

Contre-pouvoir, Technicité et action associative : fonctionnements et engagements associatifs au sein d'organisations de défense des consommateurs en France et au Chili

Quidora Morales La Mura

▶ **To cite this version:**

Quidora Morales La Mura. Contre-pouvoir, Technicité et action associative : fonctionnements et engagements associatifs au sein d'organisations de défense des consommateurs en France et au Chili. Sociologie. Université de Lorraine, 2012. Français. NNT : 2012LORR0351 . tel-01749409

HAL Id: tel-01749409
https://hal.univ-lorraine.fr/tel-01749409

Submitted on 29 Mar 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ DE LORRAINE

AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-theses-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4
Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10
http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php
http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm

UNIVERSITÉ DE LORRAINE – PLATEFORME DE METZ

ÉCOLE DOCTORALE PIEMES

Département de sociologie

Thèse pour obtenir le grade de docteur

Discipline : Sociologie

Présentée et soutenue par

Quidora MORALES LA MURA

CONTRE-POUVOIR, TECHNICITÉ ET ACTION ASSOCIATIVE. Fonctionnements et engagements associatifs au sein d'organisations de défense des consommateurs en France et au Chili.

Thèse dirigée par Jean-Yves TREPOS

Soutenue le 15 octobre 2012

Jury :

Dan FERRAND-BECHMANN, Professeure émérite de sociologie à Paris 8, CESOL
João FREIRE, Professeur à l'Université de Lisbonne, (ISCTE-IUL) CIES-IUL. (Rapporteur)
Jacques ION, Directeur de recherches honoraire au CNRS, Centre Max Weber, Université Jean-Monnet Saint-Etienne
Jean-Louis LAVILLE, Professeur de sociologie au CNAM, Laboratoire LISE-CNAM (Rapporteur)
Jean-Yves TRÉPOS, Professeur de sociologie, Université de Lorraine-Plateforme de Metz, Laboratoire Lorrain de Sciences Sociales (Directeur de thèse)

CONTRE-POUVOIR, TECHNICITÉ ET ACTION ASSOCIATIVE.
Fonctionnements et engagements associatifs au sein d'organisations de défense des consommateurs en France et au Chili.

Résumé :

Les associations de défense des consommateurs, qui ont émergées au cours de la seconde moitié du XIXème siècle, ont connu un essor considérable depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale dans les pays capitalistes industrialisés. L'Après-Guerre symbolise, dans ces pays, le développement de la grande distribution et de l'incitation au crédit qui produisent des modes de consommation jusqu'alors inédits de biens et de services accessibles massivement et dans l'immédiateté. L'importance croissante de l'acte de consommer dans le quotidien des individus renforce alors le pouvoir des professionnels (producteurs, industriels et commerçants) tout comme cela contribue à l'identification grandissante d'hommes et de femmes, travailleurs, chômeurs, et patrons, pêle-mêle, à l'identité de consommateur. Les associations de défense de consommateur ont alors pour dessein de former un contre-pouvoir destiné à défendre et promouvoir les intérêts ainsi que les droits des consommateurs. Pour ce faire, elles mobilisent un répertoire d'actions variées allant de la participation au sein d'instances de concertation à la prestation de services aux consommateurs adhérents en passant par la construction et la diffusion de savoirs experts à destination de tous les consommateurs. Elles valorisent alors les dimensions technicistes de leur action afin de faire valoir leur efficacité, légitimant ainsi leur place dans les institutions.

Cette recherche interroge les fonctionnements et les formes d'engagement associatif au sein d'organisations de défense des consommateurs situées à Valparaíso (Chili) et en Moselle. Il s'agit ici de comprendre comment, dans des associations institutionnalisées ou en plein processus d'institutionnalisation, l'articulation complexe entre la volonté de former un contre-pouvoir et la nécessité, pour ce faire, de techniciser l'action allant jusqu'à la professionnaliser, agit sur les manières de s'engager dans ces associations. Cette étude s'inscrit à la croisée des chemins de la sociologie des associations, du travail et des organisations ainsi que de la sociologie des mouvements sociaux.

Mots clés : Association, défense des consommateurs, consommation, consumérisme, familialisme, syndicalisme, bénévolat, militantisme, contre-pouvoir, expertise, technicisme, professionnalisation, processus d'institutionnalisation, salariat associatif, travail

CONTRAPODER, TECNICIDAD Y ACCIÓN ASOCIATIVA.
Funcionamientos y compromisos asociativos en las organisaciones de defensa de los consumidores en Francia y en Chile.

