

Prise de position

Politique de consommation dans l'optique des PME

I. Exigences de l'usam

Numéro 1 des PME helvétiques, l'Union suisse des arts et métiers usam représente 250 associations et quelque 300 000 entreprises. La plus grande organisation faîtière de l'économie suisse s'engage sans répit pour l'aménagement d'un environnement économique et politique favorable au développement des petites et moyennes entreprises.

A ce titre, l'usam exige

- **une politique de la consommation ouverte et libérale, qui traite le consommateur en citoyen adulte et responsable et non comme une personne à protéger ; une politique qui ne relève pas de la tutelle ni du paternalisme, mais qui mise sur la responsabilité individuelle ;**
- **la reconnaissance du principe de symétrie entre les consommateurs et les producteurs et commerçants : tous les acteurs du marché sont égaux en droit et tout besoin de protection asymétrique, sur le plan légal, est irrecevable ;**
- **une politique de la consommation au sens de l'article 97 de la Constitution fédérale, qui traite les consommateurs comme un groupe d'intérêt et non comme des personnes à protéger ;**
- **l'application correcte de la loi fédérale sur l'information des consommatrices et des consommateurs LIC, en particulier de l'obligation qu'elle impose aux organisations de consommateurs soutenus par l'Etat de fournir une information objective ;**
- **un refus clair d'augmenter les subventions allouées aux organisations de consommateurs.**

II. Point de la situation

L'article 97 a été introduit dans la Constitution fédérale voilà environ 30 ans. Si cet article parle de protection des consommateurs et des consommatrices, sa teneur vise d'abord cependant à protéger le marché. En l'occurrence, il s'agit d'un groupe de quelques articles centrés sur la liberté économique (art. 94), l'activité lucrative privée (95), la concurrence (96) et enfin les consommateurs (97) – quatre éléments du marché à protéger. En les mettant tous sur un même pied, la Constitution veut montrer qu'ils sont équivalents. La Constitution fédérale suisse part donc de la symétrie des forces. Cette symétrie doit se refléter dans les lois.

La loi fédérale sur l'information des consommatrices et des consommateurs LIC doit elle aussi tenir le consommateur pour une personne adulte et responsable, à savoir qui prend des décisions sur la base d'informations préalables et en assume les conséquences. C'est la raison pour laquelle la LIC reconnaît à son article 1 les organisations de consommatrices et de consommateurs – et non de *protection* des consommatrices et des consommateurs ! – visant à fournir une information objective.

Dans le message à l'appui d'une loi fédérale visant à améliorer l'information des consommateurs, il est précisé, en se référant au mandat constitutionnel, que le soutien financier aux organisations de consommateurs vise à ce que « ceux-ci puissent bénéficier d'une information neutre et objective ». A cet effet, les quatre organisations de consommateurs reconnues par la Confédération – à savoir la

Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), le Konsumentenforum (KF), la Fédération Romande des Consommateurs (FRC) et l'Associazione Consumatrici e Consumatori della Svizzera Italiana (ACSI) – reçoivent un million de francs par année, qui fait l'objet d'une clé de répartition compliquée et complexe.

L'article 5 LIC est lui aussi très explicite, puisqu'il dispose que d'éventuelles aides financières ne sont accordées qu'aux organisations qui se consacrent « exclusivement » à la protection des consommateurs. Ces aides financières sont accordées « jusqu'à concurrence de la moitié des frais pris en compte » pour « l'information objective et pertinente des consommateurs », « l'exécution de tests comparatifs » et « la négociation de conventions sur les indications à fournir ».

Aujourd'hui, la situation est fondamentalement différente : outre les quatre organisations de consommateurs soutenues par l'Etat, une foule d'acteurs privés et étatiques offrent également des informations et des conseils et exécutent des tests. Grâce à Internet, le consommateur est désormais nettement mieux informé : il est donc inutile d'édicter sans arrêt de nouvelles lois, ordonnances et réglementations visant à le protéger. Cette réalité place également les quatre organisations de consommateurs face à de nouveaux défis : les informations qu'elles fournissent par l'intermédiaire des canaux prévus dans la LIC ont perdu de l'importance.

