de réunir deux fois par an l'ensemble des représentants des organisations de consommateurs, dont toutes les associations de consommateurs présentes au Conseil national de la consommation, pour échanger autour des sujets liés à la normalisation et partager les retours d'expérience.



### **Comité français d'accréditation (COFRAC)**

Le COFRAC, créé en 1994 sous le régime de la loi du 1<sup>er</sup> 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, dont les associations de consommateurs, d'usagers ou de protection de l'environnement.



### **Laboratoire national de métrologie et d'essais (LNE)**

Créé en 1901 comme département du Conservatoire national des arts et métiers, cet organisme a d'abord effectué des essais physiques sur les matériaux puis s'est intéressé à la sécurité des produits de consommation.

En 1978, le Laboratoire national d'essais (LNE) devient un établissement public à caractère industriel et commercial (articles L. 561-1 et L. 562-1 du code de la consommation).

En 2005, il intègre les activités de métrologie du Bureau national de métrologie et devient le Laboratoire national de métrologie et d'essais.

Le LNE est le laboratoire de référence chargé d'accompagner la collectivité dans son évolution et ses progrès, pour améliorer la compétitivité des entreprises tout en préservant un haut niveau d'exigences en matière de sécurité des consommateurs, santé publique, protection de l'environnement et maîtrise de l'énergie. Pour cela il s'appuie sur ses cinq activités : recherche et transfert, essais et étalonnages, assistance technique, certification, formation et information.

Il intervient sur 9 marchés : Bâtiment/produits de construction, Biens de consommation, Collectivités, Défense et sécurité, Emballages et conditionnement, Energie et environnement, Médical/santé, Transport, et autres industries. Le Laboratoire a 10 implantations : PARIS, Trappes, Saint-Denis, Toulouse, Nîmes, Poitiers, Saint-Etienne, Hong-Kong, Shanghai et Washington.

## **TRANSPORTS**



### **Autorité de la qualité de service dans les transports (AQST)**

L'Autorité est une instance administrative, créée par les décrets n° 2012-211 du 14 février 2012 et 2012-216 du 15 février 2012. Elle est instituée au sein du Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD).

Elle a pour objectif de contribuer à l'amélioration de la qualité de service dans les transports de voyageurs terrestres (ferroviaires et routiers, urbains et interurbains), maritimes et aériens, en accordant une attention particulière à la régularité, à la ponctualité et à la qualité de l'information diffusée aux voyageurs. Elle veille à ce que les opérateurs de transport respectent leurs obligations en matière de qualité de service. La mission de l'Autorité consiste ainsi à informer les voyageurs, selon des modalités claires et transparentes, sur l'évolution dans la durée de la qualité de leurs services de transport, sur leurs droits et sur les démarches à accomplir pour les faire valoir. Elle n'a pas vocation à traiter des dossiers ou demandes individuels.

Elle dispose d'un site Internet dédié à la qualité de service dans les transports.

Elle a également pour rôle de contribuer à améliorer les dispositifs de traitement des réclamations et de médiation, notamment par les opérateurs de services de transport. Elle peut évaluer ces dispositifs au regard de leur accessibilité, de leur qualité et de leur efficacité et, quand il y a lieu, des conditions d'impartialité et d'indépendance dans lesquelles ils sont mis en œuvre.



### **Haut Comité de la qualité de service dans les transports**

Le Haut Comité associe l'ensemble des parties prenantes à la qualité de service dans les transports et est placé auprès de l'Autorité de la qualité de service dans les transports (AQST). Il a été créé par le décret n° 2012-211 du 14 février 2012 modifié.

Instance consultative unique en son genre par sa représentativité, le Haut Comité est étroitement associé au fonctionnement de l'Autorité. Il joue le rôle d'un comité d'orientation, à la fois instance d'analyse et d'expertise et force de proposition. Il peut formuler des recommandations à l'AQST visant à améliorer le service rendu aux voyageurs et usagers des transports. Il peut également être saisi pour avis par le ministre chargé des transports ou par l'AQST elle-même de toute question relative à la qualité du service rendu aux voyageurs et aux relations entre les opérateurs des services de transports et les voyageurs dans le domaine de la qualité de service.

Le Haut Comité comprend 37 membres répartis en 4 collèges, dont un collège de représentants des consommateurs et usagers des transports (neuf membres d'associations représentatives de consommateurs et d'usagers des transports et un représentant de l'Association des Paralysés de France).

Le Haut Comité se réunit à l'initiative de son président afin de suivre régulièrement l'activité de l'AQST :

- suivi et analyse des indicateurs de ponctualité (départ/arrivée) et de régularité mesurés sur des centaines d'origines/destinations et diffusés sur le site [qualitetransports.gouv.fr](http://qualitetransports.gouv.fr) ;
- analyse et débat sur les modalités d'extension du champ d'action de l'AQST à tous les modes de transport (urbain, ferroviaire régional, routier de voyageurs, maritime) ;
- examen des contenus diffusés sur le site concernant l'information des voyageurs sur leurs droits et leurs démarches et propositions de compléments, d'actualisation ou d'amélioration de ces contenus ;
- examen de toute proposition sur l'amélioration de la qualité de service dans les transports ;
- proposition de thèmes d'études et d'enquêtes à mener par l'AQST.