Resumen:

Las asociaciones de defensa de los consumidores que surgieron durante la segunda mitad del siglo XIX, conocieron en los paises capitalistas industrializados, un desarollo considerable desde el fin de la Segunda Guerra mundial. La posguerra simboliza, en estos paises, el desarollo de la gran distribución y la incitación al crédito que producen modos de consumo hasta ahora inéditos de bienes y de servicios asequibles en abundancia y en la inmediatez. La importancia creciente del acto de consumir en el cotidiano de los individuos, aumenta entonces el poder de los profesionales (productores, industriales y comerciantes) al igual que contribuye a la identificación creciente de los hombres y las mujeres, trabajadores, parados y patrones, batiburrillo, a la identidad de consumidor. Las asociaciones de defensa del consumidor tienen entonces como propósito de formar un contrapoder destinado a defender y promover los intereses al igual que el derecho de los consumidores. Para que esto suceda, movilizan un repertorio de acción variada que va de la participación en las instancias de concertación a la prestación de servicios a los consumidores miembros pasando por la construcción y la difusión de saber experto con destino a todos los consumidores. Valorizan entonces las dimensiones tecnicistas de sus acción a fin de hacer valer su eficacia, justificando de este modo su sitio dentro de las instituciones.

Esta busqueda interroga los funcionamientos y las formas de compromiso asociativo al seno de organizaciones de defensa de los consumidores situadas en Valparaíso (Chile) y en Mosela (Francia). Se trata aquí de comprender cómo, en las asociaciones institucionalizadas o en pleno proceso de institucionalización, la articulación compleja entre la voluntad de formar un contrapoder y la necesidad para llevarlo al cabo, de tecnificar la acción yendo hasta la profesionalización, actua sobre las maneras de comprometerse en estas asociaciones. Así pues, este estudio está en la encrucijada de la sociología de las asociaciones, del trabajo y de las organizaciones, así como la sociología de los movimientos sociales.

Palabras claves : Asociación, defensa de los consumidores, consumo, consumerismo, familialismo, sindicalismo, voluntariado, militancia, contrapoder, peritaje, tecnicismo, profesionalización, proceso de institucionalización, salariado asociativo, trabajo

FORCES OF OPPOSITION, TECHNICALITY, AND ASSOCIATVE ACTION.
Mechanisms and associative commitments in consumer organisations in France and in Chile.

Abstract:

The consumer organisations which were created during the second half of the 19th century had a tremendous development since the end of World War II in the industrialized capitalist countries. The post-war era in these countries symbolize the development of the superstores and the inducement to buy on credit that produced new consumption attitudes for goods or services massively and instantly affordable. With the increasing emphasis for the act of consuming in everyday life, the power of the professionals (produceurs, industrials, retailers) is then reinforced as it also contributes to the increasing indentification to the indentity of the consumer for men and women, workers, unemployed, and managers pell-mell. The purpose of the consumer organizations is to form forces of opposition in order to protect and advocate the interests and the rights of the consumers. To do so, their repertoires of contention are pretty diversified, from the participation in the consultative bodies to service provision for the card-carrying members or the construction and the diffusion of expertise for all the consumers. In this way, they promote the technician dimensions of their action so they can promote their efficience and legitimate their roles in the institutions.

This research questions the mechanisms and the form of associative commitment in consumer organisations in Valparaíso (Chile) and in Moselle (France). The point is to understand how the complex connexion between the will to form forces of opposition and the need to technicize their action so much that it pushes to professionalization acts on the commitment in institutionalized organisations. Thus, this study is at the meeting point of organizational studies, industrial sociology, and the sociological studies of social movements.

Keywords : non-profit organization, consumer organizations, consumption, consumerism, familialism, syndicalism, voluntary work, activism, forces of opposition, expertise, professionalization, process of institutionalization, wage system, work.

Remerciements.

Je tiens ici à exprimer toute ma gratitude à mon Directeur de thèse, Jean-Yves Trépos qui dirige mes travaux depuis la maîtrise et qui m'a transmis son goût pour la recherche. Je le remercie pour avoir ouvert le champ des possibles, en me laissant faire mon chemin, me guidant vers une issue lorsque je m'égarais dans une impasse. Je le remercie pour ses lectures attentives et exigeantes qui m'ont permis d'avancer.

Je remercie également Dan Ferrand-Bechmann, João Freire, Jacques Ion et Jean-Louis Laville qui ont accepté de consacrer du temps à la lecture critique de ce travail et de faire partie de mon jury de thèse.

Je souhaite également remercier l'ensemble des membres d'association de défenses des consommateurs rencontré.e.s au Chili comme en France qui ont contribué à cette recherche.

Merci aux collègues du département de Sociologie-Ethnologie de l'Université Paul Verlaine-Metz (devenue Université de Lorraine) pour leur accueil et les échanges que nous avons eu lorsque j'étais chargée de cours, puis ATER.

Je remercie les doctorant.e.s et docteur.e.s du Laboratoire Lorrain de Sciences Sociales qui, par le biais du club doctorant ou de l'Arthemetz ont largement contribué à faire évoluer ma réflexion sur mon sujet de thèse : Patricia Gérard, Nathalie Semal, Agnès Ceccarelli, Zoya Bagatova, Françoise Mulkay, Novadene Miller, Alexia Serré, Khadidja Noura, François Oudin, Laurent Kasprovicz, Julie Gothuey, Aurélien Zieleskiewicz, Anne Fernandes, Mélaine Marchitto et Déborah Kessler (avec qui j'ai eu plaisir à partager le bureau des ATER). Je tiens ici à remercier plus particulièrement Jérémy Sinigaglia et Sabrina Sinigaglia-Amadio pour leur amitié, leur soutien indéfectible et la richesse de nos échanges qui ont largement contribués à ce travail.

