

ACTES

CRONOS

5^{ES} RENCONTRES
PARLEMENTAIRES POUR
LA CROISSANCE ET
LA CONSOMMATION

LES ENJEUX
DE LA LOI MACRON

PRÉSIDÉES PAR

Laurent Grandguillaume
Député de la Côte-d'Or

Co-président du Conseil de la simplification

Robert Rochefort
Député européen

Vice-président de la commission
du Marché intérieur et de la Protection
des consommateurs

MARDI
17 FÉVRIER 2015
MAISON
DE LA CHIMIE





Remerciements

Laurent Grandguillaume et **Robert Rochefort** remercient **Serge Michels**, président du conseil stratégique du Groupe Protéines, pour son allocution, **Bruno Lasserre**, président de l'Autorité de la concurrence, pour son allocution lors du déjeuner de ces Rencontres, **Gaëlle Copienne**, journaliste, pour en avoir animé les débats, **Corinne Erhel**, députée des Côtes-d'Armor, **Sophie Errante**, députée de la Loire-Atlantique, **Marc Goua**, député de Maine-et-Loire, **Philippe Houillon**, député du Val-d'Oise, et **Cécile Untermaier**, députée de Saône-et-Loire, ainsi que l'ensemble des intervenants qui, par leur expertise et leur contribution aux débats, ont concouru au succès de cette manifestation.

Ces Rencontres ont également été rendues possibles grâce au soutien et à l'implication de leurs partenaires :

Alliance du Commerce

Conseil National des Barreaux

Santéclair

UNAPL

1001Pharmacies.com

Sommaire

Ouverture des Rencontres

- 1 **Laurent Grandguillaume**
Député de la Côte-d'Or, co-président du Conseil de la simplification

SESSION I

Évolution des modes de consommation : entre nouveaux acteurs et nouvelles tendances, le consommateur maître du jeu ?

- 4 **Introduction**
Robert Rochefort, député européen, vice-président de la commission du Marché intérieur et de la Protection des consommateurs

- 6 **Le financement participatif en France : jusqu'où peut-on aller ?**
Nicolas Lesur, fondateur d'Unilend, président de Financement Participatif France

- 9 **Ce que nous disent les pratiques de consommation émergentes**
Philippe Moati, professeur d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-fondateur de l'Observatoire société et consommation (ObSoCo)

- 12 **Consommation collaborative : quelles pistes pour mieux encadrer les plateformes collaboratives ?**
Nathalie Homobono, directrice générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF)*

- 15 **Le numérique et les mutations des modes de consommation au regard de la loi Macron**
Corinne Erhel, députée des Côtes-d'Armor, vice-présidente de la commission spéciale chargée d'examiner le projet de loi pour la croissance et l'activité*

- 17 **L'ouverture des commerces le dimanche pour répondre aux besoins des consommateurs**
Claude Boulle, président de l'Union du Grand commerce de centre-ville*

- 20 **Du statut de patient à celui de consommateur pour les prestations de santé**
Marianne Binst, directrice générale de Santéclair

- 23 **La nouvelle place du consommateur comporte aussi de nouveaux risques**
Fabienne Chol, directrice générale de l'Institut national de la consommation (INC)

25 DÉBATS

Édito optimiste

- 29 **Comment vaincre la défiance et le pessimisme généralisés ?**
Serge Michels, président du conseil stratégique du Groupe Protéines, auteur de Le Marketing de la peur : Ondes, pesticides, pilule, aspartame... Agir et communiquer pour redonner confiance*

**Synthèse des propos non validée par son auteur (intervention liminaire et échanges avec la salle)*

Sommaire

SESSION II

Dérèglementation, simplification : comment relancer la croissance ?

33 Introduction

Laurent Grandguillaume, député de la Côte-d'Or, co-président du Conseil de la simplification

35 Loi Macron : ce que nous aurions pu faire en plus, pour libérer du pouvoir d'achat !

Alain Bazot, président de l'UFC-Que Choisir*

38 Professions réglementées : les écueils de la loi Macron

Michel Chassang, président de l'Union nationale des professions libérales (UNAPL)

40 Une politique de simplification ambitieuse : un outil de relance pour la croissance

Sophie Errante, députée de la Loire-Atlantique, rapporteure du projet de loi de simplification de la vie des entreprises

41 Présentation de la Mission parlementaire portant sur les relations entre les cotisants et les Urssaf

Marc Goua, député de Maine-et-Loire

42 Présentation de la Mission d'information sur les professions juridiques réglementées

Cécile Untermaier, députée de Saône-et-Loire, présidente de la Mission d'information sur les professions juridiques réglementées

44 L'intégration de la notion de consommateur dans le cadre de prestations juridiques

Pascal Eydoux, président du Conseil national des barreaux (CNB)

46 Quel avenir pour les professions juridiques réglementées ?

Philippe Houillon, député du Val-d'Oise, vice-président et co-rapporteur de la Mission d'information sur les professions juridiques réglementées

47 Permettre l'ouverture de la vente de médicaments sans ordonnance sur Internet

Cédric O'Neill, président de 1001Pharmacies

48 L'appétence des Français pour l'achat de produits de santé sur Internet

Jean-Daniel Lévy, directeur du département politique et opinion de l'institut Harris Interactive

49 DÉBATS

Clôture des travaux

50 Laurent Grandguillaume

Député de la Côte-d'Or, co-président du Conseil de la simplification

51 Robert Rochefort

Député européen, vice-président de la commission du Marché intérieur et de la Protection des consommateurs

Déjeuner débat

53 Bruno Lasserre

Président de l'Autorité de la concurrence

**Synthèse des propos non validée par son auteur (intervention liminaire et échanges avec la salle)*

Animation des débats



Journaliste et animatrice, Gaëlle Copienne a notamment présenté des flash infos sur plusieurs chaînes (Bloomberg TV, BFMTV), et fait des reportages pour plusieurs émissions d'M6 (66 minutes, 100 % mag, 6 minutes). Aujourd'hui, Gaëlle Copienne anime de nombreuses web tv, conventions et tables rondes, notamment dans les domaines des assurances, de l'informatique, de la finance, du nucléaire ou encore de l'immobilier. Forte de cette double expérience journalisme et communication, elle forme, depuis sept ans, des dirigeants à la prise de parole. Gaëlle Copienne est diplômée de l'École de journalisme de Lille et de l'Institut d'études politiques de Strasbourg.

Ouverture des Rencontres

Laurent Grandguillaume

Gaëlle Copienne, journaliste

Mesdames, messieurs, bienvenue à ces 5^{es} Rencontres parlementaires pour la Croissance et la Consommation. Elles sont organisées au moment où la loi Macron s'apprête à être votée. Nous aborderons le sujet des évolutions de modes de consommation et de la déréglementation. Pour ouvrir ces Rencontres, je laisse la parole à Laurent Grandguillaume et à Robert Rochefort.



Laurent Grandguillaume est membre du Parti socialiste depuis 1996. Secrétaire national à l'organisation du Parti socialiste, il est depuis le 17 juin 2012 député de la Côte-d'Or. Depuis 2008, il a été adjoint au maire de Dijon François Rebsamen, délégué à la Jeunesse, à la Vie associative et à la Démocratie locale, vice-président délégué aux Finances du Grand Dijon, mandats desquels il a démissionné en septembre 2012, dans le cadre de son engagement de non cumul des mandats entre le mandat de député et un exécutif local. De novembre 2008 à juillet 2012, il a été conseiller général du canton de Dijon-5. En juin 2014, il remplace Thierry Mandon à la co-présidence du Conseil de simplification pour les entreprises.

Je vous remercie pour cette invitation. Le débat sera sans aucun doute riche et fourni. Dans les temps difficiles que nous connaissons, deux logiques mécaniques s'affrontent souvent : ceux qui pensent qu'appuyer sur des boutons engendre nécessairement des effets – c'est ce que j'appelle le socialisme hydraulique – et ceux qui défendent l'ultra-libéralisme – ceux-là pensent qu'en supprimant toutes les règles, nous créerons des emplois. Entre ces deux conceptions, je pense qu'il existe une voie réaliste qui s'intéresse aux entreprises de notre territoire et génère un écosystème qui leur est favorable et qui apporte de la sécurité aux consommateurs.

Même si cela est difficile en raison des résistances et des conservatismes,

il faut libérer les énergies dans notre pays. Dans nos départements et dans nos régions, beaucoup de citoyens attendent de leurs élus qu'ils aient le courage de prendre les bonnes décisions, et par ce biais, qu'ils puissent créer des richesses et de l'emploi. Il me semble que la situation est urgente.

Les sujets attendants à la loi Macron ou aux professions réglementées appellent de vastes débats. Chacun d'entre eux nous incite à nous interroger sur le fait de réformer ou de modifier les règles qui sont bien trop nombreuses. Parfois, je suis confronté à des demandes contradictoires : certains me demandent de simplifier la réglementation, quand d'autres attendent une complexification des

normes pour être en mesure de se protéger.

*« De nombreux citoyens attendent de leurs élus qu'ils aient le courage de prendre les bonnes décisions et, par ce biais, qu'ils puissent créer des richesses et de l'emploi »,
Laurent Grandguillaume*

En réalité, j'ai le sentiment que l'on demande aux députés de simplifier 3 % des situations en complexifiant la situation des 97 % autres. J'en prends pour exemple le débat sur les entrepreneurs individuels. Certains ont voulu obliger tous les travailleurs indépendants à prouver qu'ils n'étaient pas salariés déguisés sous prétexte que 3 % d'entre eux étaient effectivement des salariés déguisés.

Notre mission est donc complexe : nous devons protéger, sans pour autant complexifier, la création de richesses.



SESSION I

Évolution des modes de consommation : entre nouveaux acteurs et nouvelles tendances, le consommateur maître du jeu ?

Président

Robert Rochefort

Député européen, vice-président de la commission du Marché intérieur et de la Protection des consommateurs

Animatrice

Gaëlle Copienne

Journaliste

Intervenants

Marianne Binst

Directrice générale de Santéclair

Claude Boulle

Président de l'Union du Grand commerce de centre-ville

Fabienne Chol

Directrice générale de l'Institut national de la consommation (INC)

Corinne Erhel

Députée des Côtes-d'Armor, vice-présidente de la commission spéciale chargée d'examiner le projet de loi pour la croissance et l'activité

Nathalie Homobono

Directrice générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF)

Nicolas Lesur

Fondateur d'Unilend, président de Financement Participatif France

Philippe Moati

Professeur d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-fondateur de l'Observatoire société et consommation (ObSoCo)

Introduction

Robert Rochefort



Député européen depuis 2009 et vice-président du Mouvement démocrate, Robert Rochefort est vice-président de la commission du Marché intérieur et de la Protection des consommateurs du Parlement européen. Diplômé en 1979 de l'École nationale de la Statistique et de l'Administration économique, il prend la tête du département des statistiques de la Caisse nationale d'assurance maladie en 1981. En parallèle, de 1985 à 1986, il occupe la fonction de directeur délégué du Centre de recherche, d'études et de documentation en économie de la santé (CREDES). En 1987, il est nommé directeur du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC), dont il devient le directeur général en 1995. En mars 2006, il devient membre du Conseil d'analyse économique auprès du Premier ministre et son élection en 2009 au Parlement européen le contraint à renoncer à ces deux fonctions afin de se consacrer pleinement à son mandat de député. Depuis juillet 2014, il est vice-président du Centre européen de la consommation de Kehl. Robert Rochefort est auteur de plusieurs ouvrages sur la socio-économie de la consommation édités chez Odile Jacob.

C'est pour moi un grand plaisir d'être avec vous pour ces Rencontres. Je trouve très judicieux d'avoir placé comme co-présidents de cet événement un député national et un député européen. En effet, le cadre législatif et réglementaire de la consommation se situe au carrefour de la complémentarité des deux échelles.

Il y a trois ans de cela, j'ai été amené à travailler en tant que rapporteur pour mon groupe politique sur la directive Protection des consommateurs, qui a induit d'énormes changements dans le domaine de la vente à distance. Nous croyons que, par ce biais, nous avons renforcé la protection des consommateurs, par l'augmentation du délai de rétractation, par exemple.

Jusqu'au début du mois de juillet, la France va mener la transposition d'une directive et d'un règlement qui portent sur la généralisation de la médiation dans la consommation. J'en ai, là encore, été le co-rapporteur, et je crois qu'elle apporte des éléments nouveaux, notamment au niveau de la résolution des litiges en matière de consommation.

Nous nous intéressons aujourd'hui, sous la présidence de Jean-Claude Juncker, président de la Commission européenne, à la question de l'agenda numérique et de ce qu'il va changer dans les domaines du commerce et de la consommation.

Je pense que l'articulation entre ce qui est réalisé à Bruxelles et à Strasbourg, et ce qui se met en œuvre à l'échelle nationale, est tout à fait fondée. Je pense également qu'il est intéressant de confronter les notions de « croissance » et de « consommation ». Notre pays connaît des revers économiques, avec un taux de chômage élevé et une croissance faible. Nous espérons atteindre 1 % de croissance pour 2015. Je vous rappelle toutefois que cette croissance est faible relativement à la croissance positive de la population française. Cela signifie que la croissance de la consommation par tête est en réalité négative.

Le rapport entre croissance et consommation est une question ardue pour laquelle les réponses ne sont pas évidentes.

Depuis plusieurs années, nous faisons face à deux dilemmes : d'une part, notre économie ne peut plus

« Notre économie ne peut plus reposer sur la consommation comme seul moteur de croissance, mais cette dernière demeure pourtant l'un des moteurs les plus puissants de cette croissance. »
Robert Rochefort

reposer sur la consommation comme seul moteur de croissance, mais cette dernière demeure pourtant l'un des moteurs les plus puissants de cette croissance. D'autre part, la France s'en tient souvent au vieux modèle de consommation qui se base sur une guerre des prix, plutôt que de se lancer dans un nouveau modèle – économie de partage, économie collaborative ou d'usage.

Dans la table ronde que je vais présider, j'attends du panel qu'il nous dise à travers son expérience propre ce qu'il attend de ce nouveau modèle de consommation et en quoi ce dernier relève d'une économie de croissance, et non de décroissance comme certains peuvent parfois l'affirmer.

Le financement participatif en France : jusqu'où peut-on aller ?

Nicolas Lesur

Gaëlle Copienne

Nicolas Lesur, vous allez aborder la question du crowdfunding et du crowdlending. Ce mode de financement est-il amené à se généraliser selon vous ?



Fondateur d'Unilend, la plateforme leader du « crowdlending » aux TPE-PME en France, Nicolas Lesur est un spécialiste de l'épargne financière depuis quinze ans. Il a débuté sa carrière chez BNP Paribas avant de diriger le marketing de la banque Neuflyze OBC, puis de la société de gestion Financière de l'Echiquier. Nicolas Lesur est, par ailleurs, président de Financement Participatif France, l'association professionnelle de la finance participative française.

Je représente aujourd'hui le *crowdfunding* sous la forme la plus impliquée auprès des entreprises qui maillent nos territoires. En effet, Unilend constitue la première plateforme en France qui a permis aux TPE et aux PME d'emprunter auprès du grand public. En un an, nous avons donné la possibilité à une centaine de sociétés d'emprunter un peu plus de 8 M€ auprès de 4 000 clients particuliers et entreprises. Ce démarrage fait de nous le leader à la fois en France et en Europe continentale et nous pose en concurrent sérieux d'organismes outre-Manche et outre-Atlantique. En Angleterre, notre homologue a récolté 500 M£ de financement pour 7 000 entreprises en trois ans et demi. Ce mouvement est donc très puissant et ne restera pas anecdotique selon moi.

Il me semble qu'il s'agit d'un moyen très direct pour flécher

l'épargne des Français – 4 000 Mds€ – vers l'économie réelle, les besoins de financement des petites entreprises en France étant estimés à 80 Mds€ par an.

Nous sommes nés de la crise financière de 2008-2009, durant laquelle le système financier traditionnel a connu des lacunes et a conduit un certain nombre d'intervenants à réfléchir à sa réforme. Cette pensée a mené à des accords prudentiels dits « Bâle III » qui ont renforcé les obligations prudentielles des banques et ont réduit leur possibilité d'accorder des crédits. Ainsi, les entreprises ont compris qu'elles auraient besoin de financements complémentaires à ceux des crédits bancaires usuels.

Le *crowdlending* constitue en quelque sorte l'accès à la désintermédiation pour les petites entreprises françaises de moins de

10 salariés en moyenne qui ont créé, depuis 10 ans, 85 % des emplois nets français. Nous leur apportons un accès au financement des particuliers et des entreprises sous une forme extrêmement rapide. Nous savons analyser efficacement les besoins des structures. Nous aidons par ailleurs les chefs d'entreprise à s'approcher de nouveaux publics et à avoir confiance en eux. En effet, lorsqu'un dirigeant constate que des centaines de Français partout en France croient en son entreprise et lui prêtent de l'argent, il se sent engagé et développe un nouveau réseau de parties prenantes. Pour dire les choses autrement, notre plateforme fait transiter quelque chose qui est plus que de l'argent.