### L'Union européenne au service du consommateur

La protection du consommateur et sa reconnaissance comme acte économique important font partie des fondamentaux de la construction européenne.

Petit panorama des associations et structures communautaires ou nationales au service de la consommation en Europe.

### Historique et perspectives

Dès les années soixante-dix, l'Europe prend en compte les consommateurs dans sa politique. En 1992, le Traité de Maastricht consacre son titre XI à leur protection. La garantie d'un niveau élevé de protection des consommateurs au sein de l'UE est inscrite dans la Charte des droits fondamentaux. Il s'agit également d'un objectif général conformément à l'article 12 du Traité sur le fonctionnement de l'UE.

En 1995, la Commission européenne crée une direction générale de la consommation, la DG XXIV, dont les objectifs sont notamment l'amélioration de la sécurité des produits et services et le développement du dialogue entre la Commission et les organisations de consommateurs. En 1997, la DG se voit confier de nouvelles missions dans le domaine de la protection de la santé. En 1999, les secteurs de la santé et de la consommation sont réunis au sein d'une même direction, la direction générale de la santé et de la protection des consommateurs (DG Sanco). Fin 2014, avec la mise en place de la nouvelle Commission présidée par Jean-Claude Juncker, la politique de protection des consommateurs est intégrée au portefeuille du commissaire à la justice, aux consommateurs et à l'égalité des genres (DG Justice).

De nombreuses directives ont été adoptées, que ce soit sur le crédit à la consommation, les droits des consommateurs, les virements transfrontières, la publicité comparative, etc. Mais pour les consommateurs, l'Europe a pris concrètement forme le 1er janvier 2002 avec l'entrée en vigueur de l'euro, étape décisive dans la réalisation du marché commun.

Une nouvelle étape est annoncée avec la nouvelle Commission Juncker qui fixe la réalisation du Marché unique numérique comme une de ses 10 priorités. Il s'agit "d'adapter le marché unique de l'UE à l'ère numérique, de faire tomber les barrières réglementaires et de transformer les 28 marchés nationaux en un marché unique."

La Commission promeut l'information et l'éducation du consommateur, en renforçant les actions développées telles que le portail de ressources pédagogiques pour l'enseignement secondaire (et bientôt primaire) ConsumerClassroom ou encore le programme de cours en ligne ConsumerChampion destiné aux associations de consommateurs.

Les dépenses des consommateurs représentent 56 % du PIB de l'Union européenne. Plus que jamais, des consommateurs bien informés et avertis peuvent stimuler l'innovation et la croissance en se montrant exigeants sur les prix, la qualité et le service. La crise économique a généré de nouveaux besoins et de nouvelles façons d'acheter, telles que le commerce électronique et les services numériques. L'information des consommateurs doit aussi suivre les mutations des marchés (par exemple, leur libéralisation dans les secteurs de l'énergie ou des télécommunications). Ainsi, l'Union européenne s'est dotée d'une véritable politique de soutien des Etats membres en matière de protection des consommateurs. Un des piliers du programme "Consommateurs 2014-2020" est l'information et l'éducation des consommateurs et le soutien aux organisations de consommateurs.

L'Union européenne négocie actuellement un accord de commerce et d'investissement avec les États-Unis : le partenariat transatlantique de commerce et d'investissement, ou TTIP. Des associations de protection de consommateurs françaises et européennes sont parties prenantes dans ce débat. Elles portent de fortes revendications sur la sécurité des produits, les organismes génétiquement modifiés (OGM), la sécurité alimentaire ou encore la protection des données personnelles.

#### Les associations européennes



#### Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC)

Le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), créé en 1962, est une fédération de 41 associations de consommateurs de 31 pays d'Europe, qui représente les intérêts des consommateurs auprès de l'Union.

Le BEUC est la seule organisation communautaire qui ne s'occupe que des problèmes de consommation, les autres organisations ayant des champs d'activité plus larges. Membres français : CLCV, UFC-Que Choisir.



#### The European consumer voice in standardization

Créée en 1995, l'Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs pour la normalisation (ANEC) est une association internationale sans but lucratif.

Elle est née à l'initiative du Conseil consultatif des consommateurs (CCC), de la Commission européenne et du comité consultatif des consommateurs de l'Association européenne de libre-échange (AELE).

Elle renforce le rôle des consommateurs dans le processus de l'établissement des normes, principalement auprès des trois organismes européens de normalisation (reconnus par l'Union européenne et l'AELE (le CEN, le CENELEC et l'ETSI)).



#### Communauté européenne des coopératives de consommateurs (Euro Coop)

Fondée en 1957, European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop) rassemble 19 organisations nationales de coopératives de consommateurs pour la promotion des intérêts du mouvement coopératif et de leurs membres-consommateurs.

