

# LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS EN EUROPE : UN BREF APERÇU

*On sait le rôle que joue l'Europe dans notre vie quotidienne. Il ne va pas diminuer au regard du traité européen qui est entré en vigueur au 01/01/2013 ! Nos collègues de l'UFC QUE CHOISIR d'Ile-et-Vilaine ont publié dans le numéro de décembre 2012 de leur revue une étude sur 4 pays qui révèle des fonctionnements étonnants ! Nous reproduisons ici l'essentiel des résultats de cette étude, assortis de nos commentaires.*

Commençons par **l'association VZBV** en Allemagne qui est assez similaire à la nôtre, si ce n'est qu'elle a une structure fédérale calquée sur l'organisation administrative du pays et qu'elle met beaucoup l'accent sur le conseil avant achat. En effet, elle propose des consultations pour aider les consommateurs à choisir entre les offres dans un grand nombre de domaines : conseil d'achat classique, banque, assurance, santé, conseil juridique, etc. Ces conseils sont payants (l'association explique qu'il faut de l'argent pour exister !) et la liste des tarifs est consultable en ligne. Il peut par ex. vous en coûter 40 € pour des conseils en placement, 15 € pour le choix d'un tarif pour l'énergie etc.

**L'association britannique Which?** repose, elle, sur une organisation très centralisée. Elle propose des revues, des tests et des enquêtes, mais aussi un service d'assistance en ligne : ainsi pour 84 € par an, tous les membres d'une famille ont un accès illimité à un service téléphonique d'aide juridique.

Au Portugal, **l'association DECO** regroupe plus de 400 000 adhérents. Elle a la particularité de proposer à ses adhérents à des tarifs préférentiels des services et des produits dont elle garantit la qualité. Par exemple, elle propose, pour janvier 2013, un contrat de fourniture de gaz naturel, avec une ristourne de 3% pour ses adhérents. Autre exemple, elle propose une « carte de santé » qui garantit une intervention d'urgence à domicile 24/24 h, des conseils médicaux gratuits et une réduction de 50% sur les examens et consultations de spécialistes. Bien entendu, elle affirme être complètement indépendante et que ses offres ne la lient en aucune manière aux prestataires de service.

Terminons par notre voisine belge : **la SA Test-Achats**. Son offre est centrée sur le « Service global », grâce auquel ses membres peuvent bénéficier, outre des publications papier et sur internet, d'une aide individuelle via le Centre de contact, ainsi que d'une



série d'avantages qui ont été négociés à leur intention. Parmi ces avantages, citons par exemple : une réduction de 6 à 8 cents sur le litre d'essence acheté chez certains distributeurs, une réduction de 5% sur une prime d'assurance responsabilité civile etc. De plus, l'association a créé une centrale d'achats pour l'électroménager, TV et HI-FI. L'abonnement est de 13,45 € par mois pour les revues et les services personnalisés.

## QUELQUES OBSERVATIONS

– Les associations mentionnées font toutes du conseil avant l'achat. Ce conseil peut être très personnalisé comme pour la souscription d'un contrat de fourniture d'énergie ou d'assurance ou, encore, pour un projet de constitution d'un capital retraite.

– L'aide proposée aux adhérents pour traiter leurs litiges se fait essentiellement via des plates-formes téléphoniques où des conseillers juridiques sont à leur disposition, l'association intervenant elle-même dans certains cas.

– Certaines de ces associations offrent des services et des produits à des tarifs préférentiels : il s'agit là d'une fonction qui, évidemment, change leur nature, puisqu'elles exercent alors une activité commerciale.

## UN MÉLANGE DES GENRES

Comme on le voit, ces structures proposent des services payants ! Nous sommes, pour notre part, plus que perplexes devant ce

## Enquête

fonctionnement, qui nous paraît étonnant. Peut-on à la fois négocier les prix et intervenir pour défendre le consommateur ? Et peut-on défendre le consommateur s'il a un problème avec un produit... qu'on lui a recommandé d'acheter ? Ce mélange des genres donne à ces organisations une identité ambiguë, à la fois commerciale (puisqu'elles proposent toute une série de services payants) et associative (puisqu'elles demandent aux consommateurs d'adhérer). Elles en arrivent inévitablement à attirer le badaud avec des offres commerciales en glissant en plus l'adhésion comme une sorte de « cadeau bonux™ » ! On peut, dès lors, se demander ce que va chercher le consommateur dans ce type d'endroits...

Par ailleurs, les personnes qui interviennent dans ces organisations sont-elles encore des bénévoles ? Au vu des services et produits vendus, difficile de croire que les personnes qui accueillent les consommateurs ne sont pas intéressées au résultat. On va même jusqu'à garantir la qualité des services proposés, autrement dit à se substituer plus ou moins au professionnel qui propose le produit ou le service. Une association qui s'aventure dans cette sphère a sans doute intérêt à avoir des bons avocats et un solide service juridique pour se couvrir contre toutes les avanies qui peuvent arriver dans l'exécution des contrats. Mais cela demande un financement qui peut difficilement être couvert par les seules adhésions, d'où les prestations payantes, et la boucle est bouclée, l'engrenage vers la commercialisation est en marche.