Notre système permet ainsi de libérer l'épargne française et de soutenir nos chefs d'entreprise.

GAËLLE COPIENNE

Selon vous, jusqu'où vont se développer ces pratiques ? Et quelle protection offrez-vous à vos investisseurs ?

NICOLAS LESUR

D'après moi, cette pratique peut considérablement progresser si nous construisons ensemble la protection de l'investisseur et du bénéficiaire. Le cas de l'Angleterre illustre le fait qu'il s'agit d'un élan qui peut être extrêmement puissant. C'est notre rôle de montrer aux Français que le système est viable, fiable et pertinent. Nous souhaitons développer une relation de confiance entre, d'une part, des épargnants et, d'autre part, des chefs d'entreprise. Nous sommes à la fois une plateforme de désintermédiation, car nous permettons à l'argent de circuler

directement, et une plateforme d'intermédiation de la confiance, à travers les informations que nous communiquons aux parties prenantes.

GAËLLE COPIENNE

Un membre du public souhaite savoir comment est géré le risque dans la durée.

NICOLAS LESUR

Pour l'épargnant, notre modèle repose sur l'idée que les pertes sont inférieures au rendement. Nous sélectionnons scrupuleusement les entreprises qui peuvent emprunter mais, comme pour tout prêt, il peut arriver que l'emprunteur ne rembourse pas. Ces défauts doivent donc représenter une fraction du portefeuille qui soit suffisamment faible pour qu'elle soit inférieure au taux d'intérêt des prêts. Ainsi, les investisseurs vont prêter à X, avoir un défaut de Y, en sachant que $X - Y$ est positif. Pour atteindre cet objectif, le plus important est de répartir au maximum les prêts, de diversifier.

Ce modèle est utilisé avec succès sur d'autres plateformes plus développées. Si je prends l'exemple de Lending Club aux États-Unis, aucun épargnant ayant prêté à plus de 148 projets n'a connu un rendement négatif dans la durée. Ce système suppose de donner accès à un financement à une multitude de projets pour que les investisseurs ne misent pas tout leur argent sur une entreprise, mais répartissent leurs capitaux le plus efficacement possible.

Le second risque auquel nous sommes confrontés est plus général, à savoir quel risque peut entraîner ce système pour la société ? Dans notre système, l'argent n'est pas transformé

« Lorsqu'un dirigeant constate que des centaines de Français partout en France croient en son entreprise et lui prêtent de l'argent, il se sent engagé et développe un nouveau réseau de parties prenantes. »

Nicolas Lesur

« Ce système suppose de donner accès à un financement à une multitude de projets pour que les investisseurs ne misent pas tout leur argent sur une entreprise, mais répartissent leurs capitaux le plus efficacement possible. »
Nicolas Lesur

dans la durée, mais il va d'un point A à un point B : notre mode de financement ne présente donc pas de risque systémique. Ma véritable crainte est, en revanche, que le réseau de financement ne soit pas suffisamment alimenté par des investisseurs de nature variée. Nous devons donc mettre en place un système qui se nourrisse à la fois des particuliers, mais aussi des banques, des fonds d'investissement ou des assureurs. Notre plateforme doit devenir une place de marché sur laquelle différents intervenants vont venir prêter à nos entreprises. En effet, chaque acteur aura des comportements différents ou des liquidités variables. Nous devons donc assurer aux sociétés qu'elles pourront trouver à tout moment les ressources dont elles ont besoin sans être tributaires de telle ou telle catégorie de prêteurs.

Ce que nous disent les pratiques de consommation émergentes

Philippe Moati

Gaëlle Copienne

Philippe Moati, vous êtes professeur d'économie à l'Université Paris-Diderot. Vous souhaitez commenter les nouvelles formes de consommation émergentes, parmi lesquelles se trouve le crowdfunding.



Professeur d'économie à l'Université Paris-Diderot et co-fondateur de l'Observatoire Société et Consommation (l'ObSoCo), Philippe Moati est membre de la Commission des comptes commerciaux de la nation. En 2011, il a participé à la création de l'Observatoire Société et Consommation (l'ObSoCo), dont il assure aujourd'hui la co-présidence. Philippe Moati est entré au Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC) en 1988, en qualité de chargé de recherche au sein du département "Prospective de la consommation". En 1991, il a été nommé directeur de recherche au sein du CRÉDOC, fonction qu'il exercera pendant dix ans. Il a publié plusieurs ouvrages comme L'Économie des bouquets (Editions de l'Aube, 2008, Prix de l'Académie des sciences commerciales 2009) et La nouvelle révolution commerciale (Odile Jacob, 2011).

Effectivement, il s'agit d'une des pratiques les plus récentes de ces nouvelles formes de consommation. Nous avons observé, à partir des années 2000, des changements dans les comportements de consommation : l'arrivée de la culture biologique, les produits dits équitables, le souci de l'origine géographique des produits ou le locavore, l'élan *Made in France*, le faire soi-même dans le domaine de la cuisine ou du bricolage, la consommation collaborative (achats et ventes d'occasion, location) et, finalement, l'épargne solidaire et le financement participatif. Toutes ces formes émergentes de consommation témoignent d'un mouvement de renouvellement du modèle de consommation avec, en toile de fond, les tensions persistantes sur le pouvoir d'achat et la diffusion des nouvelles technologies qui créent des

possibilités jusqu'alors inconnues et accompagnent la volonté du consommateur de prendre en main leur façon de consommer.

Dans le cadre de l'ObSoCo, nous avons essayé de mesurer la diffusion de ces pratiques et de comprendre la motivation sous-jacente des consommateurs. Nous n'y voyons pas une forme de rejet de l'hyperconsommation, mais plutôt une forme de contestation de ses excès. En effet, le contexte économique et sociétal induit que certains comportements de consommation admis hier ne sont plus recevables aujourd'hui. Nous avons constaté qu'un Français sur deux souhaitait actuellement consommer mieux et qu'un quart seraient prêts, pour cela, à consommer.

Il nous faut être attentifs à ce mouvement, car j'y vois un message

*« Nous pourrions bâtir la compétitivité sur d'autres bases de discussion que celles du coût du travail et nous serions entraînés dans une dynamique vertueuse, possiblement compatible avec les enjeux du défi écologique. »
Philippe Moati*

d'espoir. D'un point de vue macroéconomique, nous avons tendance à considérer la consommation avant tout comme un des moteurs de la croissance. Mais, plus qualitativement, l'évolution dans les manières de consommer peut être un facteur de transformation de l'ensemble du système productif. Et je crois que les consommateurs ont pris de l'avance par rapport aux entreprises. Si nous comprenons bien la signification de ces nouvelles pratiques de consommation, nous pouvons potentiellement y puiser un nouveau modèle de développement économique dans lequel la consommation pourrait donner la direction pour réorienter notre système productif en direction d'une nouvelle croissance. Nous pourrions bâtir la compétitivité sur d'autres bases de discussion que celles du coût du travail et nous serions entraînés dans une dynamique vertueuse, possiblement compatible avec les enjeux du défi écologique.

Les consommateurs souhaitent s'approvisionner en produits de qualité, sans risque pour leur santé. Ils condamnent l'obsolescence programmée, qui est inadmissible dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat et de prise de conscience des enjeux environnementaux. Ce modèle du « toujours plus » qui n'apporte pas les promesses escomptées est de plus en plus contesté. Au travers des consommations émergentes, les consommateurs comprennent que, pour satisfaire leurs besoins, ils n'ont pas forcément, par la forme canonique héritée du capitalisme industriel, la transmission d'un droit de propriété sur un produit (neuf). Il existe en effet d'autres systèmes de consommation

pouvant se révéler plus efficaces, moins coûteux et plus respectueux de l'environnement. L'achat d'occasion ou la location en sont un parfait exemple. Les utilisateurs des Autolib' à Paris sont ravis.

Les entreprises doivent désormais comprendre ce mouvement de fond et réviser leur manière de satisfaire les besoins des consommateurs. Si les acteurs politiques – par la réglementation et l'incitation –, les producteurs et les consommateurs acceptaient collectivement de modifier leur manière de considérer la consommation, nous pourrions peut-être faire de notre pays le pionnier d'un modèle de développement, fondé sur la qualité et la fourniture d'effets utiles, qui serait une alternative à celui du capitalisme hérité des Trente Glorieuses, dans lequel les enjeux environnementaux et le bien-être des populations tiendraient une place prépondérante, tout en offrant aux entreprises de nouvelles perspectives de croissance rentable.

GAËLLE COPIENNE

Pensez-vous que ce phénomène va s'étendre à des biens d'équipement ? Pourrions-nous par exemple louer notre frigidaire ?

PHILIPPE MOATI

Le mouvement est difficile à mettre en œuvre pour les industriels, car il s'agit d'un changement radical de *business model*. Néanmoins, avons-nous besoin d'être propriétaires de notre réfrigérateur actuellement ? Dans l'intérêt du fabricant, nous ne devons pas conserver notre réfrigérateur plus de cinq à sept ans. Pour ma part, je serais prêt à payer une mensualité pour détenir le service

d'un réfrigérateur sans en être propriétaire. Dans cette optique-là, le fabricant aurait intérêt à concevoir son bien d'une manière différente pour qu'il soit facile à entretenir, réparer et recycler et qu'il soit performant sur la durée.

GAËLLE COPIENNE

Un membre du public estime que les nouveaux modes de consommation favorisent le pouvoir d'achat et réduisent l'empreinte environnementale. Est-ce un bénéfice secondaire, selon vous ?

PHILIPPE MOATI

La première motivation des individus pratiquant ces formes de consommation est de nature économique. Si nous sommes parvenus à traverser cette période de baisse du pouvoir d'achat, c'est notamment grâce à la diffusion de ces pratiques alternatives, qui augmente le pouvoir de consommation à pouvoir d'achat donné. Mais ces pratiques sont également motivées par une quête de sens. Le citoyen souhaite soutenir son quartier et l'emploi, ou bien faire un geste pour la planète. Ces consommations émergentes sont d'abord un bénéfice pour l'individu, mais aussi une manière d'agir positivement sur son environnement.

*« Ce modèle du
"toujours plus" qui
n'apporte pas les
promesses escomptées
est de plus en plus
contesté. »
Philippe Moati*

Consommation collaborative : quelles pistes pour mieux encadrer les plateformes collaboratives ?

Nathalie Homobono



Directrice générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) depuis avril 2009, Nathalie Homobono était adjointe au directeur général des Entreprises de 2008 à 2009. Directrice de l'Action régionale, de la Qualité et de la Sécurité industrielle de 2006 à 2008, elle fut, de 2002 à 2006, directrice régionale de l'Industrie, de la Recherche et de l'Environnement (DRIRE) d'Île-de-France. De 1995 à 2002, Nathalie Homobono était secrétaire adjointe puis secrétaire générale des DRIRE. Chef de division Automobiles, métrologie et appareils à pression de la DRIRE d'Île-de-France de 1993 à 1995, elle fut également chef de division Développement industriel à la DRIRE de Picardie, et chargée de mission auprès du préfet de la région Picardie de 1990 à 1993.

Gaëlle Copienne

Nathalie Homobono, nous allons aborder avec vous les enjeux importants que dessinent ces plateformes collaboratives, en termes d'encadrement et de protection du consommateur. Pourriez-vous nous parler de l'intérêt de l'action de groupe et des pistes ouvertes sur la protection du consommateur dans ce nouveau contexte ?

Les pistes relèvent de deux ordres. Premièrement, nous cherchons à voir comment nous pouvons accompagner le développement de l'économie numérique et, deuxièmement, comment nous pouvons donner plus de moyens au consommateur pour faire respecter ses droits. La loi relative à la consommation a introduit le recours à l'action de groupe. En outre, comme l'a précisé Robert Rochefort en introduction, nous allons très prochainement transposer la directive qui prévoit la mise en place et la généralisation de la médiation à l'ensemble des domaines de la consommation.

Je reviendrai d'abord sur la question de l'économie numérique. Notre objectif était de faire en sorte que le consommateur ait confiance pour pleinement profiter du potentiel de l'économie numérique et que cette dernière devienne un nouvel axe de croissance et de développement pour notre pays.

Les consommateurs attachent une importance croissante à l'essor de l'économie collaborative et aux sites comparateurs. Une étude réalisée en mai 2013 par le magazine *LSA* démontrait que plus d'un individu sur deux achète sur Internet après avoir utilisé un site de comparaison, et même les individus qui achètent des produits dans des boutiques réelles

préparent leurs achats sur Internet. Tous les secteurs économiques sont concernés par le recours aux sites comparatifs.

Nous avons mené plusieurs enquêtes et nous constatons que les consommateurs s'interrogent fortement sur la fiabilité des comparateurs, sur la loyauté des informations qu'ils diffusent et sur la représentativité des offres qu'ils proposent. Nous nous attachons donc à étudier ces éléments et nous nous sommes concentrés sur les sites de comparaison de vente de billets d'avion en ligne. Plusieurs de ces sites attirent en effet le consommateur par le biais de prix d'appel mensongers, omettant d'inclure certains frais. La loi relative à la consommation a imposé que les sites comparateurs soient beaucoup plus transparents sur les informations qu'ils livrent, sur les biens et les services qu'ils proposent et sur leurs liens avec les offres qu'ils diffusent.

*« La confiance et la protection du consommateur doivent répondre aux mêmes standards d'un type de commerce à un autre. »
Nathalie Homobono*

Nous avons demandé au Conseil national de la consommation, réunissant les professionnels et les consommateurs, de travailler en partenariat avec nous sur la façon de mettre en œuvre le décret d'application de la loi relative à la consommation. Dans quelques semaines, nous disposerons des recommandations de ce Conseil. Nous préparerons par la suite le décret qui permettra d'améliorer l'information des consommateurs à tous les niveaux, que ce soit sur le bien ou le service en tant que tel ou sur le site de comparaison qui devra préciser ses critères de classement ou ses liens contractuels avec certains fournisseurs.

Philippe Moati vient à l'instant de décrire comment l'économie collaborative

se développe. Dans ce cadre, notre responsabilité est d'encadrer les nouveaux modèles de l'économie numérique tout en restant vigilants sur les autres formes de vente. La confiance et la protection du consommateur doivent répondre aux mêmes standards d'un type de commerce à un autre.

L'économie collaborative présente des avantages pour le consommateur : elle permet de diminuer les dépenses, d'échanger des biens et de les faire circuler. Les plateformes numériques posent la question de leur encadrement. Or, en dehors du domaine du financement participatif, il n'existe pas de cadre juridique spécifique pour les activités et les plateformes d'intermédiation. Ces dernières diffèrent du modèle de l'hébergeur simple ou de celui de l'émetteur qui choisit ou produit des contenus. Les échanges entre personnes physiques sont possibles par le biais de ces plateformes, mais ces échanges ne relèvent pas du droit de la consommation. Les règlements de litiges à traiter relèvent du droit général des obligations, donc du Code civil. Nous nous interrogeons par conséquent sur le fait d'intervenir ou non sur ce domaine. L'objectif serait bien sûr de protéger sans complexifier, car les nouvelles règles que nous émettrions ne devraient pas empêcher le développement de l'économie numérique.

Nous nous sommes déjà posé toute une série de questions. Sur ces plateformes d'intermédiation, devons-nous réfléchir à la façon d'afficher les critères de classement et de référencement des offres ? Devons-nous demander à ces plateformes

d'afficher les frais de leur utilisation ? Et quels sont les droits et les obligations des parties, en matière civile, sociale et fiscale de façon que chacun des particuliers qui souhaitent échanger, louer ou vendre, puisse prendre connaissance de ses obligations en la matière. Ces plateformes peuvent-elles ou non offrir des dispositifs de médiation afin de sécuriser le consommateur ?

En ce qui concerne le renforcement des droits des consommateurs, l'action de groupe est utilisée comme un levier de protection. En complément de ce dispositif, nous souhaitons généraliser pour l'ensemble du champ de la consommation ce type de médiation. Il s'agit donc de transposer sur le plan juridique, d'ici le mois de juillet, la directive communautaire qui fixe le cadre en la matière. Nous travaillons actuellement sous l'égide de Christophe Caresche, qui préside un groupe de réflexion incluant des parlementaires, des représentants des associations de défense des consommateurs et des représentants d'organisations professionnelles. Nous réfléchissons à la manière dont le gouvernement va rédiger l'habilitation qu'il a reçue du Parlement pour transposer la directive.