Ses priorités portent sur les domaines de la politique alimentaire et agricole, de la durabilité et de la politique des consommateurs. Euro Coop participe à différents forums comme la Plateforme des parties prenantes de l'Autorité européenne de sécurité alimentaire (EFSA), la Plateforme européenne d'action sur le régime alimentaire, l'activité physique et la santé, Le Forum de la distribution européenne pour la durabilité, le Groupe consultatif européen des consommateurs.



#### Confédération des organisations familiales de l'Union européenne (COFACE)

Fondée en 1958 sous le nom de Comité d'action européen de l'union internationale des organismes familiaux, la Confédération des organisations familiales de l'Union européenne (Coface) compte 59 organisations membres dans 23 pays de l'Union européenne.

Les activités de la Coface sont réparties en 5 groupes de travail, dont l'un est consacré aux politiques de protection des consommateurs, de services, de santé publique et de développement durable. Organisations de consommateurs françaises membres de la Coface : la Confédération syndicale des familles (La CSF), Familles de France, Familles Rurales et l'Union nationale des associations familiales (UNAF).

## Les structures publiques de l'Europe



### **Direction générale de la justice et des consommateurs (DG Justice)**

La Direction générale de la justice et des consommateurs, la DG Justice, est un service de la Commission européenne en charge des politiques en matière de justice, de protection des consommateurs et d'égalité hommes-femmes.

La direction générale se compose de cinq directions: justice civile, justice pénale, droits fondamentaux et citoyenneté de l'Union, égalité et politique des consommateurs.



### **Direction générale Santé et sécurité alimentaire (DG Santé)**

La Direction générale de la santé et sécurité alimentaire, la DG Santé, est un service de la Commission européenne. Son objectif est de faire de l'Europe un lieu plus sûr, où les citoyens sont en bonne santé.

La DG Santé s'est donné pour missions :

- de protéger et d'améliorer la santé publique ;
- de garantir une alimentation sûre et saine en Europe ;
- de protéger la santé et le bien-être des animaux ;
- de protéger la santé des cultures et des forêts.



### **Parlement européen - Commission pour l'environnement, la santé publique et sécurité alimentaire (ENVI)**

Le Parlement européen est doté d'une commission compétente en matière de protection de l'environnement, de santé publique et de sécurité des aliments.

Avec ses 69 membres, la commission ENVI constitue la principale commission législative du Parlement européen.

Les membres de la commission ENVI travaillent activement à améliorer l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, notamment en réglementant l'étiquetage et la mise sur le marché des produits. La commission ENVI s'est engagée à proposer des solutions européennes à des questions de santé publique.



### **Parlement européen - Commission du marché intérieur et de la protection c consommateur (IMCO)**

La commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs (IMCO) est compétente pour les questions ayant trait à l'examen et au contrôle législatifs de la réglementation de l'Union sur la libre circulation

des biens, des services et des professionnels, la politique douanière, la normalisation et les intérêts économiques des consommateurs. Les membres de la commission œuvrent à réduire les obstacles économiques et à simplifier la législation afin d'accroître la compétitivité au sein du marché unique, tout en étant attentifs aux intérêts des consommateurs dans une multitude de secteurs.



### **Comité économique et social européen (CESE)**

Le Comité économique et social européen (CESE) est composé de 350 membres (ayant le titre de Conseillers) issus des milieux socio-économiques de l'Europe. A ce titre, il compte également des membres issus d'organisations de consommateurs (CLCV, UNAF pour la France).

Le Comité compte 6 sections :

- Agriculture, développement rural, environnement (NAT)
- Union économique et monétaire, cohésion économique et sociale (ECO)
- Emploi, affaires sociales, citoyenneté (SOC)
- Relations extérieures (REX)
- Marché unique, production et consommation (INT)
- Transports, énergie, infrastructures, société de l'information (TEN).



### **Groupe consultatif européen des consommateurs (GCEC)**

Les consommateurs sont actuellement représentés auprès de l'Union européenne par le Groupe consultatif européen des consommateurs (GCEC), instauré en 2003.

Il est composé d'un membre de chaque organisation européenne de consommateurs (BEUC, ANEC) et d'un membre représentant les organisations nationales de consommateurs de chaque Etat membre. Il comprend également deux membres associés (EURO COOP, Coface) et deux membres observateurs de l'Espace économique européen (Islande, Norvège).

Le Groupe émet des avis sur les questions communautaires, il conseille et oriente la Commission lors de la définition des politiques et activités ayant une répercussion sur les consommateurs.

Le groupe se réunit trois par an. Il est consulté chaque fois que la Commission européenne l'estime nécessaire, souvent par "procédure écrite", parfois par les biais de groupes de travail, et joue un rôle essentiel dans l'échange d'informations entre la Commission et les organisations de consommateurs sur le terrain.

La Commission préside et organise les travaux du groupe et en assure le secrétariat.



