

La normalisation au service des consommateurs

Des exigences fortement exprimées par la société civile

Les dernières décennies ont vu s'accroître les évolutions sociétales. Les citoyens, consommateurs, usagers, expriment des exigences toujours plus fortes en matière de sécurité, quel que soit le domaine (exigences sur les produits, exigences sanitaires, principe de précaution, sécurité du citoyen...).

Le vieillissement de la population impose de nouveaux modes de vie et le développement de prestations nouvelles, en matière de services, d'accessibilité et de cadre de vie. L'univers de la santé intègre les technologies de l'information avec l'informatisation des données, des exigences de qualité de soins, de sécurité des matériels médicaux, de processus d'accréditation.

Dans un contexte de mondialisation des marchés et des services, les consommateurs souhaitent voir leurs droits valorisés, ils demandent une loyauté des transactions et exigent la meilleure qualité des informations préalables à l'achat. Ils souhaitent pouvoir identifier les produits et, particulièrement dans le domaine agroalimentaire, voir assurer la sécurité alimentaire et la traçabilité.

Conscients des enjeux du millénaire, les citoyens-consommateurs sont particulièrement attentifs au respect de l'environnement, au commerce éthique et équitable, à la lutte contre l'exclusion et la précarité, à la responsabilité sociétale des entreprises. Au-delà du concept, ils attendent une véritable mise en œuvre du développement durable.

Le besoin de sécurité est assurément une constante : sécurité physique, mais aussi sécurité morale et psychique (prévention des abus de faiblesse dans le cas de la vente directe par exemple).

la normalisation, outil de construction du futur

Pour le client, l'utilisateur et les organisations qui le représentent, la norme incarne cette notion de sécurité, elle constitue un outil de construction du futur, à la fois socle et alternative à la réglementation nationale et européenne.

Pour les consommateurs et leurs représentants, la normalisation offre un lieu unique de discussions et d'échanges entre les différentes parties prenantes, et une réelle opportunité pour les acteurs de la société civile de défendre leurs positions. Elle constitue un outil particulier pour définir des engagements entre différentes forces et parties de la société pour des objectifs non atteignables par la seule voie de la réglementation.

En clarifiant les pratiques, en visant à améliorer la qualité et la sécurité des biens et des services, la normalisation contribue à assurer une meilleure lisibilité de l'offre proposée, une relation contractuelle claire, explicite et loyale. Les normes de services élaborées par AFNOR, comme les services de vente directe ou associés aux travaux de bâtiment contribuent à assurer au consommateur une meilleure transparence de la prestation et de la relation client-prestataire.

Les acteurs de la société civile reconnaissent à la norme sa valeur de cadre de référence, permettant d'harmoniser des pratiques à l'échelon national, européen et international, et de servir de base reconnue à la certification tierce partie. Les marques NF et NF Service bénéficient à ce titre de la confiance des utilisateurs.

Le défi de la mondialisation est certainement l'un des plus importants. C'est pourquoi, il est crucial que les consommateurs participent activement aux travaux des organisations européenne (ANEC – Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs dans la normalisation) et internationale (COPOLCO – Comité de l'iso pour la politique de consommation).



La normalisation au service des consommateurs

Stratégie française de normalisation : les acteurs de la société civile fixent leurs priorités

Pour les acteurs de la société civile, la question de la représentation se pose de manière aiguë : pour faire valoir leur positions, les experts, doivent être en nombre suffisant, avec une mobilisation accrue sur les sujets prioritaires.

Même si les outils électroniques facilitent l'accès aux travaux, la consultation des projets soumis à

enquête doit être favorisée pour recueillir davantage d'avis, notamment sur les points critiques des projets.

Le rapprochement déjà engagé entre associations de consommateurs et associations de protection de l'environnement doit se poursuivre sur des préoccupations communes et des problèmes de société non visés par la réglementation.

Pour valoriser les atouts de la normalisation, les documents doivent être plus accessibles, et plus explicites.

Le Comité Consommation d'AFNOR (COSAC), a retenu 8 actions prioritaires répondant à ces besoins, en cohérence avec les objectifs définis dans la Stratégie française de normalisation à l'horizon 2010 :

■ Le Comité Consommation (COSAC) souhaite devenir un lieu de créativité et d'expression des besoins des consommateurs, structurés autour de trois thématiques :

- les services,
- les produits de consommation courante ou liés à la sécurité (en lien avec la Commission de Sécurité des Consommateurs),
- les infrastructures existantes.

Une fois par an, un séminaire de travail sera organisé sur des évolutions des modes de consommation et de production, rassemblant associations de consommateurs, ONG environnementales, syndicats de salariés, organisations professionnelles, collectivités territoriales...

Le premier, tenu en mars 2007, a rassemblé les participants autour de trois tables rondes portant sur « le marché du temps : nouveaux comportements dans la société de consommation, de loisirs et de services », « conjuguer innovation et principes de précaution : l'exemple des nanotechnologies » et « impact environnemental d'un acte de consommation et responsabilité du consommateur ».

■ Le groupe AFNOR « Priorités des consommateurs » ouvert à toutes les organisations de consommateurs poursuivra sa mission de repérage des sujets prioritaires pour les consommateurs et l'élargira à la désignation d'un « référent » susceptible d'alerter l'ensemble du réseau consommation à la demande du secrétaire d'une commission de normalisation.

■ Dans leur participation, les représentants des consommateurs s'attacheront à faire prendre en

considération les nouvelles attentes des acteurs de la société civile, notamment en matière d'efficacité énergétique, de cycle de vie des produits, de gestion des déchets, de mode de consommation éthique ou durable.

■ En cas de participation de consommateurs à une délégation française à une réunion européenne et internationale, AFNOR et les Bureaux de Normalisation leur assureront un soutien adapté.

■ Pour favoriser la participation des consommateurs à la validation des projets soumis à enquête probatoire, de nouvelles méthodes seront expérimentées. Ainsi un groupe de consommateurs identifiera dans les projets prioritaires pour les consommateurs, les points critiques méritant attention, et s'assurera, via des panels constitués par les associations, de la lisibilité effective des passages concernant les consommateurs.

■ Pour faciliter l'accès et la visibilité des documents publiés sur les priorités identifiées, AFNOR organisera avec le soutien des organisations de consommateurs la production d'une synthèse et d'une explication de contenu des documents à l'intention du grand public.

■ Pour développer l'applicabilité des normes, le réseau des adhérents des associations de consommateurs organisera le retour d'expérience vers les commissions de normalisation, en utilisant notamment leurs revues et leurs sites Internet.

■ Les fondations qui s'investissent dans des thèmes comme la sécurité des enfants ou l'accessibilité, seront invitées à faire connaître l'apport des normes sur ces thèmes et à soutenir la participation des consommateurs.