Au 1^{er} janvier 2016, l'ensemble des champs de la consommation devra avoir un dispositif de médiation. Certains secteurs sont actuellement très bien couverts, tandis que d'autres constituent des déserts juridiques en la matière. Je rappelle donc aux professionnels de la salle que, dans quelques mois, nous aurons traité ce sujet. Selon moi, il s'agit d'un facteur important de confiance des

consommateurs envers les professionnels du commerce.

GAËLLE COPIENNE

L'action de groupe est-elle facile à activer pour le consommateur ?

NATHALIE HOMOBONO

Ce sont en réalité les associations nationales de consommateurs bénéficiant d'un agrément spécifique qui les activent. Pour les consommateurs, la démarche est ainsi facilitée et économiquement plus rentable.

*« Au 1^{er} janvier 2016, l'ensemble des champs de la consommation devra avoir un dispositif de médiation. »
Nathalie Homobono*

Le numérique et les mutations des modes de consommation au regard de la loi Macron

Corinne Erhel



Députée des Côtes-d'Armor, Corinne Erhel a occupé différents postes de chargée de mission et de collaboratrice auprès d'élus depuis 1990. Éluée conseillère régionale en 2004, elle devient en 2007 députée de la 5^e circonscription des Côtes-d'Armor. Elle est réélue en 2012. Membre de la commission des Affaires économiques, elle suit particulièrement les sujets liés au numérique, enjeux sociétaux, territoriaux, économiques et industriels majeurs. Lors de son premier mandat, elle a notamment co-rédigé deux rapports d'information, l'un sur la neutralité d'Internet et des réseaux, l'autre sur la mise en application de la loi relative à la lutte contre la fracture numérique. En 2013, elle a été co-rapporteuse d'une mission d'information sur l'impact de la régulation des télécoms et a rendu en mai dernier les conclusions d'une nouvelle mission parlementaire, menée avec Laure de La Raudière, députée d'Eure-et-Loir, sur le développement de l'économie numérique française.

Gaëlle Copienne

Corinne Erhel, pourriez-vous nous livrer votre éclairage sur le domaine du numérique et les mutations des modes de consommation au regard de la loi Macron ?

Le numérique bouleverse à la fois tous les modèles économiques, mais également tous nos modes de consommation et notre vie quotidienne. Il entraîne davantage de transparence, il produit des données et donne la possibilité au consommateur d'être acteur et prescripteur, ce qui modifie la relation entre l'entreprise et le consommateur ou le client.

Je crois qu'il nous faut apprécier la capacité transformatrice du numérique. Il constitue un facteur de croissance fondamental, même s'il perturbe les modèles économiques et le fonctionnement des entreprises. Ce champ est compliqué pour le législateur qui doit déterminer un équilibre entre le développement de l'innovation et le maintien des formes déjà existantes. Je pourrais en prendre pour exemple la profession de taxi ou les locations de maisons ou d'appartements. Le législateur doit, selon moi, accompagner ce

mouvement tout en préservant la protection et la confiance du consommateur. Lorsque nous légiférons, nous devons faire attention à ne pas construire des « digues de sable », c'est-à-dire que nous ne devons pas penser qu'en faisant peser des contraintes juridiques fortes sur ces nouveaux modèles économiques, nous allons protéger les secteurs déjà existants. En effet, les vagues de l'innovation sont bien plus rapides et fortes que la législation, et nous aboutissons à un retard et à une inadéquation entre le champ législatif et la réalité mercantile.

Dans le cadre de la loi, je considère que le secteur du numérique est inéluctable et que ces nouveaux modes de consommation font partie de la réalité quotidienne de la population. Le gros risque pour la France et pour l'Europe serait de se laisser déborder par les innovations de rupture et de ne pas accompagner le virage de la conversion numérique.

Dans le cadre de la loi relative à la croissance et à l'activité, certaines dispositions concernent également largement le champ du numérique.

Nous constatons que, dans nos modes de consommation, la temporalité de la consommation a évolué. Nous pouvons acheter en permanence des produits *via* Internet. Ces derniers peuvent être testés dans un magasin physique, pour ensuite être commandés sur la toile. Nous devons donc intégrer ces comportements et nous adapter à la conversion numérique.

Les modes de consommation ont largement évolué depuis cinq à dix ans. Le consommateur a aujourd'hui accès à un nombre important de données sur les produits qu'il souhaite acheter. Il détient, grâce à son expérience client, la possibilité de faire évoluer un produit. Or, l'ensemble des grandes enseignes françaises enregistrent un temps de retard sur ces nouvelles pratiques de consommation, mais rattrapent progressivement l'écart.

*« Le gros risque pour la France et pour l'Europe serait de se laisser déborder par les innovations de rupture et de ne pas accompagner le virage de la conversion numérique. »
Corinne Erhel*

Pour conclure, je dirai qu'en tant que législateur, nous devons réellement accompagner ces transformations dans la manière de consommer, car il s'agit d'un mouvement inéluctable auquel nous devons nécessairement nous adapter.

GAËLLE COPIENNE

Je vous remercie. Je donnerai peut-être un chiffre pour éclairer notre débat : un Français sur deux est concerné par cette économie de partage d'après un sondage publié par *Ouest-France*. Un membre du public se demande d'ailleurs pourquoi protéger en permanence les secteurs existants.

L'ouverture des commerces le dimanche pour répondre aux besoins des consommateurs

Claude Boule



Gaëlle Copienne

Claude Boule, pourriez-vous nous donner votre point de vue sur l'ouverture des commerces le dimanche ? En quoi cette mesure pourrait répondre aux besoins des consommateurs ?

Merci à messieurs les parlementaires de nous avoir associés à ces réflexions. Je vous rappelle qu'un des enjeux de la loi Macron était de traiter de la question du travail dominical. Pour ma part, je représente plusieurs fédérations de commerce dans l'équipement de la personne, soit 200 000 salariés et 27 000 points de vente dont l'essentiel se situe en milieu urbain.

Je dresserai d'abord un petit historique du rapport entre le commerce et le travail dominical. Nous vivons sous le régime de la loi du 23 juillet 1906 qui consacre le repos dominical. À l'époque, les conditions de travail étaient très difficiles et les semaines comptaient 70 heures de travail. Depuis, nous avons évolué, et le législateur a déjà concédé plus de 200 exceptions à la règle du repos dominical dans le secteur de

l'industrie, des transports, des services et dans le commerce. Après la Seconde Guerre mondiale, une dérogation est adoptée pour le commerce du détail alimentaire parce que les individus ont besoin de se nourrir et qu'ils ne peuvent faire leurs courses et préparer les gamelles uniquement le dimanche matin. Par la suite, d'autres exceptions comme le commerce des fleurs, du tourisme, du tabac, de la marée, de la jardinerie, de l'ameublement ou du bricolage ont été accordées. Les périmètres d'usage exceptionnel de consommation bénéficient d'une quarantaine de bus dont le réseau permet de mailler des zones urbaines extrêmement denses.

Au total, nous comptabilisons plus de 6 millions de Français qui travaillent occasionnellement le dimanche et 3 millions qui travaillent régulièrement. Nous sommes donc un pays performant en matière de

Président exécutif de l'Alliance du Commerce et de l'Union du Grand Commerce de Centre-Ville depuis 2008, Claude Boule est diplômé de l'IEP de Paris, licencié en allemand et ancien élève de l'ENA. Il a été administrateur civil au ministère du Travail et des Affaires sociales (1980-84), conseiller commercial près de l'Ambassade de France en Allemagne (1984-88) et conseiller technique au cabinet de Roger Fauroux (ministre de l'Industrie 1988-90). Claude Boule a ensuite été directeur des ressources humaines de DES Thomson- CSF (1990-94) puis sous-directeur de l'Assurance maladie au ministère du Travail et des Affaires sociales (1994-97). Il a été directeur général d'Hexagone hospitalisation (1997-98), vice-président de Toyota Motor Manufacturing France (1998-2004), directeur général du groupe Serience-Suren (2004-2006) et directeur des affaires sociales de la ville de Paris (2006-2008).

commerce, de tourisme et de service public, et dans lequel le travail dominical est déjà très répandu.

Pourquoi devons-nous encore adapter la réglementation ? Selon moi, il existe trois raisons principales : favoriser l'essor du tourisme, accompagner l'évolution des modes de vie et encadrer le développement du commerce par Internet.

*« Plus de 10 % du chiffre d'affaires du commerce de détail est réalisé grâce au tourisme en Île-de-France, en Rhône-Alpes et en Paca, et dans une cinquantaine de nos villes. »
Claude Boulle*

Concernant le tourisme, la France est la première destination mondiale en nombre de visiteurs. Néanmoins, nous nous plaçons au troisième rang en termes de dépenses des visiteurs derrière les États-Unis et l'Espagne. Par ailleurs, nous avons développé en France le tourisme culturel et urbain, qui représente aujourd'hui 30 % des séjours. Les élus ont largement investi dans l'essor des infrastructures culturelles qui attirent de plus en plus de visiteurs. Le tourisme dit de « *shopping* » se développe également fortement avec une nouvelle clientèle en provenance des Brics, qui consomme énormément. Plus de 10 % du chiffre d'affaires du commerce de détail est réalisé grâce au tourisme en Île-de-France, en Rhône-Alpes et en Paca, et dans une cinquantaine de nos villes.

Pour ce qui est de l'évolution des modes de consommation, je ne développerai pas mes propos. Les ménages font leurs courses lorsqu'ils le peuvent, donc régulièrement les week-ends. L'ensemble des sondages montre depuis ces dernières années que deux tiers des Français sont favorables à l'ouverture dominicale des commerces. Par ailleurs, la mobilité urbaine s'est accrue, et les individus souhaitent aujourd'hui se déplacer quand ils le veulent.

Finalement, le commerce sur Internet concurrence largement les commerces physiques. Il représente 10 % de la consommation des Français, car il est ouvert en permanence et réalise 20 à 25 % de son chiffre d'affaires le week-end. Dans le secteur de l'équipement des personnes (vêtements, chaussures, etc.), 14 % des achats sont effectués sur Internet.

Le projet de loi Macron présente deux mesures-clés. Une disposition permettra aux maires d'accorder l'ouverture des commerces jusqu'à douze dimanches par an (contre cinq aujourd'hui). Certains événements commerciaux nécessitent en effet un accès aux magasins (fête des Mères, fête des Pères, Saint-Valentin, soldes, mois de décembre, etc.). La deuxième mesure crée des zones touristiques internationales. Les ministres ont décidé de dessiner ces aires par voie d'arrêtés ministériels, contournant le choix des élus qui ne souhaitent pas les définir sur leurs territoires. À Paris, par exemple, quatre grands magasins réalisent plus de 40 % de leur chiffre d'affaires par le biais du commerce détaxé. Nous sommes le dernier pays au monde à présenter une offre de luxe de qualité sans avoir le droit d'ouvrir ses commerces le dimanche. Le projet de loi Macron souhaite donc réparer cette anomalie, et nous mettre en compétition avec les autres destinations européennes du tourisme shopping – Londres, Barcelone ou Milan. Certaines zones frontalières verront la possibilité d'ouvrir leurs magasins le dimanche, afin que les consommateurs étrangers puissent s'approvisionner plus facilement en France.

*« Sur le plan national,
l'économiste Gilbert
Cette estime que si les
commerces ouvraient
dix dimanches par an,
environ 20 000 emplois
à temps plein
seraient créés. »
Claude Boulle*

Le but de ce projet de loi est en réalité d'améliorer les retombées sociales et économiques de la culture, du tourisme et du commerce. Nous pouvons créer un écosystème culturel, urbain et touristique vertueux dans lequel nos visiteurs vont dépenser davantage. Si les quatre grands magasins sont ouverts tous les dimanches de l'année, ils doivent nécessairement créer 2 000 emplois pour accueillir les consommateurs. Sur le plan national, l'économiste Gilbert Cette estime que si les commerces ouvraient dix dimanches par an, environ 20 000 emplois à temps plein seraient créés. Pour ma part, je pense que les petits ruisseaux font les grandes rivières. Lorsque nous enregistrons 132 000 demandeurs d'emploi de catégorie A à Paris, nous ne devons pas nous couper des opportunités qui se présentent.

GAËLLE COPIENNE

Selon vous, qu'est-ce que cela pourrait changer au quotidien à Paris ?

CLAUDE BOULLE

Le ministre avait en tête plusieurs zones touristiques internationales : Rive droite entre le bas des Champs-Élysées et le 9^e arrondissement (avenue Montaigne, faubourg Saint-Honoré et boulevard Haussmann), entre les 3^e et 4^e arrondissements, et Rive gauche entre Saint-Germain et le Bon Marché.

Du statut du patient à celui de consommateur pour les prestations de santé

Marianne Binst



Directrice générale de Santéclair depuis 2003, Marianne Binst est à l'origine de la création de cette société spécialisée dans la gestion du risque qui compte près de 8,5 millions de clients au travers de leur complémentaire santé notamment Allianz, Ipeca, Maaf-MMA et MGP. De 1998 à 2003, elle était en charge de l'innovation santé aux Assurances générales de France (AGF) et de la création de "Santé Conseil Service", devenue Santéclair. De 1988 à 1998, Marianne Binst a dirigé le département santé de Bossard Consultants. Ancienne élève de l'école de Santé publique d'Harvard (USA) et de l'Institut d'études politiques de Paris, Marianne Binst a un doctorat en sociologie des organisations. Elle est l'auteur de deux ouvrages : Du mandarin au manager hospitalier, chez L'Harmattan et La santé, otage de son système, chez Interédition.

Gaëlle Copienne

Marianne Binst, vous êtes directrice générale de Santéclair, société spécialisée dans la gestion du risque, qui compte près de 8,5 millions de clients à travers leur complémentaire santé, notamment Allianz, MAAF, MMA ou encore MGP. Vous allez évoquer un phénomène émergent au sein duquel le patient devient consommateur de prestations de santé.

En matière de santé, le choix des patients demeure un sujet tabou. Longtemps, le patient s'est laissé dicter ses volontés, ses préférences. Le terme de « consommateur » ne fait pas partie du vocabulaire employé dans le domaine de la santé. Si les prix sont libres et que des différences de qualité sont notables, aucun outil ne permettait aux personnes de s'y retrouver ou de comparer.

Créée il y a douze ans, Santéclair est née de ce constat. Nous avons alors créé des analyses de devis. Les prothèses dentaires ou auditives, par exemple, peuvent être sujettes à de grandes variations de prix. De même, les dépassements d'honoraires en chirurgie peuvent être importants. Les exemples sont légion.

Or, dans le domaine de la santé, les prix ne sont pas toujours justifiés. Faire jouer la concurrence représente donc un enjeu important. Mais proposer des devis fit peur aux premiers clients : ils pensaient que le praticien allait leur en tenir rigueur lors de l'intervention. Aujourd'hui, l'analyse de ce type de document est monnaie courante et le législateur a même rendu le devis obligatoire.

Dans notre société, nous aidons le patient à se faire une idée, nous lui donnons des points de repère. Nous établissons des devis par Internet ou par téléphone, offrons la capacité de négocier pour obtenir un tarif inférieur au marché et réalisons des appels d'offres. Les marges de manœuvre dans les négociations peuvent amener des baisses de prix importantes. Le professionnel de santé y trouve son

compte, car il récupère du volume en échange de concessions sur les prix. Nous effectuons également des contrôles de qualité, sur la fraude et sur la traçabilité.

Nous traitons aujourd'hui 2 millions de dossiers par an, qu'il s'agisse de devis d'orientation dans un réseau ou d'applications Internet (aide au choix d'automédication avec rapport qualité-prix ou orientation en cancérologie pour avoir les meilleures chances). Nous sommes en développement.

Cependant, en 12 ans, la confiance que nous avons créée avec les consommateurs s'avère plus difficile à établir avec les professionnels de santé. Certaines professions se sont habituées. Le secteur de l'optique, lui, a longtemps fait de la résistance. De même, dans le domaine dentaire, l'évolution est lente. Nous avons subi plusieurs campagnes de boycott comme actuellement le boycottage d'un syndicat dentaire contre notre réseau d'implantologie. Des plaintes sont parfois déposées à l'Autorité de la concurrence. L'Ordre des dentistes et le syndicat des ophtalmologistes ont été condamnés. Il faut savoir qu'une campagne de boycottage engendre de nombreux dégâts à la longue, car elle est active immédiatement malgré les dépôts de plainte. Certains secteurs professionnels réagissent souvent mal en proférant des menaces ou en appliquant des sanctions envers les professionnels entrant dans les réseaux. Nous rencontrons ainsi de grandes difficultés à mettre en place nos services et ce sont les consommateurs qui en pâtissent.