En revanche, l'Alliance des organisations de consommateurs réunissant la SKS, la FRC et l'ACSI pratique désormais de plus en plus souvent une politique teintée d'idéologie, sous couvert d'une « information objective ». Cela constitue une violation flagrante de la LIC. Les voix (libérales) de consommateurs défendant d'autres idées sont délibérément ignorées, ce qui compromet la diversité des opinions sur des questions primordiales pour le consommateur. Les dix exemples suivants illustrent la politique interventionniste de quelques organisations de consommateurs :

- **Charte des consommateurs** : en vue des élections fédérales 2011, 552 candidats se sont engagés envers l'Alliance des organisations de consommateurs en signant une Charte des consommateurs de 22 pages, qui exige un renforcement de la protection des consommateurs, défend en premier lieu des intérêts teintés d'idéologie et même exige, « à l'américaine », la possibilité pour les consommateurs de s'organiser collectivement pour obtenir une réparation.
- **Baromètre des prix** : cette plate-forme lancée en automne 2012 avec le soutien du Bureau fédéral de la consommation BFC s'est vite révélée n'être qu'un pétard mouillé. Premièrement, la plate-forme n'était pas bien structurée d'un point de vue méthodologique et n'offrait absolument aucune information objective telle que prévue par la LIC. Deuxièmement, ce baromètre des prix poussait les consommateurs à pratiquer le tourisme d'achat. Par chance, il ne retint guère l'attention des consommateurs.
- **Brochure SKS** : en mai 2012, la SKS a fait des remous en annonçant bruyamment dans la presse la parution d'une brochure d'information pour des « achats sans frontières ». Elle a été surtout accueillie comme un appel à faire ses achats à l'étranger, à favoriser la fuite de pouvoir d'achat à l'étranger et par là même à compromettre les emplois dans notre pays.
- **Taxe sur les sacs en plastique** : le 26 janvier 2014 dans *20 Minuten*, Sarah Stalder de la SKS disait de cette proposition du Conseil fédéral « qu'elle leur paraissait être une solution applicable et raisonnable ». La SKS occulte le fait que l'introduction de cette taxe augmenterait la charge administrative des entreprises et que les coûts se reporteraient sur les consommateurs.
- **Déclaration de provenance exhaustive pour les matières premières** : la SKS s'est engagée avec la plus grande vigueur, dans le cadre de la révision de la loi sur les denrées alimentaires, en faveur d'une déclaration de provenance des matières premières compliquée, qui aurait tout simplement dépassé les consommateurs et nuit à l'économie. Ce projet a par chance échoué à la dernière minute.

- **Economie verte et consommation de ressources** : dans le cadre de la consultation sur la révision de la loi sur la protection de l'environnement, la SKS va encore plus loin que le Conseil fédéral et exige que la population soit informée sur la consommation de ressources maximale autorisée par personne et sur l'efficacité des ressources. Cela revient à mettre les consommateurs sous tutelle et ne fait qu'activer la spirale des coûts de manière parfaitement inutile.
- **Economie verte et taxe de recyclage** : la SKS veut introduire une nouvelle taxe: fabricants et importateurs devraient être contraints de s'acquitter d'une taxe anticipée d'élimination et de recyclage sur les produits mis sur le marché. Cette taxe ne ferait que grever l'économie et provoquer une tendance à la hausse des prix. Au final, la facture serait payée par le consommateur.
- **Scepticisme quant à l'accord de libre-échange passé avec la Chine** : en 2013, la SKS a signé, avec d'autres organisations de gauche, une lettre adressée au Conseil fédéral dans laquelle elle exprime son scepticisme face à l'accord de libre-échange passé avec la Chine. Pourtant, c'est justement le libre-échange qui permet d'offrir aux consommateurs un choix plus vaste de produits à des prix plus bas.
- **Polémique contre la centrale nucléaire de Mühleberg** : dans un communiqué de presse, la SKS polémique, avec les Verts bernois et le PS, contre la centrale nucléaire de Mühleberg. En quoi cela relève-t-il de l'information objective des consommateurs ? L'approvisionnement en énergie avantageux et sûr n'est-il pas lui aussi dans l'intérêt des consommateurs ?
- **Contrôles des prix par le biais de la loi sur les cartels** : la présidente de la SKS, la conseillère nationale Prisca Birrer-Heimo, a déposé en 2011 une motion demandant au Conseil fédéral de compléter la loi sur les cartels de manière à contrôler les prix en Suisse et à l'étranger. Est-ce vraiment dans l'intérêt du consommateur de compliquer les importations et les exportations ?