### **Centres européens des consommateurs (CEC)**

L'actuel réseau des Centres Européens des Consommateurs (CEC) a été créé en janvier 2005 par la Commission européenne, après la fusion de deux réseaux de protection du consommateur préexistants : le réseau extrajudiciaire européen (EEJ-Net) et le réseau des Euroguichets.

Les CEC ont pour missions d'informer les consommateurs sur leurs droits en Europe, de régler à l'amiable leurs litiges transfrontaliers de consommation, de promouvoir la médiation, d'observer le marché européen et de relayer

les réclamations des consommateurs auprès de la Commission européenne et des instances nationales et européennes.

Les CEC réalisent également des études comparatives de prix, de législations ou de tout autre domaine touchant les intérêts du consommateur.

Il existe un Centre Européen des Consommateurs dans chaque pays de l'UE, ainsi qu'en Norvège et en Islande, auprès duquel une aide et des conseils peuvent être obtenus en cas de problème à l'étranger. Le Centre Européen des Consommateurs France, interlocuteur direct des consommateurs français en litige avec un professionnel européen, est situé à Kehl en Allemagne et travaille ainsi dans les mêmes locaux que le Centre Européen des Consommateurs Allemagne.

### **Centre Européen des Consommateurs France**

Bahnhofplatz 3 77694 KEHL – Allemagne

Tél : +49 7851 991 480 ou 0 820 200 999 (0,129 cts/min + prix appel) - E-mail : [info@cec-zev.eu](mailto:info@cec-zev.eu) – Internet : <http://www.europe-consommateurs.eu/fr/>



### **Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA)**

L'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) a été créée en janvier 2002 à la suite d'une série de crises liées à la sécurité des aliments survenues à la fin des années 1990 (maladie de la vache folle, dioxine...).

Le système européen de sécurité des aliments est conçu de manière à séparer l'évaluation des risques de la gestion des risques.

Son rôle consistant à évaluer les risques, l'EFSA émet des avis et des conseils scientifiques afin d'apporter des bases solides aux politiques et à la législation européennes et d'aider la Commission européenne, le Parlement européen et les États membres de l'UE à arrêter leurs décisions en matière de gestion des risques.

Le champ de compétence de l'EFSA englobe la sécurité des aliments destinés à l'alimentation humaine et animale, la nutrition, la santé et le bien-être des animaux ainsi que la santé et la protection des plantes.

C'est une agence européenne indépendante financée par le budget de l'Union européenne qui fonctionne séparément de la Commission européenne, du Parlement européen et des États membres de l'UE.

Les instances de normalisation



### **Comité européen de normalisation (CEN)**

Le CEN a une vocation plurisectorielle et prend en charge le domaine que couvre l'ISO au niveau international. Il est composé des 33 organismes nationaux de normalisation. L'Afnor y représente la France. Les normes sont adoptées à l'issue d'une procédure de vote pondéré. Elles doivent être reprises par les organismes membres.



### **Comité européen de normalisation pour l'électrotechnique (CENELEC)**

Créé en 1973, le CENELEC est l'instance européenne de normalisation spécialisée dans les domaines électrique et électrotechnique. Il est composé de 33 membres. L'AFNOR y représente la France.

## Institut européen de normalisation dans le domaine des télécommunications (ETSI)



L'ETSI élabore les normes européennes des télécommunications, mais son champ territorial dépasse l'espace économique européen. Il regroupe plus de 750 membres, opérateurs, administrations et utilisateurs appartenant à 64 pays.



### Les associations et les institutions des Etats membres

Il existe, dans chaque État membre de l'Union européenne, des organismes publics et associatifs spécialisés dans le domaine de la consommation.

La Commission européenne a recensé l'ensemble de ces structures. Pour chaque pays de l'UE, en plus de la liste des organisations nationales de consommateurs au niveau national, elle met à disposition des informations sur :

- les critères qui définissent ce qu'est une organisation de consommateurs ;
- le financement public des organisations de consommateurs ;
- les instances ou organismes qui rassemblent des organisations de consommateurs et les pouvoirs publics ;
- les politiques nationales vis-à-vis organisations de consommateurs.

> Voir le site Europa pour en savoir plus sur les associations de consommateurs dans chaque pays membre de l'UE



### Les consommateurs à l'heure de la mondialisation

Alors que les échanges commerciaux et la normalisation s'internationalisent toujours plus, les consommateurs européens entrent aisément en contact avec des fournisseurs établis à l'extérieur de l'Union – notamment grâce au commerce électronique.

Si les associations de consommateurs internationales existent depuis nombreuses années, les organismes internationaux (OMC, OCDE...) préoccupent eux aussi des questions consuméristes.

### Les associations internationales de consommateurs



#### Consumers international (CI)

C'est une fédération internationale d'associations de consommateurs dont l'objectif est de représenter la voix des consommateurs auprès des institutions internationales et de promouvoir le développement du mouvement consumériste dans le monde entier.

Fondée en 1960 et basée à Londres, CI est une organisation à but non lucratif qui compte plus de 240 organisations membres dans 120 pays, dont les associations de consommateurs françaises AFOC, CLCV et UFC-Que Choisir.