### UN CONSOMMATEUR INSÉCURISÉ

Mais la vraie question est : que deviendrait la relation entre l'association qui oserait se lancer dans cette voie « commerciale » et le consommateur qu'elle prétendrait défendre ? Comment ce dernier pourra-t-il croire que l'on défendra son litige si en même temps on vend un produit ou un service de la société avec laquelle il est en litige ? La chasse à la remise a un prix... Dans une telle hypothèse, mieux vaudrait ne pas s'adresser à une association de ce genre et prendre un contrat de protection juridique indépendant auprès d'une banque ou de son assurance.

Ajoutons que l'image des associations qui emprunteraient cette voie serait totalement brouillée non seulement auprès des consommateurs mais aussi auprès des professionnels qui les suspecteraient de parti pris au profit des sociétés ayant accepté de signer des accords contre celles qui auraient refusé.



### UNE SÉLECTION PAR L'ARGENT

Reste un aspect qui n'est pas acceptable. S'engager dans la voie des prestations payantes, c'est introduire une sélection par l'argent. Il y a alors deux types de consommateurs : ceux qui pourront payer le prix des services proposés et ceux qui ne le pourront pas. Comment leurs dossiers de ces derniers seront-ils traités ? La discrimination par l'argent n'est-elle pas déjà suffisamment présente dans notre société pour que l'on n'en rajoute pas une couche ? Quant à nous, association locale UFC QUE CHOISIR de Nancy et Environs, nous refusons de brader les valeurs qui ont toujours fondé notre action. Nous sommes et resterons extrêmement attentifs à notre indépendance à l'égard de qui que ce soit. Nous ne vendrons pas notre âme et 33 ans d'existence pour des contrats de gaz (!), d'assurance (!! ) ou de carte santé (!!! ). Cette approche, à notre sens, serait fort mal perçue des consommateurs – et pas seulement d'eux ! Nous irions « chasser » sur le terrain des professionnels, mais sans leurs moyens et avec des ennus certains à la clé. Cela porte un très « beau » nom : Le para-commercialisme ! Cette situation bien connue des Services des Impôts et de l'URSSAF génère l'assujettissement aux impôts commerciaux...

Pour finir cet article dérangeant, nous proclamons haut et fort que nos valeurs morales, partagées par tous les membres de l'équipe, n'ont rien à voir avec ce mercantilisme de pacotille. Nous n'accepterons jamais de participer à ce système qui pervertirait totalement les relations avec vous et détruirait l'investissement désintéressé de l'équipe. Il est bon de rappeler que nous sommes une association indépendante ayant ses statuts, ses adhérents, ses bénévoles. L'adhésion à la fédération UFC QUE CHOISIR a été une option prise par les fondateurs de l'association mais celle-ci peut changer à tout moment si des impératifs moraux nous y obligent.

Nous avons effectué une grande enquête

sur les associations de consommateurs dans le monde ! Le résultat est assez ébouriffant ! Nous ne pouvons vous les restituer dans cette page car elle fait 11 pages. Certaines associations font VRAIMENT TOUT. On a du mal à voir la différence avec des sociétés privées et leurs clients tant les services proposés sont « riches » !

Nous la publions sur notre site Internet [www.ufcnancy.org](http://www.ufcnancy.org) rubrique « insolite ».

Nous vous invitons à la lire. Vous pourrez ainsi percevoir les différences entre une association de bénévoles qui se dévouent, comme la nôtre, et les dérives que peuvent générer une approche marchande du consommateur. Notre rôle est aussi de vous informer. Cela est possible au regard de ce qui se fait actuellement. Mais il reste à souligner que cette approche n'est possible que si nous avons un soutien réel de votre part à travers vos adhésions et ré-adhésions.

C'est aussi à nous d'évoluer et d'être à votre écoute par des moyens adaptés à la société où nous vivons. Internet peut permettre cette approche. L'UFC QUE CHOISIR de Nancy a ouvert son premier site thématique avec le Taux Effectif Global des prêts immobiliers. D'autres vont suivre pour traiter des problèmes collectifs en attendant de pouvoir agir en actions collectives (= les « class actions » dont on nous parle depuis longtemps et que la Loi devrait rendre possibles pour la fin de l'année). L'adhésion vous permettra ainsi de bénéficier de notre savoir-faire et de notre expérience. Nous traitons en moyenne plus de 1200 dossiers papiers par an et recevons plusieurs milliers de mails. Nous sommes donc en prise directe avec vos soucis. Cette grande quantité d'information n'est jamais perdue. Elle nous sert aussi de repère pour voir les dérapages qui émergent.

En conclusion, l'avenir reste, à notre sens, sur un fonctionnement qui doit évoluer pour tenir compte des changements qui émergent mais tout en gardant nos valeurs morales. Notre avenir s'écrit tous les jours. Il sera ce que nous voulons qu'il soit avec comme objectif de toujours faire au mieux. ■