La transparence des prix dans le domaine de la santé demeure également un problème. Le Code de

déontologie du conseil de l'Ordre des professionnels de santé interdit la publication des prix sur une plateforme pouvant permettre au consommateur de s'en faire une idée. Le praticien encourt des sanctions de la profession, car indiquer le tarif est considéré comme une manière de faire de la publicité.

La notion de qualité s'avère encore plus taboue, les professionnels de santé ne pouvant communiquer sur leur certification. Celle-ci doit être visible en cas de contrôle, mais elle reste invisible pour les patients. Par ailleurs, l'accès aux données d'activité apparaît compliqué. Les éléments concernant la santé ne figurent plus dans la loi Macron. L'article 49 de la loi de santé relatif aux *Open Data* se révèle être celui des données fermées : l'accès à de nombreuses données utiles pour les entreprises privées et pour les citoyens est impossible en vertu de cet article.

De grandes difficultés persistent donc pour faire bouger les lignes sur les prix, la qualité et l'accès aux données. La mise à disposition de ces éléments pourrait donner lieu à la création de *start-up*. Qui plus est, des frontières structurelles subsistent. Ainsi, nombre de métiers et d'activités de santé pourraient s'exercer à distance, comme le réglage des prothèses auditives, qui est interdit par la loi. L'exercice de la profession doit encore s'appliquer physiquement. L'arrivée de nouveaux métiers est retardée par l'inadaptation aux nouvelles technologies. De même, le passage de frontières entre le médical et le paramédical paraît toujours aussi difficile. Les optométristes, par exemple, pourraient aisément aider les

« Dans le domaine de la santé, les prix ne sont pas toujours justifiés. »

Faire jouer la concurrence représente donc un enjeu important. »

Marianne Binst

*« L'État n'offre pas
assez de concurrence
et ne laisse pas
émerger le
consommateur dans le
domaine de la santé. »
Marianne Binst*

ophtalmologistes qui sont saturés de travail et cela depuis au moins 20 ans. L'État n'offre pas assez de concurrence et ne laisse pas émerger le consommateur dans le domaine de la santé. Nous avons plus été aidés par le ministère de l'Economie que par celui de la Santé, qui protège surtout les professionnels et souvent au détriment des consommateurs et des finances publiques.

La nouvelle place du consommateur comporte aussi de nouveaux risques

Fabienne Chol

Gaëlle Copienne

Fabienne Chol, pourriez-vous définir la place du consommateur ? Ce dernier devient en effet consom'acteur. Il présente de nouvelles opportunités, mais engendre également des nouveaux risques en termes de protection.



Directrice générale de l'Institut national de la consommation (INC), centre d'information et de recherche sur la consommation, et directrice de la publication de la revue 60 Millions de consommateurs, Fabienne Chol est juriste diplômée de l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne et du King's College de Londres. Après une carrière de douze ans dans le secteur privé (Éditions McGraw-Hill, puis groupe Lampe Berger en tant que directrice export), elle a été en charge du pôle Développement au sein de la direction des études de l'UMP de 2003 à 2007 et chef de cabinet du ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche puis du Budget (2007 à 2012).

Le consommateur ne se trouve pas en porte-à-faux vis-à-vis de la croissance, il n'a jamais eu autant d'opportunités de s'exprimer. 92 % des consommateurs font confiance aux avis de leurs pairs sur les réseaux sociaux. Il devient consom'acteur ou, plus exactement, un *prosumer*, comme on le dit dans les pays anglo-saxons. Aussi actif soit-il, son avis suscite l'intérêt des professionnels du marketing. La marque de tongs pour l'été Havaianas a fait appel à 50 000 consommateurs dans cinq pays différents d'Europe pour concevoir un produit vendable en hiver. Grâce aux consommateurs, la société a fabriqué des bottes en caoutchouc. Le consommateur devient dès lors concepteur de produits. L'arrivée des imprimantes 3D en est le parfait exemple. Les pièces défectueuses d'une machine à laver, par exemple, pourront être remplacées grâce aux indications

fournies sur le site de la marque. Cela peut constituer une avancée pour l'économie circulaire, pour la durabilité des produits comme pour les fabricants qui ont des difficultés à garantir la réparabilité des produits. Le consommateur devient presque fabricant.

Ces nouvelles opportunités comportent néanmoins leur part de risques. Les avis sur Internet sont parfois dévoyés. L'AFNOR a réagi en faisant élaborer une norme afin d'éviter la prolifération de cet outil de concurrence potentiellement déloyale. Le consommateur peu aguerri et mal informé se trouve à la merci de sociétés frauduleuses. Les plateformes d'échanges sur Internet ont créé des opportunités de croissance, de créations de richesse et d'emplois, mais le consommateur reste dans la confusion entre l'achat amateur pas toujours garanti et la vente

*« Les professionnels doivent avoir l'obligation de transmettre certaines données, qui doivent être régulées afin de ne pas être utilisées à mauvais escient. »
Fabienne Chol*

professionnelle plus sécurisée. Des zones non protégées par le Code de la consommation, où l'information reste floue, demeurent. De même, les données personnelles sont et vont rester un enjeu majeur des quinze prochaines années. À chaque achat, le consommateur communique des informations à des professionnels. Ces données sont-elles utilisées à bon escient ? Les données de santé, communiquées par les outils (montres ou autres) connectés, sont sensibles : les assureurs doivent-ils pouvoir s'en servir, y compris au détriment des assurés ? Sur ces questions, des conflits culturels règnent entre les pays attachés au respect de la personne et à ses données personnelles et ceux, comme les Etats-Unis, moins regardants et exigeants à cet égard. La législation de quel pays doit être appliquée ? Pour en revenir à l'assurance : tenons-nous à la mutualisation du risque ou à l'individualisation et à la segmentation des garanties ? Notre modèle social est remis en cause par ces questions.

Le consommateur doit être protégé, notamment s'il ne maîtrise pas l'informatique et est fragilisé par son usage. Pour rétablir ou maintenir un équilibre entre professionnel et consommateur, il faut garantir à tous les consommateurs un accès à l'information vérifiée, sûre, hiérarchisée et fiable. Pour cela, les professionnels doivent avoir l'obligation de transmettre certaines données, qui doivent être régulées afin de ne pas être utilisées à mauvais escient. Et les consommateurs doivent avoir à leur disposition tous les outils d'accès à ces informations décryptées et analysées de manière neutre et indépendante. C'est l'information qui protège les consommateurs.

DÉBATS

« Le passage à un droit des contrats semblerait offrir plus de simplicité et d'harmonisation que celui du droit à la consommation, trop compliqué au niveau européen. »
Robert Rochefort

GAËLLE COPIENNE

Merci pour ces pistes très concrètes. Robert Rochefort, avant de répondre aux questions de l'assistance, quelle est votre réaction aux propos tenus ce matin ?

ROBERT ROCHEFORT

Nous sommes face à un défi majeur devant ces nouvelles formes de consommation. Sont-elles susceptibles d'être couvertes par des cadres de protection juridiques classiques ? La réponse est non. Comme le soulignait Nathalie Homobono, aucun cadre juridique ne régit les activités d'intermédiation. Une menace plane en Europe sur le droit de la consommation. Cette législation est-elle encore pertinente ? Le passage à un droit des contrats semblerait offrir plus de simplicité et d'harmonisation que celui du droit à la consommation, trop compliqué au niveau européen. Un retour à cette éventualité est probable malgré la réticence des associations de consommateurs. De quelle manière cela peut-il être viable ? Là, réside une grande interrogation.

Deuxièmement, le point commun des interventions de Claude Boulle et de Marianne Binst semble être ce que l'on peut appeler la résistance par

rapport à la marchandisation. Le consommateur ne perçoit pas l'ouverture des magasins le dimanche et l'achat de prestations ou de prothèses dans le domaine de la santé sous le même angle que des opérations ayant trait à la consommation ordinaire et quotidienne. La santé n'est pas un bien comme les autres. Notre pays est incapable de banaliser la question de l'ouverture du dimanche. Nous ne voulons pas que tout devienne marchandise. Philippe Moati soulignait que ces nouveaux modes de consommation ne sont pas porteurs de croissance. Mais, en étant les révélateurs des préférences des consommateurs, ils deviennent des guides pour la croissance. Le projet du Vélib', par exemple, a vu le jour grâce à la participation des pouvoirs publics. Faut-il alors revenir à ce puissant levier de co-financement que sont les pouvoirs publics ?

Troisièmement, concernant la protection des données, je suis satisfait que la France, avec l'avis du CNC, impose une certaine morale aux sites comparateurs. Ce n'est pas le cas en Europe. Derrière cette question des comparateurs se profile l'idée de l'absence de frontières et, plus

largement, de la présence de Google. La notion d'asymétrie d'informations, chère à Jean Tirole, prix Nobel d'économie, peut s'appliquer à Google. Lors de la négociation avec l'Europe, le commissaire européen s'est retrouvé avec quatre ou cinq collaborateurs connaisseurs du dossier, alors que Google, en toute décontraction, est venu avec ses logiciels difficilement décodables mis en place par une armée d'informaticiens. En définitive, la liberté accrue du consommateur devenu producteur « grâce aux imprimantes 3D » ne conduit-elle pas paradoxalement à l'emprisonnement et à la manipulation du consommateur ? L'*IP tracking*, sujet d'avenir, peut en être l'exemple. Après avoir consulté un site pour obtenir un renseignement tarifaire, ne sommes-nous pas immédiatement « traqués » commercialement derrière ? Quel est alors le prix réel ? La liberté n'est-elle pas, en définitive, guidée par les mains invisibles de cette société globalisée et numérisée ?

Je reviens également sur une question à Nicolas Lesur. Les personnes qui apportent de l'argent pour développer une PME innovante sont-elles de simples investisseurs ou deviennent-elles des consommateurs de produits générés par l'entreprise ?

NICOLAS LESUR

Ma réponse à votre question est oui, parfois. Toutes les entreprises ne fabriquent pas des biens de consommation. Mais, heureusement, des personnes veulent investir de l'argent dans leur entreprise. Pour corroborer ce que disait Philippe Moati, chaque semaine, nous informons notre communauté de ce que nous faisons. Dans un récent

courriel envoyé à nos clients, l'objet était : « *Pourquoi prêtez-vous ?* ». Un de nos membres a immédiatement répondu : « *Ce qui est bon pour l'économie est bon pour moi.* » C'est exactement ça.

FRANCIS FRIZON, médiateur, FFSA

Je suis médiateur d'assurance. Nous avons évoqué la transposition de la directive qui va imposer la médiation dans tous les secteurs de l'économie marchande. La directive a exclu le domaine de la santé de son champ d'application. La transposition de cette directive dans les droits nationaux n'interdit pas, me semble-t-il, que l'on aille au-delà des dispositions spécifiques de la directive. Humains et consommateurs, nous sommes tous concernés par la santé et susceptibles d'avoir recours aux différents services. C'est donc aux parlementaires de répondre.

CORINNE ERHEL

La question des données et de leur utilisation est plus que jamais d'actualité. Les données deviennent des moteurs de l'économie numérique. Cependant, le résultat du croisement des données interroge autant l'émetteur, le récepteur, l'individu ou l'entreprise. Liées à la santé, elles affichent une sensibilité particulière. Il est souvent reproché à la loi Macron d'impliquer de très nombreux sujets mais, paradoxalement, celui de la santé n'y figure pas. Les données de santé sont une mine d'informations pour la prévention de maladies ou de pathologies. À partir des données brutes anonymisées, un vaste champ d'exploitation pourrait se dessiner. La question revient au législateur de définir les données de santé dites sensibles, et celles pouvant

*« Les données de santé sont une mine d'informations pour la prévention de maladies ou de pathologies. À partir des données brutes anonymisées, un vaste champ d'exploitation pourrait se dessiner. »
Corinne Erhel*

être laissées en open data. Chacun doit être maître de ses données et conscient de leur réversibilité. Le projet de loi santé abordera la question et le projet numérique portera la réflexion autour du traitement des données.

DOMINIQUE CHAUVIN,
prospectiviste, think tank IDées

Le consommateur est devenu innovant. Les grandes entreprises bénéficient de ses services pour les intégrer dans leur propre programme d'innovation. Est-il rémunéré pour ce service ? Ce n'est pas sûr du tout. Le consommateur du futur deviendra à la fois importateur et exportateur. Un certain nombre d'objets seront-ils fabriqués sur place par des robots dans de vastes entrepôts comme ceux d'Amazon ou autre ? Entrons-nous dans un système où les logiciels seront à l'extérieur et les usines à l'intérieur ? Est-on préparé à cette évolution ? Le consommateur aura probablement plus de pouvoir dans l'avenir avec la mondialisation et l'ouverture des frontières. Je crains cependant qu'il y ait une segmentation du marché entre un marché très standardisé d'objets faits par des robots et un marché fait par des artisans avec des objets et des services exclusifs. L'artisan pourra-t-il alors ouvrir le dimanche ?

JAMES PATRICK KUDAWOO,
président, les Amis de la perche
financière

Je suis concerné par la programmation de l'obsolescence des produits qui crée des cimetières de produits dans le tiers-monde. Que pouvons-nous faire en termes humains ?

LAURENT GRANDGUILLAUME

Le sujet a été abordé dans le cadre du débat sur la loi de consommation. Il revient régulièrement. Quand vous voyez, par exemple, le nombre de chargeurs d'iPhones achetés régulièrement car le fil se casse à chaque fois, est-ce de l'obsolescence programmée ? C'est un vaste débat. Il ne faut néanmoins pas provoquer un choc de complexification. Rajouter des normes de plus en plus contraignantes, voire inapplicables, ne résoudra pas forcément le problème. La solution peut venir du consommateur, de sa prise de conscience. Il doit être sensibilisé à ces questions.

PHILIPPE MOATI

Je rappelle qu'un marché sans règle n'existe pas et n'a jamais existé. Le consommateur doit pouvoir faire son choix et lui faire confiance. Les moyens d'agir doivent être fournis aux consommateurs. La loi avait prévu, à un moment donné, une expérimentation sur le double affichage des prix : le prix de vente et le prix d'usage, c'est-à-dire la durée de vie présumée du produit. Elle devait se produire en janvier 2015. Les industriels freinent le processus qui les porte vers une logique économique totalement différente. Il incarne peut-être l'avenir. Le piège du court terme les projette vers un nouveau modèle de développement innovant. La réglementation doit accompagner le mouvement. Les hommes politiques doivent le faire sans complexifier le processus.

LAURENT GRANDGUILLAUME

Depuis des décennies, les problèmes sont réglés par des dispositifs qui sont votés, mais s'avèrent être des usines à gaz. Évaluer

*« Le consommateur
aura probablement plus
de pouvoir dans l'avenir
avec la mondialisation
et l'ouverture des
frontières. »
Dominique Chauvin*

la durée de vie d'un produit suppose d'avoir des moyens. De plus, il en va de la responsabilité des acteurs, car une nouvelle règle ne résout pas forcément le problème. Cette option donne même l'impression que le politique ne change pas le réel. Le choix du consommateur entre en ligne de compte dans l'obsolescence programmée ; la règle ne suffit pas. La suppression de certaines règles pourrait apporter plus de liberté.

*« La suppression de certaines règles pourrait apporter plus de liberté. »
Laurent Grandguillaume*

CLAUDE BOULLE

Je vais raconter une histoire afin d'illustrer ce qui vient d'être dit. En tant qu'organisation professionnelle du secteur de l'habillement, du textile et de la mode, nous sommes invités à participer à des groupes de travail sur l'espérance de vie du blue-jean. Va-t-on pour autant préconiser la durée de vie d'un blue-jean ? Cela relève de l'appréciation de chacun. Bien entendu, il est possible de recycler les vêtements, mais nous n'allons quand même pas réglementer votre envie de changer de jean, de cravate ou de voiture. Je pense qu'il faut arrêter avec ces règles.

Édito optimiste

Comment vaincre la défiance et le pessimisme généralisés ?

Serge Michels

Gaëlle Copienne

Serge Michels, vous conseillez les grandes entreprises dans leur communication et leurs démarches de responsabilité sociétale. Vous êtes également l'auteur de Marketing de la peur : ondes, pesticides, pilules, aspartames... agir et communiquer pour redonner la confiance.



Président du conseil stratégique du Groupe Protéines, Serge Michels est ingénieur agronome. Il a travaillé dans l'industrie alimentaire et à l'UFC-Que Choisir. Il dirige aujourd'hui le Groupe Protéines et conseille les grandes entreprises dans leur communication et leurs démarches de responsabilité sociétale. Depuis plus de vingt ans, il participe aux travaux d'instances scientifiques et de groupes d'experts sur les choix scientifiques et technologiques. Il a été notamment administrateur de l'INRA, membre du Conseil supérieur d'hygiène publique de France (CSHPPF) ou de comités d'évaluation à l'Agence nationale de la recherche (ANR).