Depuis 1983, l'association célèbre la journée mondiale des droits des consommateurs le 15 mars.



### **International Consumer Research & Testing (ICRT)**

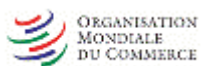
Créée en 1990 sous la forme d'une association sans but lucratif de droit britannique, l'International Consumer Research & Testing (ICRT) regroupe plus de 35 organisations de consommateurs, dont les principaux membres sont : Association des Consommateurs Test-Achats SC (Belgique), Consumentenbond (Pays-Bas), Consumer Reports (Etats-Unis), Stiftung Warentest (Allemagne), UFC-Que Choisir (France), Which ? (Royaume-Uni). L'ICRT a également des adhérents dans d'autres pays d'Europe, en Asie pacifique, en Amérique latine et en Afrique.

L'ICRT organise la coordination des enquêtes et des tests comparatifs de ses associations membres sur une large gamme de produits de grande consommation comme les appareils photo numériques, les téléphones mobiles, les téléviseurs, les voitures, les lave-linge, les lave-vaisselle, les aspirateurs et les ampoules électriques. En outre, il existe de nombreux autres petits essais collaboratifs, sur des produits qui vont des crèmes anti-rides aux chaussures de jogging.

Les membres jouent un rôle clé dans la promotion de normes de sécurité plus élevées pour les biens de consommation. ICRT facilite également l'échange d'informations et d'essais entre les membres dans des domaines tels que l'alimentation, la santé, l'environnement et les services financiers.

Au sein de l'Euro NCAP (European New Car Assessment Programme), d'un programme similaire en Amérique latine et de Global NCAP, les membres de l'ICRT collaborent avec les clubs automobiles pour tester les automobiles, les pneus et les sièges auto pour enfants.

### **Les grandes structures internationales**



### **Organisation mondiale du commerce (OMC)**

En 2015, l'OMC a célébré son vingtième anniversaire. Créée en 1995 en remplacement de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), l'Organisation mondiale du commerce (OMC) s'occupe des règles régissant le commerce entre ses 162 États membres.

Son but est d'aider les producteurs de marchandises et de services, les exportateurs et les importateurs à mener leurs activités.

Au cœur de l'Organisation se trouvent les accords négociés et signés par la majeure partie des puissances commerciales du monde et ratifiés par leurs parlements.

Les consommateurs sont particulièrement concernés par les négociations sur les services, notamment les services financiers, les discussions sur l'étiquetage, sur la sécurité des produits et les pratiques déloyales, sur l'application du principe de précaution et sur des questions de propriété intellectuelle.



### **Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)**

Mise en place en 1961, l'Organisation de coopération et de développement économiques compte 34 États membres.

L'OCDE aborde un large éventail de questions importantes pour les consommateurs, particulièrement au sein de son comité de la politique à l'égard des consommateurs (CPC). Ce dernier travaille sur la sécurité des produits, le développement de la confiance des consommateurs dans l'économie numérique, sur l'impact des nouvelles technologies et pratiques commerciales, et sur l'examen des régimes de politique de consommation. Il consulte périodiquement les représentants des consommateurs et des entreprises.

Le travail du CPC a notamment conduit l'OCDE à adopter en mars 2014 une "Recommandation sur le processus d'élaboration des politiques publiques en matière de consommation". En juillet 2007, l'organisation adoptait une "Recommandation sur le règlement des litiges de consommation et leur réparation". En 2003, des "lignes directrices régissant la protection des consommateurs contre les pratiques commerciales transfrontières frauduleuses et trompeuses".



#### Dialogue transatlantique des consommateurs (TACD)

Créé en 1998, le Transatlantic Consumer Dialogue (TACD) est un forum d'associations de consommateurs américaines et européennes, qui élabore et adopte des recommandations concernant la politique à mener à l'intention de la Commission européenne et du gouvernement des États-Unis d'Amérique. La Commission européenne lui apporte un soutien financier et en coordonne les activités.

51 associations d'Europe et 26 d'Amérique en sont membres. En France, la CLCV et l'UFC-Que Choisir y participent. Au niveau européen, l'ANEC, Euro Coop et le BEUC.

Le TACD émet des recommandations concernant l'alimentation, les services financiers, les échanges commerciaux, la propriété intellectuelle et les nanotechnologies.

#### La normalisation



#### Organisation internationale de normalisation (ISO) et Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO)

Organisation non gouvernementale créée en 1947, l'**Organisation internationale de normalisation** (ou International Organization for Standardization (ISO)) est une fédération des organismes nationaux de normalisation de 166 pays (dont l'Afnor pour la France). L'ISO adopte des normes dans des domaines très divers : agriculture, construction, multimédia...