En juin 2014, Swiss Retail Federation SRF, l'Union suisse des arts et métiers usam, Commerce Suisse et l'Association Suisse de Vente à Distance ASVD ont publié, sous le titre « Plus d'auto-responsabilisation, moins de paternalisme », une prise de position sur la politique de consommation (voir **annexe**). Dans ce document, les quatre organisations parviennent à la conclusion que la politique de consommation actuelle est dépassée et que la Confédération subventionne des activités contraires à la LIC.

III. Appréciation

Politique libérale en matière de consommation : dans l'opinion publique, la protection des consommateurs est assimilée à la SKS ou à Sarah Stalder, la très médiatique directrice de son secrétariat. Les trois organisations réunies dans l'Alliance des organisations de consommateurs pratiquent une politique clairement interventionniste, qui de préférence voudrait tout prescrire au consommateur et tout lui déclarer. Aux yeux de cette organisation, le consommateur est un être inculte à qui il faut tout expliquer et qu'il faut tenir par la main comme un petit enfant. Pourtant, grâce aux nouveaux médias présents dans notre société de l'information, le consommateur est désormais capable de décider lui-même quels produits il veut acheter à quels prix. Dès lors, il convient de renforcer le Konsumentenforum (KF), libéral, afin que l'on ne serve pas au consommateur une bouillie uniforme, mais suive la devise : liberté de choix plutôt que dogmes, information plutôt que mise sous tutelle. L'obligation de déclarer dans le domaine des denrées alimentaires constitue un bon exemple : la SKS exige tellement de prescriptions qu'il faudra bientôt accompagner les aliments d'une notice d'emballage à l'image de ce qui se fait pour les médicaments. Ce serait rendre un bien mauvais service au consommateur, qui se retrouverait tout simplement dépassé et en perdrait son latin.

Alignement sur la Constitution fédérale : la Constitution fédérale se fonde sur un marché symétrique, dans lequel il n'existe pas de groupe qu'il faut particulièrement protéger. Lorsque la Constitution fédérale utilise le mot « protection », elle entend par là que les éléments importants du marché bénéficient

cient d'une position particulière. Ces éléments sont la liberté économique, l'activité lucrative privée, la concurrence et les consommateurs. Ce sont tous des conditions et des acteurs du marché. La Constitution fédérale considère ainsi ces acteurs comme adultes et responsables. Cela signifie qu'ils peuvent décider eux-mêmes et vivre avec les conséquences de leurs décisions. Ce que la Constitution veut empêcher, c'est le caractère déloyal, raison pour laquelle le mandat découlant de l'article 96 est un mandat d'information. Les consommateurs doivent être informés. De l'article 96 ne découlent ni un besoin particulier de protéger les consommateurs, ni un subventionnement obligatoire des organisations de consommateurs.