Le pessimisme consiste, par caractère ou par réflexion, à prévoir une issue fâcheuse aux événements.

Je vais prendre deux exemples pour illustrer le fait que tout n'est pas si négatif. Le premier est la pollution atmosphérique, sujet qui nous intéresse tous et qui est souvent au cœur des discussions. Je me suis amusé à vérifier si elle était aussi présente du temps de nos parents dans les grandes agglomérations. Que constate-t-on après vérification auprès d'Air Périph ? Les émissions de fumées ont été divisées par huit depuis 1850. L'exposition au plomb a baissé de 97 % en quinze ans. Le nombre de personnes exposées à un dépassement de normes entre 2007 et 2013 est de -25 % sur dioxyde d'azote, divisé par trois sur les particules fines, divisé par six sur le benzène. En Paca,

les résultats sont relativement comparables. Ces baisses sont dues au changement des normes européennes d'émissions d'automobiles. Une voiture de 2009 pollue cinq fois moins qu'une voiture de 2006 et dix fois moins qu'une voiture de 2001. Ces discours ne sont pas couramment entendus. Je pourrais également vous parler de la couche d'ozone qui est en convalescence. Elle va mieux, même si tout n'est pas réglé. En prenant du recul, nous constatons qu'il est possible de se projeter dans l'avenir avec plus d'espoir.

Le second exemple concerne les pesticides présents dans notre alimentation. Le sujet revient souvent à la une des médias. Lorsque l'on interroge des personnes sur les risques alimentaires, les pesticides arrivent en tête devant l'obésité. Nous avons récemment eu l'occasion de

« Les émissions de fumées ont été divisées par huit depuis 1850. L'exposition au plomb a baissé de 97 % en 15 ans. Le nombre de personnes exposées à un dépassement de normes entre 2007 et 2013 est de -25 % sur dioxyde d'azote, divisé par trois sur les particules fines, divisé par six sur le benzène. »
Serge Michels

parler de l'échec du premier plan écophytosanitaire. En prenant pareillement du recul sur le sujet, nous constatons qu'entre 1998 et 2011, les tonnages utilisés en France ont baissé de 40 %. Les conditions strictes d'homologation au niveau européen expliquent ce résultat. De même, les matières actives présentes sur le marché sont passées de 1 000 à 300 molécules. La toxicité des produits a été divisée par dix au regard de la dose journalière à laquelle nous pouvons être exposés. 98 % des fruits et légumes aujourd'hui en France respectent le taux maximal de résidus de pesticides. Là encore, des progrès restent à faire. Mais des raisons d'être optimiste sont valables dans un pays qui possède le taux de protection le plus élevé au monde.

Concernant l'optimisme et le progrès, la France aurait tendance à se tourner vers les modèles du passé. Il faut se poser la question de l'adoption de l'innovation et du progrès par rapport aux produits. Nous pourrions aller plus vite en matière de progrès si le consommateur choisissait des projets durables. Ainsi, par exemple, pour améliorer la qualité de l'air, la solution consiste simplement à opter pour un genre de véhicule moins polluant.

Les Français sont-ils si enclins que cela au pessimisme ? À la question posée lors d'une étude réalisée auprès de 2 000 personnes : « Selon vous, l'humanité peut-elle continuer à progresser ? », 83 % répondent positivement. 73 % affirment même qu'il est encore possible de créer de la richesse. La vision est loin d'être négative. Le pessimisme est présent dans la sphère publique car il sert des

intérêts idéologiques, économiques ou politiques. Nous vivons en effet dans une période de confrontations de visions du monde. Schématiquement, trois visions du monde s'affrontent dans notre société occidentale. La vision traditionnelle repose sur une acceptation d'un ordre établi, de règles, de normes et de respect des systèmes et des hiérarchies entre individus. La vision moderne croit en la science, en la technique et à l'épanouissement individuel par la performance et le mérite. Enfin, la vision post-moderne se réfère à l'échange, au partage, à la relativité des valeurs et à une représentation globale du monde et des choses. Ce classement, quoique caricatural, nous permet de nous repérer. Aujourd'hui, le capitalisme s'est imposé sans plus aucune contestation. Or, les personnes aspirant à un monde post-moderne vont entrer dans le débat sociétal pour s'opposer au capitalisme triomphant avec deux valeurs étendards que sont la santé et l'environnement. Ces deux éléments se situent au-delà de la notion d'argent et prônent des valeurs universelles.

Des intérêts économiques entourent l'optimisme. La peur fait vendre. Un sujet de France 2 sur le saumon réunit 4 millions d'auditeurs. Les médias se vendent sur la peur. Des intérêts de représentation sociale, d'égo apparaissent également. Les lanceurs d'alerte deviennent des stars. Des plateformes permettent à tout un chacun de le faire. Un système contribue aujourd'hui à entretenir ses débats autour de la peur. Les acteurs traditionnels et les associations de consommateurs sont même dépassés par cette communication transversale

et par la radicalité qui mène au scoop à tout prix.

Comment alors sortir de ce pessimisme ? Nous ne pouvons changer la culture de notre pays. Ce dernier souffre du syndrome d'Astérix. Nous pensons toujours que nous pouvons résister aux Romains et au monde moderne. Dans la vraie vie, les Romains ont gagné. Cependant, des leviers de changement existent. La réponse ne se trouve pas dans les normes et les réglementations. Jamais nous n'avons eu autant de normes et jamais la défiance n'a été aussi forte. Les entreprises et organisations ont un rôle à jouer pour restaurer la confiance. 82 % des Français pensent, selon notre étude Worldview, que les entreprises cherchent à gagner de l'argent sans se préoccuper de l'intérêt collectif. La perception globale est négative. Dans le détail, 80 % des personnes interrogées pensent, par exemple, que Danone dit la vérité sur ses produits. Lorsque l'on conseille les entreprises, un des éléments les plus importants consiste à montrer l'utilité de l'entreprise, sa façon de contribuer à un monde meilleur. Les entreprises parlent aux consommateurs par la publicité et à leurs actionnaires, mais parlent rarement aux citoyens. Le rapport du développement durable devrait concerner les citoyens et pas

*« Le pessimisme est présent dans la sphère publique car il sert des intérêts idéologiques, économiques ou politiques. »
Serge Michels*

les actionnaires. Les entreprises doivent avoir une vision qui dépasse les enjeux économiques. Elle doit incarner une portée sociétale et s'intéresser au monde. Elle ne doit cependant pas imposer son modèle dans ce monde complexe. Nous allons vers la multiplicité des modèles. Une économie sociale et solidaire n'empêche pas une multinationale de se développer. Une agriculture biologique ne gêne en rien une agriculture plus intensive. Chacun à sa place. L'entreprise doit dialoguer sincèrement avec la société. Les solutions optimistes sont dans nos mains, elles doivent être portées par nous-mêmes. Personne ne le fera à votre place.

SESSION II

Dérèglementation, simplification : comment relancer la croissance ?

Président

Laurent Grandguillaume
Député de la Côte-d'Or, co-président
du Conseil de la simplification

Animatrice

Gaëlle Copienne
Journaliste

Intervenants

Alain Bazot
Président de l'UFC-Que Choisir

Michel Chassang, président de
l'Union nationale des professions
libérales (UNAPL)

Sophie Errante
Députée de la Loire-Atlantique,
rapporteuse du projet de loi de
simplification de la vie
des entreprises

Pascal Eydoux
Président du Conseil national des
barreaux (CNB)

Marc Goua
Député de Maine-et-Loire

Philippe Houillon
Député du Val-d'Oise, vice-président
et co-rapporteur de la Mission
d'information sur les professions
juridiques réglementées

Jean-Daniel Lévy
Directeur du département politique et
opinion de l'institut Harris Interactive

Cédric O'Neill
Président de 1001Pharmacies

Cécile Untermaier
Députée de Saône-et-Loire,
présidente de la Mission d'information
sur les professions juridiques
réglementées

Introduction

Laurent Grandguillaume



Laurent Grandguillaume est secrétaire national à l'organisation du Parti socialiste. Il est depuis le 17 juin 2012 député de la Côte-d'Or. Depuis 2008, il a été adjoint au maire de Dijon François Rebsamen, délégué à la Jeunesse, à la Vie associative et à la Démocratie locale, vice-président délégué aux finances du Grand Dijon, mandats desquels il a démissionné en septembre 2012, dans le cadre de son engagement de non cumul des mandats entre le mandat de député et un exécutif local. De novembre 2008 à juillet 2012, il a été conseiller général du canton de Dijon-5. En juin 2014, il remplace Thierry Mandon à la coprésidence du Conseil de simplification pour les entreprises.

Y a-t-il eu un choc de simplification ? C'est à vous d'en juger ; toujours est-il que Thierry Mandon a amorcé un certain nombre de chantiers : de nombreuses mesures sont en cours d'application, mais d'autres tardent à être mises en œuvre du fait de certaines résistances. L'essentiel est de créer un environnement législatif favorable au développement des entreprises, notamment dans le domaine du droit du travail, de la formation, des infrastructures et des investissements. Tous les problèmes sont liés, nous devons donc les traiter dans une perspective d'ensemble. Ainsi, la consommation et le droit de la consommation font également partie intégrante des problématiques inhérentes à la vie des entreprises (nous avons pu le constater dans le cadre des discussions portant sur la loi Hamon).

Au sujet de la mobilité bancaire, j'ai proposé un amendement visant à faciliter le changement de compte bancaire (la question de la portabilité bancaire reste hélas encore taboue en France). Nous devrions pouvoir changer aussi aisément de compte bancaire que de téléphone portable. Un amendement a par ailleurs été adopté sur la mobilité bancaire dans la loi de consommation. Cependant, l'existence de certaines résistances à

l'égard de cette législation peut nous faire douter de l'application future de cet article de loi. Cette résistance est d'autant plus incompréhensible qu'il s'agit de simplifier le droit dans le sens d'une plus grande protection du consommateur.

Certaines règles sont essentielles afin de garantir la transparence des informations et ainsi protéger le consommateur dans son choix. Il ne s'agit donc pas de réduire les libertés du consommateur, mais au contraire de les garantir. Si nous souhaitons favoriser la création de richesse, un environnement législatif favorable est nécessaire, autrement dit des règles et des normes peu nombreuses ; toutefois, l'accès à une information fiable par le consommateur doit être garantie, en toute transparence, afin d'éclairer le choix concret du consommateur. Nous devons donc établir un équilibre entre ces deux exigences, mais dans cette tâche, nous heurtons à certains intérêts particuliers.

La libération des énergies doit se faire dans le cadre d'une restauration de la responsabilité individuelle fondée sur les valeurs de travail, d'effort et de mérite qui transcendent les clivages politiques. Ainsi, ceux qui s'opposent à ces mesures entravent la réussite individuelle. Face aux

« Il s'agit d'établir le meilleur équilibre permettant à la fois à l'entreprise de créer des richesses et au consommateur de pouvoir faire les meilleurs choix possibles tout en étant protégé. »
Laurent Grandguillaume

problèmes d'un monde complexe exigeant des solutions concrètes, certains sont immobilisés par des clivages dogmatiques et théoriques. Le débat sur la simplification est de ceux qui transcendent le clivage entre la gauche et la droite : il s'agit d'établir le meilleur équilibre permettant à la fois à l'entreprise de créer des richesses et au consommateur de pouvoir faire les meilleurs choix possibles tout en étant protégé.

Dans le cadre de cette simplification, la réforme du droit du travail est délicate, dans la mesure où nous sommes confrontés à la fois à la protection du salarié et à la demande de souplesse juridique de la part des entreprises. Ici encore, nous devons trouver un équilibre entre ces deux exigences, en nous appuyant notamment sur le travail des partenaires sociaux.

Loi Macron : ce que nous aurions pu faire en plus, pour libérer du pouvoir d'achat !

Alain Bazot

Gaëlle Copienne

Alain Bazot, président de l'UFC-Que Choisir, nous présentera ce qui aurait dû être fait pour libérer plus de pouvoir d'achat dans le cadre de la loi Macron.



*Président de l'UFC-Que Choisir, directeur des publications depuis avril 2003, il est également membre du Conseil national de la consommation et du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique. Au niveau européen, Alain Bazot est membre de l'exécutif du BEUC (Bureau européen des unions de consommateurs). Spécialiste de droit public, il est chargé de cours à l'Université de Bourgogne. Il a écrit en 2007 le livre *Consommateur, si tu savais*, édité chez Plon.*

Je vous remercie de me donner la parole.

Le projet de loi Macron, tel qu'il est aujourd'hui, est très décevant pour nous du point de vue du consumérisme. Initialement, le projet annoncé par Arnaud Montebourg était intitulé « Croissance et pouvoir d'achat », le pouvoir d'achat s'inscrivant dans une logique consumériste. Cependant, cette logique du pouvoir d'achat a été abandonnée, ce que l'on constate par le nouveau titre du projet de loi : « Croissance, activité et égalité des chances ». L'étude d'impact de la loi Macron révèle l'absence de conséquences majeures sur le pouvoir d'achat des consommateurs. Seulement 800 millions d'euros de pouvoir d'achat supplémentaire sont prévus en conséquence de la libéralisation des marchés du transport en bus et du transport ferroviaire ; ainsi que 100 à 200 millions d'euros pour la réforme des autoroutes, qui reste par ailleurs très hypothétique. L'approche par la consommation est donc

absente du projet de loi actuel. Les réformes sont exclusivement sectorielles et manquent d'ambition globale. Bien sûr, les lois sectorielles sont tout de même une bonne initiative, et la loi Lagarde sur la consommation est un exemple de réussite en la matière. L'opinion populaire s'est cristallisée autour de points marginaux de la réforme, et non sur l'essentiel. La réforme des professions de santé et des professions juridiques réglementées, par exemple, n'aura que peu d'impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs. De même, l'ouverture des magasins le dimanche n'offre pas d'intérêt fondamental pour le consommateur.

Nous aurions préféré un axe de réforme clairement consumériste reposant sur trois piliers : simplification, transparence et ouverture de certains marchés. Le pouvoir de marché du consommateur est un élément essentiel du processus de revitalisation de notre économie. Ce

*« L'étude d'impact de la loi Macron révèle l'absence de conséquences majeures sur le pouvoir d'achat des consommateurs. »
Alain Bazot*

pouvoir de marché implique une plus grande liberté du consommateur, ainsi que l'accès à suffisamment d'informations afin de pouvoir exercer son choix de façon rationnelle. Dans l'état actuel, le consommateur manque de liberté réelle et d'informations.

L'agrégation des règles de droit rend difficile leur compréhension par le consommateur, d'où la nécessité d'une simplification de ces règles. La loi Hamon, par exemple, a permis la résiliation infra-annuelle en matière d'assurance, ce qui a conféré une liberté supplémentaire aux consommateurs, et ainsi redynamisé le marché. Nous devrions faire de cette possibilité de résiliation un principe axiomatique, autrement dit qu'elle soit valable dans l'ensemble de l'économie, et non seulement pour certains secteurs. En effet, les différences juridiques sectorielles rendent illisibles les droits du consommateur. Par exemple, les consommateurs ne savent pas qu'il leur est possible de changer de fournisseur d'énergie à tout moment, sans les frais de résiliation valables dans d'autres secteurs. Ainsi, les consommateurs ne peuvent pas appréhender la liberté que leur donnent des textes de loi complexifiés par leur nombre et leurs spécificités particulières. Des règles simples et fondamentales devraient permettre au consommateur d'assimiler les règles de droit du code de la consommation aussi simplement que le code de la route.

Le horsegate est la conséquence nécessaire d'un manque de transparence dans les filières. L'information sur la provenance des

aliments n'est pas aisément accessible à cause du marché mondial du minéral qui permet aux producteurs d'acheter leurs matières premières en des lieux variés. C'est la conséquence d'une absence de droit, pour le consommateur, à l'information sur l'origine des produits alimentaires. Si l'on souhaite que le consommateur soit véritablement responsable de ses choix, il faut lui fournir l'information lui permettant d'agir en conséquence de cause. Par exemple, si l'on souhaite que le consommateur soit responsable de ce qu'il mange, encore faut-il lui indiquer l'information nutritionnelle des produits alimentaires (s'agit-il d'un produit équilibré ou non?). Pour que le choix du consommateur soit libre et éclairé, il faut lui prodiguer des lumières, des informations sur les produits de sa consommation. Il convient donc de donner au consommateur les outils de la libéralisation de son pouvoir d'autonomie, et ainsi de poser un cadre d'informations nécessaires au consommateur.