Depuis 1978, l'ISO dispose d'un organe spécialisé, le Consumer Policy Committee, **Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO)**. Ce comité sélectionne, dans les travaux de l'ISO, des secteurs prioritaires pour les consommateurs, puis coordonne la participation des représentants des consommateurs aux comités techniques qui élaborent des normes dans ces domaines. Le COPOLCO développe également des publications afin de promouvoir la participation des consommateurs aux travaux de normalisation et pour former les représentants des consommateurs à cette tâche. Il coordonne les activités de formation et la représentation lors d'événements impliquant les consommateurs en matière de normalisation. Pour les consommateurs français, c'est le Comité Consommation (COSAC), instance de l'Afnor, qui suit tout particulièrement les activités du Copolco.



#### Commission électrotechnique internationale (IEC)

La Commission électrotechnique internationale (ou International Electrotechnical Commission (IEC)) élabore et publie des normes internationales pour tout ce qui a trait à l'électricité, à l'électronique et aux technologies

apparentées. Celles-ci servent de base à la normalisation nationale, et de références lorsqu'il s'agit de rédiger des soumissions et des contrats internationaux. La charte de l'IEC couvre l'ensemble de l'électrotechnologie. Cela englobe l'électronique, le magnétisme et l'électromagnétisme, l'électroacoustique, le multimédia, les télécommunications, la production et la distribution d'énergie. Parmi ses objectifs : contribuer à l'amélioration de la santé et de la sécurité des personnes, ainsi qu'à la protection de l'environnement. L'Afnor est membre pour la France (gestion du comité électrotechnique français).



### **Commission du Codex alimentarius**

Créée en 1963 par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'Organisation mondiale de la santé (OMS), la Commission du Codex alimentarius élabore des normes alimentaires, des lignes directrices, et d'autres textes tels que des codes d'usages, dans le cadre du programme mixte FAO-OMS dans ce domaine.

Les principaux objectifs de ce programme sont la protection de la santé des consommateurs, la promotion de pratiques loyales dans le commerce des aliments, et la coordination de tous les travaux de normalisation relatifs aux aliments, entrepris par des organisations gouvernementales ou non gouvernementales. Le point de Contact du Codex alimentarius en France est le Secrétariat général des Affaires européennes.

Elle compte 187 membres (186 états membres et 1 organisation membre, l'Union européenne) et 234 observateurs (54 organisations intergouvernementales, 164 organisations non gouvernementales et 16 organisations du système des Nations Unies).

## LES LOIS QUI ONT FAIT LE DROIT DE LA CONSOMMATION

Figurent ci-dessous, présentées de manière chronologique, les lois qui ont construit le droit de la consommation et qui ont été intégrées dans le code de la consommation ou dans d'autres codes.

Les grands textes relatifs à la concurrence et au marché intéressant directement les consommateurs ont été inclus dans cette liste.

**Loi du 1er août 1905** sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles (plusieurs fois modifiée).

**Ordonnances du 30 juin 1945** n° 45-1483 relative au prix et no 45-1484 relative à la constatation, la poursuite et la répression des infractions à la législation économique.

**Loi n° 48-1360 du 1er septembre 1948 ("loi de 48")** portant modification et codification de la législation relative aux rapports des bailleurs et locataires ou occupants de locaux d'habitation ou à usage professionnel et instituant des allocations de logement.

**Loi n° 65-557 du 10 juillet 1965** fixant le statut de la copropriété des immeubles bâtis (plusieurs fois modifiée).

**Loi n° 72-1137 du 22 décembre 1972** relative à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile.

**Loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 ("loi Royer")** modifiée d'orientation du commerce et de l'artisanat (publicité mensongère, action civile des organisations de consommateurs, urbanisme commercial).

**Loi n° 78-22 du 10 janvier 1978 ("1re loi Scrivener")** modifiée relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit.

**Loi n° 78-23 du 10 janvier 1978 ("2e loi Scrivener")** modifiée sur la protection et l'information des consommateurs de produits et de services (qualification des produits, clauses abusives).

**Loi n° 79-596 du 13 juillet 1979** relative à l'information et à la protection des emprunteurs dans le domaine immobilier.

**Loi n° 82-526 du 22 juin 1982** relative aux droits et obligations des locataires et des bailleurs ("loi Quilliot", remplacée par la loi no 86-1290 du 23 décembre 1986, puis par la loi no 89-462 du 6 juillet 1989).

**Loi n° 83-660 du 21 juillet 1983** relative à la sécurité des consommateurs et modifiant diverses dispositions de la loi du 1er août 1905.

**Ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986** relative à la liberté des prix et de la concurrence.

**Loi n° 88-14 du 5 janvier 1988** relative aux actions en justice des associations agréées de consommateurs et à l'information des consommateurs.

**Loi n° 88-21 du 6 janvier 1988** relative aux opérations de télépromotion avec offres de vente, dites "téléachat".

**Loi n° 89-421 du 23 juin 1989** relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales (démarchage par téléphone, loteries publicitaires, agences matrimoniales).

**Loi no 89-462 du 6 juillet 1989** tendant à améliorer les rapports locatifs et portant modification de la loi 86-1290 du 23 décembre 1986.