Application correcte de la LIC : les activités des quatre organisations de consommateurs reconnues par la Confédération vont largement au-delà des prescriptions légales. Comme le montrent les dix exemples ci-dessus, cette politique teintée d'idéologie est avant tout souvent pratiquée par la SKS, qui contrevient ainsi lourdement à la LIC. Forte de ce constat, l'usam demande donc que la Confédération ne subventionne plus les organisations de consommateurs qui ne se consacrent pas exclusivement aux activités prévues à l'article 5 LIC et qui, en plus, pratiquent de l'activisme politique. Les organisations de consommateurs doivent se positionner clairement : soit pour la politique (sans subvention), soit pour une information objective des consommateurs, l'exécution de tests comparatifs et la négociation de conventions sur les indications à fournir (avec subventions). Les organisations subventionnées doivent être clairement distinctes, sur les plans institutionnel et personnel, d'associations ou de fondations politiquement actives. Les consommateurs ont parfaitement le droit de s'affilier à des organisations et de pratiquer une politique active – et de gauche –, mais pour cela, ils ne doivent pas recourir à l'argent public. Le lobbying politique de l'usam et d'autres organisations de défense d'intérêts ne bénéficient pas non plus de la manne fédérale, et il est juste que ce soit ainsi.

Pas d'augmentation des subventions : diverses organisations de consommateurs exigent plus de deniers publics, soit deux millions de francs de subventions au lieu d'un million actuellement. Cette demande doit être clairement rejetée. Comme expliqué plus haut, les activités exercées conformément à la LIC perdent en importance avec l'arrivée des nouveaux médias et de nombreux nouveaux acteurs. Une hausse des aides financières ne se justifie donc pas. En outre, le Conseil fédéral doit répondre aux exigences du Parlement en matière de restrictions budgétaires. Si des aides financières sont versées, l'usam exige qu'elles soient axées sur la LIC et réparties de manière juste et non bureaucratique. Jusqu'en 2013, les subventions ont été distribuées selon la clé de répartition suivante: la SKS, le KF et la FRC ont reçu chacun 30%, l'ACSI 10%. Une ordonnance du DEFR du 31 mai 2013 a cependant introduit une nouvelle clé de répartition, compliquée et totalement opaque, qui avantage l'Alliance au détriment du Forum des consommateurs. Cette clé viole par là même les principes de la LIC et de l'Ordonnance sur l'aide financière en faveur des associations de consommateurs du 1^{er} avril 1992 et permet au Bureau fédéral de la consommation BFC de répartir les subventions de manière arbitraire, comme en témoigne la manière dont elle traite l'Alliance, que l'on sait orientée politiquement. Une simplification radicale est absolument nécessaire ; c'est incroyable ce que les quatre organisations de consommateurs doivent effectuer comme tâches administratives et notamment surtout auprès du BFC, pour obtenir les montants qui leur reviennent. Conformément à la loi fédérale sur les aides financières et les indemnités, les subventions doivent non seulement être investies mais également gérées de manière efficace. Dès lors, nous demandons que les aides financières, pour autant que les organisations de consommateurs respectent la LIC, soient à nouveau réparties selon l'ancienne clé: 30% chacun pour la SKS, le KF et la FRC, 10% pour l'ACSI et ce sans charges administratives excessives, un contrôle annuel du rapport de gestion suffit amplement.

IV. Conclusion

L'usam s'engage en faveur d'une politique de la consommation ouverte et libérale, qui traite le consommateur en citoyen adulte et responsable et non comme une personne à protéger ; une politique qui ne relève pas de la tutelle ni du paternalisme, mais qui mise sur la responsabilité individuelle. Pour les organisations de consommateurs, le choix est simple : soit elles font de la politique et ne perçoivent plus aucun argent public, soit elles se limitent à fournir des informations objectives, basées sur des faits et sont, pour cela, subventionnées, mais sur la base de la clé de répartition appliquée, de manière incontestée, jusqu'en 2013 et sans bureaucratie excessive imposée par le BFC. Les fonds publics ne doivent en aucun cas être utilisés à des fins de propagande politique. L'usam s'oppose catégoriquement à un relèvement des subventions. L'usam s'engage en outre pour obtenir que le quasi-monopole de la très interventionniste SKS et de ses alliés dans l'Alliance soit cassé par un renforcement du Forum, libéral, des consommateurs.

Responsable du dossier

Rudolf Horber

Tél. 031 380 14 34, mél. r.horber@sgv-usam.ch

Annexe

- Prise de position sur la politique de consommation
Plus d'auto-responsabilisation, moins de paternalisme