Enfin, nous devons libéraliser les secteurs de l'économie qui ne fonctionnent pas encore dans un cadre concurrentiel. En Europe, par exemple, seule la France possède un marché des pièces d'automobiles de carrosserie qui ne soit pas libéralisé, augmentant ainsi le prix des pièces de 40 à 50 %. Cela représente un manque à gagner de 400 millions d'euros de pouvoir d'achat pour les consommateurs. De plus, des prix de pièces détachées plus élevés renchérissent également le coût des assurances. Dans le secteur pharmaceutique, le monopole de l'officine renchérit les médicaments. La libéralisation de ce secteur, en supprimant la structure juridique des

« Nous devons libéraliser les secteurs de l'économie qui ne fonctionnent pas encore dans un cadre concurrentiel. »

Alain Bazot

officines, permettrait à d'autres vendeurs, à condition bien sûr qu'ils soient pharmaciens, de proposer une offre de médicaments. Quant au secteur bancaire, les gains de pouvoir d'achat seraient substantiels si l'on réduisait les coûts des changements de banque. Nous saluons donc l'amendement proposé récemment qui pourrait permettre cela s'il est finalement adopté.

Professions réglementées : les écueils de la loi Macron

Michel Chassang

Gaëlle Copienne

La parole est donnée à Michel Chassang, président de l'Union nationale des professions libérales, qui a récemment déposé une plainte à la Commission de Bruxelles. Quels sont, selon vous, les principaux écueils de la loi Macron ?



Président de l'Union nationale des professions libérales (UNAPL) depuis 2013, Michel Chassang a été président de la Confédération des syndicats médicaux français (CSMF) de 2002 à 2014 et, à ce titre, membre du Haut conseil pour l'avenir de l'Assurance maladie. Président du Centre national des professions de santé (CNPS) de 2007 à 2013, il a également présidé, de 1993 à 2002, l'Union nationale des omnipraticiens français (UNOF), après avoir été membre du comité directeur de 1990 à 1993. Médecin de famille exerçant à Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme), Michel Chassang a débuté son parcours syndical dès 1986 en tant que président du Syndicat des médecins du Cantal (CSMF).

Bonjour, je vous remercie de m'avoir invité.

Cette loi repose sur un certain nombre de malentendus – outre la stigmatisation des professionnels qui ont été qualifiés de nantis et de rentiers – notamment sur la distinction entre la profession protégée et la profession réglementée. Une profession protégée assure une protection aux professionnels du secteur ; en revanche, une profession réglementée protège le public, notamment envers l'asymétrie de l'information entre le consommateur et le professionnel. Les règles des professions réglementées touchent à la formation (obtention de diplôme et formation continue tout au long de la vie professionnelle), à l'installation (restriction à l'entrée pour certaines spécialités), à l'exercice (déontologie et sanctions disciplinaires) et enfin aux tarifs (administrés ou fixés conventionnellement à un taux identique sur l'ensemble du territoire). Ces règles assurent notamment que

l'asymétrie d'information engendre le moins de problèmes possible.

Le second malentendu tient au fait que le marché des professions réglementées (et notamment libérales) est un marché très spécifique. Ce marché n'obéit pas à la règle d'ajustement du prix en fonction de l'offre et de la demande, puisque, d'une part, la qualité du service doit prévaloir sur le prix, et d'autre part, il existe des externalités positives, puisqu'il s'agit de biens collectifs d'intérêt général dans le cadre de délégations de services publics.

La loi Macron n'expose pas clairement ses objectifs : s'agit-il d'une redistribution des revenus ou bien s'agit-il de disposer de plus grandes marges de manœuvre ? Dans la seconde hypothèse, les bénéfices économiques sont loin d'être certains, puisque les coûts induits par cette réforme (en termes d'emplois perdus) n'ont pas encore été chiffrés. S'agit-il de moderniser les professions et les

*« La principale
conséquence
potentielle de ce projet
de loi Macron sur les
professions
réglementées
juridiques serait une
dérive vers le système
judiciaire de type
anglo-saxon. »
Michel Chassang*

rendre plus accessibles, ou bien de simplifier les procédures administratives? Notons, par exemple, que le projet actuellement en débat à l'Assemblée sur la tarification des services notariaux comporte une grille de tarifs différenciés selon les services, ce qui ne va nullement dans le sens d'une simplification et d'une plus grande visibilité pour les consommateurs. Enfin, interrogeons-nous sur le fait que le projet de réforme des professions réglementées porte exclusivement sur les professions juridiques.

La principale conséquence potentielle de ce projet de loi Macron sur les professions réglementées juridiques serait une dérive vers le système judiciaire de type anglo-saxon. En effet, l'ouverture du capital, la concentration et la financiarisation potentielle des structures vont dans le sens d'une telle dérive. Par ailleurs, cette réforme aura des conséquences en matière d'aménagement du territoire (du fait notamment de la postulation des avocats), ainsi qu'en termes de qualité des services (ne favorisera-t-elle pas, en effet, les services à bas coût de moins bonne qualité?).

En conclusion, nous sommes face à une atteinte extrêmement grave à l'encontre de l'exercice libéral et qui

remet en cause un système qui a fait ses preuves. Il ne faut pas confondre l'exercice libéral d'une profession et le libéralisme: le libéralisme est une conception économique et politique, tandis que la profession libérale est synonyme d'indépendance, de proximité avec le client et aussi de prestations personnalisées. Cette loi est très hétéroclite, puisqu'elle comprend des dispositions concernant les professions juridiques réglementées, le permis de conduire, le droit du travail, le dialogue social, le transport en autocar, la construction, l'épargne salariale, etc. Aussi le risque est-il important d'engendrer une concentration des pouvoirs en un seul et unique ministère: Bercy. Nous n'adhérons pas à ce choix politique qui consisterait à concentrer en des mains uniques tant de pouvoir touchant à la santé, la justice, l'aménagement du territoire, au dialogue social, au droit du travail, à l'écologie, etc. La justice doit continuer à dépendre de la place Vendôme et la santé de l'avenue de Ségur afin de protéger les citoyens.

Une politique de simplification ambitieuse : un outil de relance pour la croissance

Sophie Errante



Députée de la Loire-Atlantique, Sophie Errante est membre de la commission spéciale chargée d'examiner le projet de loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques. A l'Assemblée nationale, elle siège aussi à la commission du Développement durable et de l'Aménagement du territoire et co-préside le groupe d'études "Santé environnementale". Elle a également été rapporteure sur la mission relative à l'affichage environnemental ainsi que sur le projet de loi relatif à la simplification de la vie des entreprises. De 2008 à 2014, Sophie Errante a été maire de La Chapelle-Heulin et responsable de la commission Tourisme et Patrimoine au sein de la Communauté de Communes de Vallet. Très attachée à nourrir une réflexion globale de territoire, elle a mené le projet de création d'un office de tourisme du Pays du Vignoble de Nantes. Depuis 2014, Sophie Errante est conseillère municipale de La Chapelle-Heulin suite à sa décision de ne pas se représenter en tête de liste afin d'éviter le cumul des mandats. Native du vignoble du Muscadet, Sophie Errante a vécu plusieurs années dans les DOM-TOM (Guyane, Polynésie française et Réunion). C'est là-bas qu'une fois ses études de commerce international terminées, elle a commencé à exercer des missions de marketing international, avant de partir en région parisienne. En 2000, elle a fondé une entreprise d'import/export d'équipements médicaux, Partenaire hospitalier international, en Loire-Atlantique, dont elle quittera la présidence en juillet 2012.

Bonjour à tous, je suis députée, mais également chef d'entreprise depuis l'an 2000. J'ai été confrontée, en tant que salariée et chef d'entreprise, à des procédures administratives rébarbatives et inutiles qui m'ont sensibilisée à l'intérêt d'une réforme de simplification.

J'aimerais apporter des précisions quant à la méthode et la philosophie de Thierry Mandon dans sa façon d'aborder le projet de simplification. Notre société, en pleine mutation, rencontre des réticences d'ordre psychologique plus encore qu'économique. Chaque évolution est d'emblée perçue comme un danger, un risque, et non comme une opportunité. Afin que le législateur légifère mieux en prenant en compte les évolutions de notre société, il doit être informé des réalités pratiques auxquelles sont confrontées les entreprises dans leurs activités quotidiennes.

La loi Macron a véritablement fait l'objet de discussions au sein de l'Assemblée (ce qui n'est pas le cas pour toutes les réformes), et nous avons pu collecter des informations de terrain. La demande qui revient le plus souvent, lorsque j'interroge les chefs

d'entreprise et les salariés, n'est pas celle de financements publics, mais bien d'une simplification dans les tâches administratives quotidiennes. Ainsi, sur les problématiques de l'apprentissage et de l'accueil des personnes handicapées, les entreprises aimeraient avant tout que leur travail soit simplifié, et pas nécessairement recevoir des subventions.

Parallèlement à la simplification, il est nécessaire de stabiliser l'environnement juridique des entreprises, et donc de ne pas toucher chaque année aux règles en vigueur.

La société civile est souvent en avance sur le législateur, d'où l'intérêt pour ce dernier de prendre en considération les idées des citoyens.

Présentation de la Mission parlementaire portant sur les relations entre les cotisants et les Urssaf

Marc Goua



Cadre bancaire retraité, Marc Goua est maire de Trélazé depuis juin 1995, vice-président d'Angers Loire Métropole depuis 1995 –responsable du secteur Habitat– membre du conseil d'administration d'Angers Loire Développement (action économique de l'Agglomération) et de Sociétés HLM. Conseiller général de mars 1998 à juillet 2007, il abandonne ce mandat quand il devient député de la 2^e circonscription du Maine-et-Loire en 2007. En tant que membre de la commission des Finances de l'Assemblée nationale, il est rapporteur spécial du programme Énergie, chargé de l'audit des comptes d'AREVA et d'EDF en 2012, auteur d'un rapport d'information sur le coût de la fermeture anticipée de la centrale nucléaire de Fessenheim et membre titulaire de la commission de surveillance de la Caisse des dépôts et consignations depuis juin 2012. Il est également en mission auprès du Gouvernement pour améliorer les relations entre les URSSAF et les cotisants en amont de la procédure de contrôle.

Avant de vous entretenir du rôle de l'Urssaf, je tiens à donner quelques précisions sur ce qui a été dit précédemment. Les chiffres de l'épargne viennent d'être publiés : nous avons progressé d'un point relativement à l'an passé, ce qui représente 7 milliards d'euros, qui pourraient être alloués à la consommation. Nous avons donc un problème de climat anxigène engendré par le changement incessant des lois et la complexité juridique et administrative. Outre la consommation, l'investissement accuse également des faiblesses.

En ce qui concerne l'Urssaf et les entreprises, leurs relations sont souvent jugées tendues, c'est pourquoi nous cherchons à transformer l'image répressive de l'Urssaf en une image de conseil et d'anticipation. Par sa capacité à faire aisément des saisies-arrêts sur les comptes, l'Urssaf suscite la crainte.

Certaines mesures ont déjà été mises en œuvre à ce propos, notamment dans le cadre du processus de régionalisation qui harmonise les différentes instances de l'Urssaf.

Le problème de la compétitivité doit se résoudre sur trois points : l'hyper-réglementation, les financements bancaires et le changement incessant des lois (qui trouble le processus d'investissement, puisque celui-ci s'inscrit dans la durée).

Enfin, en dépit de son caractère hétéroclite, la loi Macron avance dans le bon sens.

Présentation de la Mission d'information sur les professions juridiques réglementées

Cécile Untermaier

Gaëlle Copienne

Cécile Untermaier, députée de Saône-et-Loire, est venue nous présenter la mission d'information qu'elle présidait, sur les professions juridiques réglementées.



Députée de Saône-et-Loire, Cécile Untermaier est rapporteure thématique au sein de la Commission spéciale pour l'examen du projet de loi sur la croissance et l'activité, en charge du volet "Professions juridiques réglementées". Elle a aussi été présidente-rapporteure de la Mission d'information sur les professions juridiques réglementées, rapporteure de la Mission d'information sur le rôle de la justice en matière commerciale, ou encore secrétaire de la Mission d'information sur la simplification législative. Elle est enfin conseillère générale du canton de Sennecey-le-Grand.

En guise de préambule, j'aimerais souligner que la loi Macron est une loi transversale, dont nous avons besoin afin de faire sauter dans l'urgence des obstacles à la croissance de l'économie française. Je discuterai principalement de l'aspect économique de la loi Macron.

Même si le droit n'est pas une marchandise, il existe toutefois un marché du droit qui représente 0,8 % du PIB, et dont le secteur comprend près de 100 000 emplois. Le rapport de l'Inspection générale des finances, rendu public en septembre 2014, a rendu une analyse polémique sur le statut de ces emplois. Ce rapport comportait la notion de rente économique, et l'on a conclu trop hâtivement que les professionnels en question étaient des rentiers. La rente est une donnée économique, qui exprime une majoration excessive au regard d'une rémunération attendue.

J'estime qu'il est normal, eu égard au fait que les officiers publics ministériels nommés par la chancellerie disposent d'un monopole, que l'État examine la question des tarifs. Il nous faut moderniser un modèle tout en le préservant, dans la mesure où il assure un maillage juridique, une présence de professionnels du droit sur l'ensemble du territoire.

Notre constat est le suivant : rareté de l'offre, absence de création d'offices depuis quelques années, très peu de cession d'offices depuis 2013, d'où une augmentation de la valeur vénale des parts de ces offices. Concrètement, de 2005 à 2013, la valeur vénale des parts des offices a été majorée de 8,3 % pour les notaires et de 71,3 % pour les greffiers des tribunaux de commerce. Ainsi, la rareté de l'offre majore les prix des cessions et, compromet l'égalité d'accès à ces professions. Deuxièmement, nous constatons une majoration du

salariat, qui n'est pas néfaste en elle-même à condition que le salariat n'entrave pas l'accès à l'association ou à la prise en main d'office, ce qui est malheureusement le cas. Troisièmement, nous avons constaté une difficulté d'accès des jeunes à ces professions, ainsi qu'une inégale répartition de ces offices sur le territoire (hyper-concentration à Paris et pénurie en province), ce qui contrevient à l'idéal d'une égalité d'accès au droit pour tous et au maillage territorial. À mon sens, il importe de réformer les archaïsmes de ces professions, ce que s'efforce de faire la loi Macron, notamment en réformant la relation de ces professions avec l'État. Enfin, nous avons constaté une illisibilité des coûts, ce que la loi Macron entend corriger en établissant, sur la base de critères objectifs, une grille tarifaire qui garantirait un égal accès au droit sur l'ensemble du territoire.

À l'aune de ce constat, les mesures adoptées sont les suivantes : nous avons fait appel à une Autorité de la concurrence (car le régulateur chargé du contrôle de la profession ne fonctionne pas, à en juger par l'absence de création d'offices). Nous avons envisagé, d'une part, la liberté d'installation régulée afin de créer des offices dans les territoires carencés ; et d'autre part, une révision tarifaire en accord avec la profession et les associations de consommateurs ; enfin, nous avons imposé une révision quinquennale ainsi qu'une transparence, une simplification et donc une lisibilité des prix, avec pour objectif l'augmentation du nombre d'offices et l'ouverture de cette profession à la jeunesse.

*« Nous avons constaté une illisibilité des coûts, ce que la loi Macron entend corriger en établissant, sur la base de critères objectifs, une grille tarifaire qui garantirait un égal accès au droit sur l'ensemble du territoire. »
Cécile Untermaier*

L'intégration de la notion de consommateur dans le cadre de prestations juridiques

Pascal Eydoux

Gaëlle Copienne

Avec Pascal Eydoux, président du Conseil national des barreaux, nous parlerons de la notion de consommateur dans le cadre des prestations juridiques.



Président du Conseil national des barreaux (CNB) depuis le 17 janvier 2015, et pour les trois années à venir, Pascal Eydoux est ancien bâtonnier de Grenoble. Ayant prêté serment le 17 janvier 1977, c'est d'abord dans son barreau d'origine, Grenoble, qu'il va s'engager sur le plan institutionnel en devenant membre du Conseil de l'Ordre de 1984 à 1990, et de 1993 à 1999, puis bâtonnier de 2000 à 2001. Il rejoindra ensuite la Conférence des bâtonniers de 2002 à 2007, le Conseil national des barreaux de 2004 à 2006, et sera élu président de la Conférence des bâtonniers en 2008.

Nos discussions, depuis ce matin, développent certains paradoxes très intéressants. En ce qui concerne ma profession d'avocat, dois-je vous parler de la simplification nécessaire de la loi, ou bien de mon exercice professionnel ? Je ne suis pas officier ministériel, ma profession n'est pas réglementée par l'État mais régulée par son ordre et ses bâtonniers. Je n'ai ni tarif imposé ni *numerus clausus*, et mon activité juridique et judiciaire est soumise chaque jour à la concurrence des autres acteurs du marché du droit (puisque le droit est devenu un marché). C'est un marché qui doit répondre aux aspirations de la République ainsi qu'à celles des consommateurs, puisque le sujet de droit est devenu consommateur. Bien que je ne m'oppose pas à cette conception du sujet de droit comme consommateur, je tiens à préciser que mon activité juridique et judiciaire ne

porte pas tout à fait sur un objet quelconque du commerce.