**Loi n° 89-1010 du 31 décembre 1989 ("loi Neiertz")** relative à la prévention et au règlement des difficultés liées au surendettement des particuliers et des familles.

**Loi n° 92-60 du 18 janvier 1992** relative à la protection des consommateurs (information précontractuelle, délais de livraison, publicité comparative).

**Loi n° 93-949 du 26 juillet 1993** relative au code de la consommation (partie législative).

**Loi n° 94-442 du 3 juin 1994** modifiant le code de la consommation en ce qui concerne la certification des produits industriels et des services et la commercialisation de certains produits.

**Loi n° 95-96 du 1er février 1995** concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial.

**Loi n° 98-389 du 19 mai 1998** relative à la responsabilité du fait des produits défectueux.

**Loi n° 98-535 du 1er juillet 1998** relative au renforcement de la veille sanitaire et du contrôle de la sécurité sanitaire des produits destinés à l'homme.

**Loi n° 98-657 du 29 juillet 1998** d'orientation relative à la lutte contre les exclusions (prévention des expulsions, protection des locataires de meublés).

**Loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 ("loi SRU")** relative à la solidarité et au renouvellement urbains (protection de l'acquéreur immobilier, logement décent, protection des occupants de logements-foyers).

**Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001** (transposition des directives en matière de publicité comparative, vente à distance, clauses abusives, actions en cessation des associations).

**Loi n° 2001-1168 du 11 décembre 2001 ("loi Murcef")** portant mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier (relations entre banques et clients).

**Loi n° 2002-303 du 4 mars 2002** relative aux droits des malades et à la qualité du système de santé.

**Loi n° 2003-706 du 1er août 2003** relative à la sécurité financière (crédit, comité consultatif des services financiers, démarchage bancaire ou financier).

**Loi n° 2003-710 du 1er août 2003** d'orientation pour la ville et la rénovation urbaine (faillite civile).

**Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004** pour la confiance dans l'économie numérique.

**Loi n° 2005-67 du 28 janvier 2005 ("loi Chatel")** tendant à conforter la confiance et la protection du consommateur (modalités de résiliation des contrats renouvelables par tacite reconduction et autres dispositions).

**Ordonnance n° 2005-136 du 17 février 2005** relative à la garantie de conformité du bien au contrat due par le vendeur au consommateur.

**Loi constitutionnelle n° 2005-205 du 1er mars 2005** relative à la Charte de l'environnement.

**Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005** relative à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs.

**Ordonnance n° 2005-1086 du 1er septembre 2005** instaurant un règlement transactionnel pour les contraventions au code de commerce et au code de la consommation et portant adaptation des pouvoirs d'enquête et renforcement de la coopération administrative en matière de protection des consommateurs.

**Ordonnance n° 2005-174 du 24 février 2005** relative à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours.

**Loi n° 2006-406 du 5 avril 2006** relative à la garantie de conformité du bien au contrat due par le vendeur au consommateur et à la responsabilité du fait des produits défectueux.

**Loi n° 2006-437 du 14 avril 2006** portant diverses dispositions relatives au tourisme.

**Loi n° 2006-872 du 13 juillet 2006** portant engagement national pour le logement.

**Loi n° 2006-1537 du 7 décembre 2006** relative au secteur de l'énergie (modifiée à plusieurs reprises notamment par la **loi n° 2010-607 du 7 juin 2010** autorisant les petits consommateurs domestiques et non domestiques d'électricité et de gaz naturel à accéder ou à retourner au tarif réglementé) et la **loi n° 2010-1488 du 7 décembre 2010** portant nouvelle organisation du marché de l'électricité (1).

**Loi n° 2007-131 du 31 janvier 2007** relative à l'accès au crédit des personnes présentant un risque aggravé de santé.

**Loi n° 2007-290 du 5 mars 2007** instituant le droit au logement opposable et portant diverses mesures en faveur de la cohésion sociale.

**Loi n° 2007-1774 du 17 décembre 2007** portant diverses dispositions d'adaptation au droit communautaire dans les domaines économique et financier (pouvoirs d'injonction de cessation de tout agissement illicite ou de supprimer toute clause illicite, pouvoir de saisine du juge pour la suppression d'une clause illicite ou abusive).

**Loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 ("loi Chatel")** pour le développement de la concurrence au service des consommateurs (communications électroniques, crédit à la consommation, vente à distance, soulevé d'office par le juge, habilitation pour une refonte du code de la consommation).

**Loi n° 2008-776 du 4 août 2008** de modernisation de l'économie (pratiques commerciales déloyales, clauses abusives, prestations de service après-vente, énergie, sécurité des produits, certification de produit ou de service, surendettement).

**Ordonnance n° 2008-810 du 22 août 2008** complétant la transposition de la directive 2001/95/CE du 3 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits.

**Loi n° 2009-323 du 25 mars 2009** de mobilisation pour le logement et la lutte contre l'exclusion.

**Loi n° 2009-526 du 12 mai 2009** de simplification et de clarification du droit et d'allègement des procédures (choix du tribunal par le consommateur, obligation générale d'information).