Depuis les années 2000 se développe l'idée selon laquelle la réglementation des professions est de nature à favoriser la profession au détriment du consommateur, et qu'il faut par conséquent inverser cet ordre des choses. Je ne m'oppose pas à l'idée d'une réglementation prenant en compte les intérêts des consommateurs. Cependant, il reste à démontrer que la réglementation actuelle porte atteinte auxdits intérêts.

Alors que l'exercice du droit n'est pas protégé, dans la mesure où presque tout le monde peut faire du droit (associations de consommateurs, experts-comptables, etc.), et que certaines professions ont le monopole de certains actes de droit, ma profession, quant à elle, est confrontée au développement d'une offre qui, je le reconnais, n'a pas été

satisfaite par les avocats. En effet, nous avons perdu progressivement une sorte d'alliance avec notre public dans la mesure où l'aide aux plus démunis n'a pas pu être servie convenablement dans un environnement économique pertinent par les avocats. Cela nous amène aux débats sur l'aide juridictionnelle, mais ce problème déborde notre propos. Alternativement à cette situation, une multitude d'offres purement commerciales s'est développée au sein de plateformes numériques. Ces offres proposent des services simples, à bas coût et immédiatement rendus.

Face à ces nombreuses difficultés auxquelles est confrontée la profession d'avocat, celle-ci a répondu qu'il faut concevoir le droit non pas comme une marchandise ordinaire, mais comme un facteur de régulation des rapports sociaux et économiques. Si les consommateurs consentent à cette conception du droit, alors les avocats pourront développer une meilleure offre. Puisque nous ne sommes pas réglementés et que nous n'aspérons pas à l'exercice d'un monopole, nous pouvons développer notre offre en fonction de la demande des consommateurs. Par ailleurs, les modes alternatifs de règlement des différends doivent être développés, ainsi que la procédure participative dans le cadre de laquelle, avant la démarche judiciaire, les parties s'entendent pour régler leurs difficultés avec leurs avocats ; le juge

étant alors une autorité d'homologation ou d'arbitrage, et ainsi exempté du lourd suivi de la procédure. Cela n'est possible qu'à deux conditions inhérentes à la nature du droit : d'une part, les structures d'exercice d'avocat doivent pouvoir être économiquement viables ; d'autre part, la notion de secret professionnel doit être acceptée par la société et le législateur. Notre société est en quête de transparence totale et méprise le secret professionnel dont l'intérêt pour le client est pourtant certain. Abolir le secret professionnel, c'est interdire aux citoyens la possibilité d'avoir un interlocuteur auquel ils peuvent tout dire afin de développer au mieux leur défense. Dans le cadre de ces deux conditions, ma profession est ouverte à tous les débats relatifs à sa modernisation.

« Il faut concevoir le droit non pas comme une marchandise ordinaire, mais comme un facteur de régulation des rapports sociaux et économiques. Si les consommateurs consentent à cette conception du droit, alors les avocats pourront développer une meilleure offre. »

Pascal Eydoux

Quel avenir pour les professions juridiques réglementées ?

Philippe Houillon



Député du Val-d'Oise depuis 1993, Philippe Houillon est vice-président et co-rapporteur de la Mission d'information sur les professions réglementées. Maire de Pontoise et vice-président de la communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise, Philippe Houillon a été vice-président de l'Assemblée nationale de 1999 à 2000, président de la commission des Lois de 2005 à 2007 et est juge titulaire de la Cour de justice de la République depuis 1997. Philippe Houillon est avocat, ancien bâtonnier de l'Ordre des avocats du barreau du Val-d'Oise.

E dépit du modernisme affiché par le jeune ministre de l'Économie Emmanuel Macron, je constate que les problèmes fondamentaux ne sont pas traités, de sorte que le projet de loi proposé tente de réformer des secteurs qui fonctionnent correctement, et s'interdit de toucher à ceux qui ne fonctionnent pas. L'archaïsme de ce texte se révèle d'abord dans l'idéologie où il prend sa source : c'est l'idéologie d'Arnaud Montebourg, qui affirme, contre toute attente, pouvoir restituer 6 milliards d'euros de pouvoir d'achat aux Français, en réformant certaines professions réglementées. L'idéologie est archaïque : le monde dans lequel nous vivons exige le pragmatisme. Énumérons les archaïsmes dont fait preuve ce projet de loi : d'abord le défaut de concertation avec les professions concernées, puis l'externalisation de tous les avis à une autorité administrative indépendante – l'Autorité de la concurrence – qui dispense alors l'exécutif de prendre de véritables décisions ; l'instauration d'un duo de ministres (Justice et Économie), puisque le ministre de l'Économie a dorénavant des

prérogatives majeures dans la réforme du secteur judiciaire, ce qui rend la réforme d'autant plus complexe qu'elle exige un accord entre ces deux ministres (le modernisme exigerait à l'inverse plus de simplicité) ; certaines professions qui ont été réformées récemment font de nouveau l'objet d'une réforme, ce qui contrevient au principe de stabilité juridique voulu par tous ; les tarifs deviennent illisibles ; les textes portant sur la liberté d'installation et les capitaux sont de véritables usines à gaz ; enfin, le plus grand des archaïsmes consiste pour l'État à faire reposer sur les jeunes, nouvellement installés, l'indemnisation des plus anciens, dans le cas où ces derniers souffriraient de concurrence induite par la libéralisation du secteur, alors qu'il s'agit d'une responsabilité de l'État du fait de la loi. En conclusion, l'adaptation des professions affectées par la loi Macron entraînera une concentration territoriale dans certains pôles. Ce qui est moderne c'est ce qui est simple, ce qui est trop compliqué est archaïque.

Permettre l'ouverture de la vente de médicaments sans ordonnance sur Internet

Cédric O'Neill

Gaëlle Copienne

Cédric O'Neill, vous plaidez en faveur de la vente de médicaments sans ordonnance sur Internet.



Président de 1001Pharmacies, Cédric O'Neill est docteur en pharmacie avec un Master en économie. Après un bref passage dans la Silicon Valley où il travaillera dans une startup biotechnologique à la recherche de nouveaux vaccins innovants, il décide de revenir en France pour y fonder sa propre entreprise. Passionné d'entrepreneuriat et de numérique, il co-fonde ainsi 1001Pharmacies.com qui s'est rapidement imposée comme la référence en termes de vente en ligne de produits de santé. 1001Pharmacies.com lancée en 2011 est la première plateforme permettant aux pharmaciens de vendre facilement leurs produits sur Internet. Avec plus de 600 pharmacies partenaires à travers la France, la jeune startup prévoit 22M de ventes sur l'année 2015 et compte déjà 35 collaborateurs.

Je m'adresse à vous avec deux casquettes : celle de docteur en pharmacie et celle de président du site Internet 1001Pharmacies. Ce dernier a été créé voici trois ans pour faciliter l'accès aux produits de santé sur Internet. Actuellement, 600 pharmacies utilisent ce site pour commercialiser leurs produits hors monopole (cosmétiques, matériel médical et produits vétérinaires). Nous réaliserons un chiffre d'affaires de 22 M€ cette année, ce qui traduit une vraie appétence pour l'achat en ligne de médicaments. Nous ne souhaitons pas attaquer les pharmaciens, mais au contraire leur permettre de vendre facilement sur Internet.

En 2013, une loi a autorisé les pharmacies à vendre leurs médicaments sans ordonnance sur Internet, mais très peu d'entre elles le font en raison de restrictions (par exemple, il est impossible de se regrouper sur des plateformes mutualisées). Cette loi n'est donc pas entrée en vigueur réellement et le consommateur se tourne vers des sites de vente étrangers, légaux ou

illégaux, concurrents des pharmaciens ; cette loi, qui était censée lutter contre la contrefaçon des médicaments sur Internet, au contraire l'exacerbe. Bien sûr, des pharmaciens s'orientent vers Internet pour relancer leur croissance, mais nous nous heurtons à des corporatismes et à des réflexes conservateurs. Pourtant, cette évolution est inéluctable, comme on le voit ailleurs en Europe.

Malgré les rapports parus (Autorité de la concurrence, rapport de Richard Ferrand), la situation n'a pas progressé. C'est la raison pour laquelle nous avons cherché à savoir avec Jean-Daniel Lévy, de l'institut de sondages Harris Interactive, ce que veulent les Français. Selon son étude, un sur deux serait enclin à acheter des médicaments sans ordonnance sur Internet, bien que cet achat lui fasse craindre des dangers et de la contrefaçon.

Nous proposons donc différentes simplifications, comme permettre le regroupement de pharmacies sur un même site Internet.

L'appétence des Français pour l'achat de produits de santé sur Internet

Jean-Daniel Lévy

Gaëlle Copienne

Jean-Daniel Lévy, que montre votre étude ?



Directeur du département politique et opinion d'Harris Interactive, Jean-Daniel Lévy travaille dans le secteur des sondages d'opinion depuis plus de seize ans dans différents instituts (IFOP, CSA...). Il a créé le département politique et opinion d'Harris Interactive France. L'activité qu'il mène a vocation à "prendre le pouls de l'opinion": grand public, leaders d'opinion, acteurs économiques et sociaux. À travers des recueils qualitatifs et quantitatifs (Internet, téléphone, face-à-face, mobile, réseaux sociaux...), il cherche à offrir à ses clients une restitution allant "plus loin que les discours". Il intervient auprès de clients politiques nationaux et locaux, institutionnels, syndicaux, DRH, responsables de la communication interne, agences de communication, etc. Jean-Daniel Lévy est, en outre, éditorialiste à LCP-AN (la chaîne parlementaire de l'Assemblée Nationale). Harris Interactive, dont la maison mère est aux États-Unis, est un institut de sondages reconnu au niveau international pour la fiabilité de ses enquêtes et pour sa recherche perpétuelle d'innovation au service d'une meilleure compréhension de l'opinion et des consommateurs.

Bonjour à tous. L'intégralité des résultats de cette étude sera disponible la semaine prochaine.

Dans le contexte que nous connaissons, nous avons souhaité demander aux Français s'ils connaissent et savent trier les différents types de sites Internet, français et étrangers, et s'ils souhaitaient acheter des médicaments sans ordonnance sur Internet. Nous dressons plusieurs constats. En premier, et ces regards sont traditionnels, les Français évoquent de façon récurrente le pouvoir d'achat. Deuxièmement, ils ont besoin d'être rassurés, ce à quoi Internet ne contribue pas. De ce fait, ils ne se sentent pas capables d'acheter des médicaments sans ordonnance sur Internet, car il n'existe pas de « garantie ».

Notre étude montre, qu'en matière de santé, deux tiers des Français ont le réflexe de se connecter à Internet pour consulter des informations sur la pathologie dont ils souffrent ou sur les médicaments prescrits. Près d'un Français sur deux est prêt à se rendre sur un site Internet appartenant à une pharmacie française. Cette appétence est réelle.

Un des éléments essentiels de ce mouvement réside dans l'information. En effet, 40 % des Français interrogés ne savent pas que les pharmacies françaises peuvent vendre des médicaments sans ordonnance sur Internet. Et plus d'un sur deux pense, à tort, qu'ils peuvent se réunir sur Internet. Au sujet de la provenance des produits vendus sur Internet, 93 % des Français pensent qu'il est dangereux d'acheter des médicaments sur des sites étrangers, alors qu'à plus de 80 % ils pensent qu'un regroupement de pharmacies mutualisées sur Internet concurrencerait efficacement ces acteurs étrangers.

Le premier frein à la vente de médicaments sans ordonnance sur Internet réside dans la confiance : deux Français sur trois n'ont pas confiance dans la qualité de ces produits vendus sur Internet.

Selon notre étude, trois facteurs inciteraient les Français à plus acheter de médicaments sur Internet. Le premier, c'est l'idée que les prix seraient moins élevés qu'en pharmacie. Le deuxième, c'est un agrément des autorités françaises visant ces sites de vente en ligne, et – troisièmement – une attestation de qualité de provenance des produits vendus.

DÉBATS

« L'archaïsme vient du fait que la société évolue et que les systèmes restent figés. Nous souhaitons donc adapter les systèmes aux attentes des usagers et aux évolutions du monde. »
Cécile Untermaier

TOM TAYLOR, président, FAADDHED

Ne pensez-vous pas que les contradictions et les archaïsmes résident dans le fait que, dans notre société de droit commun, les spécificités sont prééminentes.

JEAN-LOUIS TIXIER, vice-président, Europe China commercial union (ECCU)

Pourquoi Emmanuel Macron ne s'est-il pas préoccupé en priorité de réformer la fonction publique plutôt que les professions réglementées ?

CÉCILE UNTERMAIER

L'un n'empêche pas l'autre. La prochaine grande loi en débat portera sur la fonction publique. Toutefois, celle-ci ne doit pas être opposée systématiquement au secteur privé, l'un et l'autre rendent des services précieux et contribuent à l'intérêt général. C'est ce qui guide la loi Macron, en réduisant le prix du permis de conduire, en permettant aux personnes, grâce à l'autocar, de se déplacer plus souvent et à un prix

moins élevé que le train. L'archaïsme vient du fait que la société évolue et que les systèmes restent figés. Nous souhaitons donc adapter les systèmes aux attentes des usagers et aux évolutions du monde, tout en conservant notre modèle social.

Clôture des travaux

Laurent Grandguillaume



Laurent Grandguillaume est membre du Parti socialiste depuis 1996. Secrétaire national à l'organisation du Parti socialiste, il est depuis le 17 juin 2012 député de la Côte-d'Or. Depuis 2008, il a été adjoint au maire de Dijon François Rebsamen, délégué à la Jeunesse, à la Vie associative et à la Démocratie locale, vice-président délégué aux finances du Grand Dijon, mandats desquels il a démissionné en septembre 2012, dans le cadre de son engagement de non cumul des mandats entre le mandat de député et un exécutif local. De novembre 2008 à juillet 2012, il a été conseiller général du canton de Dijon-5. En juin 2014, il remplace Thierry Mandon à la co-présidence du Conseil de simplification pour les entreprises.

J'observe que, face aux problèmes, en France, nous faisons toujours beaucoup de théories avant de trouver des solutions. Le texte de près de 300 articles dont nous débattons aujourd'hui a été caricaturé, d'aucuns se sentent obligés de se prononcer pour ou contre sans reconnaître que seule une vingtaine d'articles leur pose problème. Dans ce contexte, les Français manifestent une réelle défiance envers les politiques et les institutions. Nous devons donc renouer avec la « France des solutions », notamment dans les territoires, au sein des entreprises (PME, TPE, ETI), des professions réglementées et de la fonction publique.

Sur la loi Macron, comme sur d'autres lois, la vraie question est celle de l'application. Les bons articles seront-ils mis en œuvre, par exemple pour le permis de conduire, pour les autoroutes, les « retraites-chapeau », etc. ? La loi n'apportera des solutions

que si nous sortons des oppositions stériles et des débats dogmatiques. La situation est complexe, nous devons sortir de l'état d'esprit du « village gaulois », et nous devons plus écouter la forêt qui pousse et moins écouter l'arbre qui tombe.

Clôture des travaux

Robert Rochefort



Député européen depuis 2009 et vice-président du Mouvement démocrate, Robert Rochefort est vice-président de la commission du Marché intérieur et de la Protection des consommateurs du Parlement européen. Diplômé en 1979 de l'École nationale de la statistique et de l'administration économique, il prend la tête du département des statistiques de la Caisse nationale d'assurance maladie en 1981. En parallèle, de 1985 à 1986, il occupe la fonction de directeur délégué du Centre de recherche, d'études et de documentation en économie de la Santé (CREDES). En 1987, il est nommé Directeur du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC), dont il devient le directeur général en 1995. En mars 2006, il devient membre du Conseil d'analyse économique auprès du Premier ministre et son élection en 2009 au Parlement européen le contraint à renoncer à ces deux fonctions afin de se consacrer pleinement à son mandat de député. Depuis juillet 2014, il est vice-président du Centre Européen de la Consommation de Kehl. Robert Rochefort est auteur de plusieurs ouvrages sur la socio-économie de la consommation édités chez Odile Jacob.

Les organisateurs de cette manifestation ont eu la grande pertinence de choisir de tenir ces Rencontres parlementaires en ce jour de vote de la loi Macron.

J'aimerais souligner à quel point la simplification est essentielle pour aider le consommateur et favoriser la croissance, toutes les enquêtes en provenance des entreprises le montrent. Mais il est tellement compliqué de réformer que lorsque l'on simplifie, on complexifie. Au Parlement européen, Jean-Claude Juncker a décidé de retirer une trentaine de textes. J'ajoute à ce sujet qu'au niveau européen, moins les parlementaires ont de pouvoir et plus ils prennent des décisions sur des sujets secondaires. J'espère donc qu'en légiférant moins, nous légiférerons plus sur des sujets essentiels.

J'aimerais rappeler également que la France souffre d'une surtransposition des directives européennes. De plus, le monopole qui donne une rente à une catégorie de personnes doit en

permanence être combattu au nom de la croissance et du consommateur. En effet, plus un monopole est fort et plus il manque de transparence, pour conserver ses privilèges. Les vrais monopoles sont ceux de la globalisation et de la mondialisation, par exemple celui de l'iPhone dont on ne peut pas changer la batterie lorsqu'elle est en panne.

Faisons du benchmark. Il est insupportable de constater, qu'en France, on ne progresse pas sur certains sujets, comme la vente des médicaments courants hors des officines. Aucune statistique ne montre que cela cause plus de décès et, au contraire, l'interdire nuit à la santé des consommateurs : ne pas pouvoir acheter un comprimé d'aspirine dans le TGV oblige à souffrir de maux de tête pendant quatre heures. Concernant l'ouverture des magasins le dimanche, un modèle intéressant existe en Espagne, où les régions en décident.

La simplification passe par l'harmonisation. Par exemple, en matière de brevets européens, une

*« Le monopole qui
donne une rente à une
catégorie de personnes
doit en permanence
être combattu au nom
de la croissance et du
consommateur. »
Robert Rochefort*

PME est entravée par l'existence de 28 législations différentes.

Enfin, si nous réussissons le Traité transatlantique, nous obtiendrons des normes harmonisées avec les Américains, ce qui simplifierait au moins l'export outre-Atlantique.

Je vous appelle à ne pas considérer ces questions seulement sous un angle national.

Déjeuner débat

Bruno Lasserre



Président de l'Autorité de la concurrence depuis 2009, Bruno Lasserre a été reconduit dans cette fonction par le Président de la République le 28 février 2014, après avis favorable et unanime des commissions compétentes du Parlement. Il a présidé, de 2004 à 2009, le Conseil de la concurrence dont il était membre depuis 1998. Conseiller d'État, Bruno Lasserre a été président adjoint de la section contentieux du Conseil d'État de 2002 à 2004, après avoir été président de la 1ère sous-section du contentieux pendant trois ans. Il a été l'architecte de l'ouverture à la concurrence du secteur des télécommunications au sein du ministère des Postes et Télécommunications, d'abord en tant que directeur de la réglementation générale, de 1989 à 1993, puis en tant que directeur général des postes et télécommunications, de 1993 à 1997. Il a également été membre de la Commission pour la libération de la croissance française présidée par M. Jacques Attali, dont le rapport "300 décisions pour changer la France" a été remis au Président de la République et au Premier ministre le 23 janvier 2008.

Tout d'abord, j'aimerais remercier les organisateurs de ces 5^{es} Rencontres parlementaires pour la Croissance et la Consommation, Laurent Grandguillaume et Robert Rochefort que j'ai beaucoup de plaisir à retrouver. Comme l'a dit Robert Rochefort, ce jour est important avec le vote sur le projet de loi dont il a été question tout au long de la matinée. Je me réjouis du fait que la France accepte de s'ausculter et de reconnaître que l'on peut faire mieux sur certains sujets, comme le ferait une entreprise, en se donnant les moyens de s'améliorer.

Le projet de loi Macron a le mérite d'opter pour la mise en mouvement dans chaque secteur où la situation n'est pas satisfaisante, en permettant à ceux qui sont prêts à prendre des risques et à contribuer à la recherche de nouveaux équilibres, de forger des solutions qui peuvent être gagnantes pour tous. Ce texte ne signe pas le retour de l'économie administrée, comme certains l'ont dit, car l'État se contente de donner aux acteurs économiques les incitations à faire mieux, en étant le garant de la liberté des acteurs. L'avenir de la loi Macron est donc dans les mains de ces acteurs.

J'apprécie dans ce projet de réforme que la concurrence ne soit pas

présentée comme un objectif, mais un levier pour faire en sorte que notre économie produise de meilleurs résultats et les redistribue. Les gains d'efficacité doivent être équitablement répartis, entre les actionnaires, les salariés et les consommateurs qui bénéficient non seulement de prix réduits, mais également d'une meilleure qualité, d'innovation, etc.

Prenons par exemple la libéralisation du transport par autocar, une idée issue d'une proposition faite par l'Autorité de la concurrence. La réglementation actuelle est fermée et vise le seul cabotage international. Pourtant, la concurrence réussit d'autant mieux qu'elle ne se contente pas de répartir les forces entre différents acteurs, mais qu'elle fait croître le marché : en effet, une offre de lignes nouvelles répondra à une demande non adressée et en suscitera également de nouvelles, créant de la croissance et de l'emploi, y compris en amont (la construction des autocars) ou en aval (le tourisme).

L'Autorité de la concurrence est concernée par le projet de loi à plusieurs titres : elle se penchera sur les professions juridiques (tarification et installation), la distribution (très concentrée en France et inégalement répartie sur le territoire) et verra ses

propres procédures renforcées et simplifiées.

Certains craignent que l'Autorité de la concurrence ne devienne un gendarme doté de pouvoirs excessifs. J'aimerais, en premier lieu, rappeler que nous n'avons pas demandé de pouvoirs supplémentaires. J'ajoute que cette institution restera un acteur de taille modeste, avec 181 personnes et un budget de 20 M€.

Il est clair que le succès de cette réforme dépendra de son application. L'Autorité de la concurrence travaillera :

- en concertation renforcée avec les associations de consommateurs ;
- en toute indépendance, sans vindicte, ni jalousie, ni rancune, avec la seule volonté de réussir les réformes et de bâtir de meilleurs équilibres ;
- avec les moyens de ses ambitions : l'État doit être cohérent et donner à l'Autorité de la concurrence des moyens proportionnés aux nouvelles responsabilités qu'il lui donne.

ALAIN VASSELLE, sénateur de l'Oise

Comment l'ouverture des autocars à la concurrence pourrait-elle être compatible avec le maintien d'une offre de services en zone rurale ? En tant que président d'une communauté de communes rurales, j'avais rencontré de grandes difficultés à obtenir la desserte des espaces par manque de clientèle. Par une concurrence exacerbée, les compagnies devront équilibrer leurs finances et sélectionneront les lignes. De même, la grande distribution oblige les populations rurales à se

déplacer, car elles ne disposent pas d'une offre à des prix comparables.

La concurrence ne risque-t-elle pas d'être contre-productive pour les espaces ruraux ?

MARIANNE BINST

Pourquoi le domaine de la santé a-t-il été écarté du projet de loi Macron ? Que faire pour augmenter la concurrence entre professionnels de santé, dans l'intérêt des consommateurs ?

BRUNO LASSERRE

Les zones rurales risquent-elles de souffrir d'un regain de concurrence ? À partir du moment où l'on ne fait pas le choix de l'économie planifiée et administrée, les acteurs sont incités à agir là où la demande les attend. Or, l'intérêt des lignes d'autocar est précisément de desservir les zones rurales. Grâce à notre réseau routier de grande qualité, dense sur les liaisons transversales (contrairement au chemin de fer), les lignes d'autocar pourront être flexibles et concerner des zones rurales dès lors que l'activité le justifie. Les zones rurales oubliées du train trouveront un nouveau moyen de transport.

Nous regrettons l'absence de la santé dans le texte de loi. En matière de distribution, nous avons passé au crible l'ensemble de la chaîne. Pour les médicaments délivrés sans ordonnance, abandonnés par l'Assurance maladie, la différence de prix varie de 1 à 4 selon les pharmacies : une telle variation atteste d'un dysfonctionnement du marché. Ce n'est pas sans lien avec le fait que les prix ne sont pas bien affichés. Fait rare dans le commerce, les pharmacies ne donnent pas toujours le détail des sommes dues avant leur règlement. La distribution

*« À partir du moment où l'on ne fait pas le choix de l'économie planifiée et administrée, les acteurs sont incités à agir là où la demande les attend. »
Bruno Lasserre*

des médicaments non remboursables devrait être ouverte à la parapharmacie et aux grandes surfaces, à condition qu'un pharmacien y soit présent et que des caisses et linéaires distincts soient installés.

En outre, nous proposons que la rémunération des pharmaciens dépende moins du nombre de boîtes de médicament vendues et plus de leur contribution à la politique de santé publique (par exemple, services d'accompagnement des personnes âgées). Dans la plupart des pays d'Europe, une telle ouverture n'a pas ruiné les pharmacies ni mis en cause leur maillage territorial. Souvenez-vous du débat en France sur l'élargissement de la distribution des produits en parapharmacie : les pharmaciens affirmaient qu'ils couraient à la ruine, ce qui bien sûr ne s'est pas produit.

Nous sommes favorables aux réseaux de santé et au rôle que peuvent jouer les mutuelles dans la sélection des professionnels de santé pour peser sur les prix. C'est dans l'intérêt des usagers et je suis persuadé que dans vingt ans nous nous demanderons pourquoi nous ne l'avons pas fait avant.

ALAIN BAZOT

Nous sommes mécontents que le projet de loi Macron n'aborde pas le marché des pièces détachées automobiles. Pourtant, selon notre estimation, l'impact sur le pouvoir d'achat d'une mesure de libéralisation atteindrait 400 millions d'euros, sans parler de la baisse des primes d'assurance. Nous avons identifié des différentiels de prix allant de 30 à 50 % avec les pays où ce secteur est

libéralisé. Pensez-vous qu'il y ait un risque pour l'industrie automobile ?

BRUNO LASSERRE

On observe qu'entre 2004 et 2014, les prix qui ont le plus augmenté sont ceux de la réparation automobile, ce qui implique que des automobilistes font le choix de ne pas réparer leurs véhicules. Il importe donc de faire évoluer la législation en la matière, pour les « pièces visibles » de la carrosserie, comme nous l'avons recommandé dans notre enquête sectorielle d'octobre 2012. Nous proposons de libéraliser progressivement, en cinq ans, une famille de produit après l'autre, afin de ne pas déstabiliser le modèle économique de l'industrie automobile.

En Allemagne, où la tradition automobile est puissante, cette évolution a eu lieu sans drame.

RAZZY HAMMADI, député de Seine-Saint-Denis

Sur ces sujets, la classe politique est souvent organisée sur une pensée binaire et elle est obnubilée par la proximité des élections.

Quel processus parlementaire permettrait qu'un grand nombre de parlementaires n'ait pas l'impression d'être pris de court et prisonnier d'intérêts catégoriels dans les territoires ? Dans ce cadre, quel serait le rapport entre Autorité de la concurrence et le Parlement ?

Vous portez de très bons sujets, bien qu'ils soient parfois en décalage avec le contexte économique, comme le montre votre proposition sur la réparation automobile.

« Nous sommes favorables aux réseaux de santé et au rôle que peuvent jouer les mutuelles dans la sélection des professionnels de santé pour peser sur les prix. »

Bruno Lasserre

BRUNO LASSERRE

La difficulté de la réforme pro-concurrentielle réside dans le fait qu'elle ne fait pas assez ressortir les gagnants. La réforme est anxiogène pour les supposés perdants et elle fait des gagnants anonymes. Faisons donc davantage parler les gagnants, par exemple à travers les études d'impact. Montrons également que, parmi les professionnels impactés, certains sont des gagnants.

Pourquoi les perdants sont-ils aussi anxieux et inquiets ? Parce que la réforme pro-concurrentielle produit des effets de long terme, alors que des coûts d'ajustement et de transition sont à craindre à court terme, avec des reports de main d'œuvre entre secteurs et entreprises. Or, les politiques craignent ces transitions, car leur coût est immédiat là où les bénéfices seront encaissés dans la durée.

S'agissant des notaires, si la France souffre d'un déficit de mobilité, la baisse de leurs tarifs fera diminuer le coût des transactions et favorisera la mobilité. Cependant, le législateur a décidé d'augmenter dans le même temps les droits de mutation. L'État manque effectivement parfois de cohérence.

Dans le cadre du projet de loi, une commission indépendante a été instituée pour essayer d'évaluer a priori les effets, mais je considère qu'il faut également s'assurer que les résultats attendus soient au rendez-vous et mesurer les coûts et avantages des réformes mises en place.

ROBERT ROCHEFORT

Plus les Autorités de la concurrence ont de pouvoir, plus la question de la

cohérence de leurs travaux se pose. Récemment, les Autorités française et anglaise ont pris une décision radicalement opposée, ce qui risque d'être de plus en plus fréquent. Que se passe-t-il lorsque deux autorités de la concurrence ne sont pas d'accord ? Faut-il instruire les dossiers en commun ? Faut-il harmoniser les approches, les seuils, etc. ?

BRUNO LASSERRE

Le dossier que vous mentionnez, celui de My Ferry Link, est pour moi une source de frustration. Eurotunnel a racheté les actifs de Seafrance, ancienne filiale de la SNCF exploitée sous la forme d'une SCOP. L'Autorité de la concurrence française avait validé cette opération sous réserve d'engagements comportementaux, notamment pour éviter le couplage tarifaire entre le rail et les liaisons maritimes. Or, cette opération a été en quelque sorte refusée par l'Autorité de Londres, alors même qu'il était proposé de créer un service nouveau.

Cette situation est née des contrefactuels différents utilisés par les deux autorités. En Angleterre, le contrefactuel employé était doublement hypothétique (imaginant d'une part que le tribunal de commerce aurait retenu un autre acheteur qu'Eurotunnel, et que cet acheteur aurait affecté les navires achetés à la ligne Calais-Douvres), ce qui a conduit l'autorité à jugé la situation née du rachat néfaste à l'égard de ce contrefactuel idéal. Malheureusement, il n'a pas été possible de revoir cette position.

Dans un rapport remis à Pierre Moscovici, nous plaidons pour une harmonisation des délais, des tests et des procédures chaque fois

*« La difficulté de la réforme pro-concurrentielle réside dans le fait qu'elle ne fait pas assez ressortir les gagnants. »
Bruno Lasserre*

qu'une opération de concentration n'est pas traitée par Bruxelles et notifiée à plusieurs pays, notamment pour des fusions ou des rachats portant sur des services transfrontaliers. Actuellement, dans ces cas-là, la Commission ne peut même pas procéder à des arbitrages. Nous avons donc fait dix propositions, car un espace cohérent est nécessaire à la création d'un grand marché en Europe.

MICHEL RAISON, sénateur de la Haute-Saône

Je pense que l'on parle plus de la loi Macron qu'elle n'aura d'effet sur notre économie.

Concernant les bus, je pense que votre vision est plus urbaine que territoriale. Nous disposons de lignes ferroviaires « d'équilibre du territoire » qui sont indispensables, mais qui coûtent un peu cher. Les lignes de bus de remplacement seront irremplaçables. J'ajoute que certains départements, comme le mien, n'ont pas d'autoroute. Si la ligne ferroviaire le desservant était remplacée par une ligne de bus, cinq heures de voyage au minimum seraient nécessaires pour rallier les abords de Paris. De plus, nous disposons de liaisons ferroviaires interrégionales fonctionnelles.

Par ailleurs, concernant le manque d'enseignes dans certaines zones, j'observe que la France souffre d'un suréquipement d'enseignes, exacerbant la concurrence entre les centrales d'achat qui affaiblissent les entreprises qui les fournissent. Par conséquent, renforcer la concurrence

dans ce secteur affaiblirait un peu plus ces PME. Attendre de la baisse des prix une hausse de la croissance est un raisonnement simpliste et risqué.

BRUNO LASSERRE

J'observe que, sur la distribution, votre collègue de l'Oise affirmait l'inverse.

Cessons de présenter l'autocar comme le substitut du train, ce sera une offre complémentaire qui s'adressera à une demande différente, comme cela a été observé au Royaume-Uni ou en Allemagne où le nombre de voyageurs transportés par autocar a crû très fortement.

J'ajoute que le projet de loi protège les TER et les TET (transports d'équilibre du territoire) dans la mesure où le test en-deçà de 100 km pour une ligne d'autocar permettra à l'autorité organisatrice des transports de s'opposer à la création d'une nouvelle ligne si elle démontre que cela portera une atteinte substantielle à l'équilibre économique de la ligne conventionnée.

Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de m'exprimer devant vous et je remercie les organisateurs de cet événement.



EN PARTENARIAT AVEC



ORGANISÉES PAR

M & M CONSEIL

41-43 rue Saint Dominique 75007 Paris
Tél : 01 44 18 64 60 - Fax : 01 44 18 64 61
www.mmconseil.com

LA TRANSCRIPTION A ÉTÉ ASSURÉE PAR



ISBN : 978-2-84541-321-4
Prix : 49€ TTC