**Loi n° 2009-967 du 3 août 2009** de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement ("Grenelle 1").

**Loi n° 2009-888 du 22 juillet 2009** de développement et de modernisation des services touristiques.

**Loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009** portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires.

**Ordonnance n° 2010-177 du 23 février 2010** de coordination avec la loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires.

**Loi n° 2010-737 du 1er juillet 2010 ("loi Lagarde")** portant réforme du crédit à la consommation.

**Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010** portant engagement national pour l'environnement ("Grenelle 2").

**Loi n° 2010-1249 du 22 octobre 2010** de régulation bancaire et financière (modifie notamment la loi Lagarde).

**Loi n° 2010-1488 du 7 décembre 2010** portant nouvelle organisation du marché de l'électricité.

**Loi n° 2011-525 du 17 mai 2011** de simplification et d'amélioration de la qualité du droit (pratiques commerciales déloyales, loteries, vente sans commande préalable, vente subordonnée).

**Loi n° 2011-940 du 10 août 2011** modifiant certaines dispositions de la loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires.

**Ordonnance n° 2011-1012 du 24 août 2011** relative aux communications électroniques (protection des données personnelles, communications électroniques).

**Loi n° 2011-2012 du 29 décembre 2011** relative au renforcement de la sécurité sanitaire du médicament et des produits de santé.

**Loi n° 2012-375 du 19 mars 2012** relative à l'organisation du service et à l'information des passagers dans les entreprises de transport aérien de passagers et à diverses dispositions dans le domaine des transports.

**Loi n° 2012-1460 du 27 décembre 2012** relative à la mise en œuvre du principe de participation du public défini à l'article 7 de la Charte de l'environnement.

**Loi n° 2013-343 du 24 avril 2013** renforçant l'information des voyageurs lors de la commercialisation de titres de transport sur les compagnies aériennes figurant sur la liste noire de l'Union européenne.

**Loi n° 2013-453 du 3 juin 2013** visant à garantir la qualité de l'offre alimentaire en outre-mer.

**Loi n° 2013-672 du 26 juillet 2013** de séparation et de régulation des activités bancaires.

**Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 ("loi Hamon")** relative à la consommation.

**Loi n° 2014-366 du 24 mars 2014 ("loi ALUR")** pour l'accès au logement et un urbanisme rénové.

**Loi n° 2015-990 du 7 août 2015 ("loi Macron")** pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques.

**Loi n° 2015-992 du 17 août 2015** relative à la transition énergétique pour la croissance verte.

**Ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015** relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

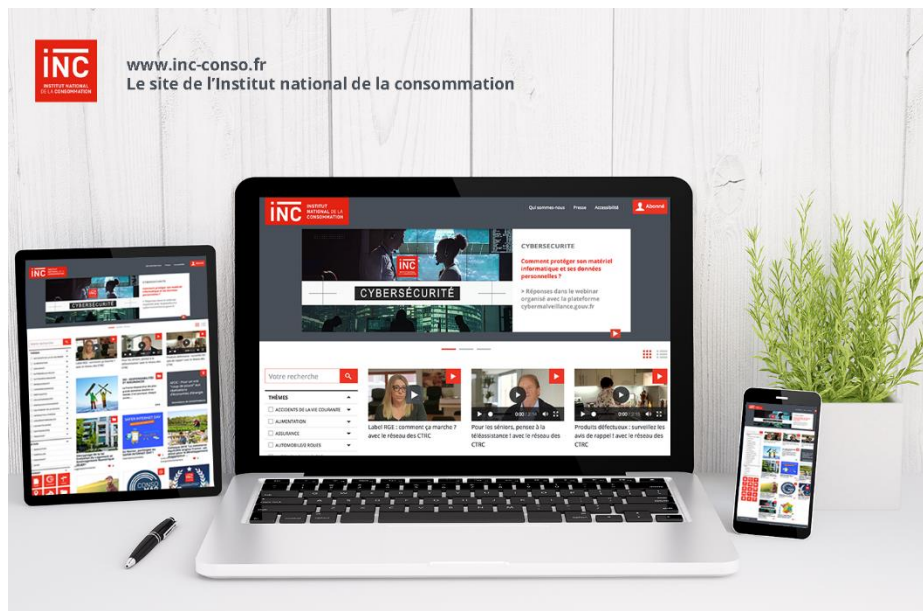
**Loi n° 2016-41 du 26 janvier 2016 ("loi Santé")** de modernisation de notre système de santé.

**Ordonnances n° 2016-301 du 14 mars 2016** relative à la partie législative du code de la consommation

**Ordonnance n° 2017-269 du 2 mars 2017** portant dispositions relatives à l'outre-mer du code de la consommation

**Loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018** pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous

**Loi n° 2018-1021 du 23 novembre 2018** portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique dite Loi "Elan".



Vos droits et recours (fiches pratiques, lettres types, questions-réponses).  
Adresses utiles, associations de consommateurs...

Guide réalisé par l'INC en Mars 2019