Je remercie chaleureusement Mélanie Guyonvarch et Thomas Pierre pour leurs lectures attentives, leurs conseils, leurs encouragements et leur amitié.

Un grand merci à Ginette, Philippe, Raúl, ainsi qu'à ma mère pour avoir accepté le rôle fastidieux de chasseu.r.ses de coquilles et autres maladresses.

Merci également à Virginie Vinel pour ses encouragements ainsi qu'à Fabien Hein pour nos grandes discussions sur la sociologie, les étudiant.e.s, la musique, le rap, les concerts de punk et de metal. A vous deux, merci d'avoir égayé les trajets Strasbourg-Metz !!!

Je remercie chaleureusement Piero D. Galloro qui a été un réel soutien ces dernières années, toujours à l'écoute et sachant trouver les mots justes pour me faire rire et me booster !!!

Merci à Fanny Zanferrari pour m'avoir permis d'enseigner à l'IRTS, pour son amitié de longue date et pour avoir contribué à éveiller ma curiosité.

Merci à mes ami.e.s pour leur soutien moral et pour me rappeler qu'il fallait que j'en finisse avec LA thèse. Je m'excuse par la même de toutes les fois où je n'ai su répondre autre chose que « non, je ne peux pas…je thèse !!! » Parmi elles.eux : Noredine, Ju, Flo, Mim, PY, Smilla et Naïs, Tak, Lydiane, Geoff, Jano, Donatien, AnneSa et tou.te.s les autres. Merci également à la famille Lhotte pour son soutien chaleureux ces dernières années.

Je remercie affectueusement toute ma famille de part et d'autre de l'Atlantique, pour son soutien dans cette longue et dure épreuve, il m'a été et me sera toujours indispensable. Je remercie plus particulièrement ma mère pour son soutien moral et son écoute à toute épreuve ; mon père pour m'avoir appris à toujours repousser mes limites, je suis très heureuse de présenter ce travail de thèse dix années après le sien ; Virginie pour m'avoir appris à m'ancrer dans le présent, mes frères Raúl, Lautaro et Newenché (qui, comme Eléa et Ital, est venu illuminer ma vie) pour l'amour fraternel qu'ils me portent et qui me porte!

Enfin, mais pas des moindres, je tiens à remercier tendrement celui qui, au quotidien, m'a soutenue coûte que coûte, consolée et motivée lors des nombreux coups de déprime qui ont jalonné ce travail. Il a été un soutien sans faille, nos discussions, toujours très riches, ont largement contribué à l'évolution de ce travail, mon compagnon Philippe.

.

SOMMAIRE :

INTRODUCTION GÉNÉRALE 19
1. Les associations de défense des consommateurs : un objet peu exploité en Sociologie 20
2. Évolution de l'hypothèse générale 23
3. Les enquêtes de terrain 25
3.1. Les prises de contact avec les terrains 26
3.1.1. ADECOVAL 26
3.1.2. Participa-AC 27
3.1.3. Fédération mosellane des associations locales CLCV 27
3.1.4. L'association locale UFC-Que Choisir ? (UFC-QC) Metz 27
3.1.5. La Fédération mosellane Familles de France 28
3.1.6. L'union locale CLCV Uckange 28
3.1.7. L'association locale UFC-QC Thionville 28
3.1.8. L'INDECOSA-CGT Metz 29
3.1.9. L'ASSECO-CFDT Moselle 29
3.2. Matériaux principaux de l'étude 29
3.2.1. Les entretiens semi-directifs 30
3.2.2. Les observations directes 33
3.2.3. Les supports de communication 34
4. Architecture de la thèse 36

PARTIE 1 : LES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS MOSELLANES ET PORTEÑAS 39

PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIO-HISTORIQUE, POLITIQUE ET INSTITUTIONNEL DE LEUR DEVELOPPEMENT 39

Introduction de la première partie 41

Chapitre I: Une approche socio-historique des mouvements de consommateurs en France et au Chili 43
1. Le mouvement français de défense des consommateurs 43
1.1. Le courant coopératif 43
1.2. Le courant syndical de défense des consommateurs 45
1.2.1. La Confédération générale du travail 45
1.2.2. L'association pour l'Information et la défense des consommateurs salariés-CGT 48
1.2.3. La Confédération française démocratique du travail 49
1.2.4. L'Association études et consommation – CFDT 52
1.3. Le courant familial de défense des consommateurs 54
1.3.1. Le familialisme 54
1.3.2. Familles de France 56
1.4. Le courant consumériste 57
1.5.1. Consommation, logement et cadre de vie (CLCV) 58
1.5.2. L'Union fédérale des consommateurs - Que Choisir? (UFC-QC) 62

Chapitre II : Présentation des organisations internationales de consommateurs 73
1. Consumers International 73

1.1. Son historique 73
1.2. Orientations stratégiques et politiques 75
1.3. Son fonctionnement 78
2. Le Bureau européen des unions de consommateurs 80
2.1. Historique 80
2.2. Orientations stratégiques et politiques 82
2.3. Son fonctionnement 85
3. Confédération des organisations familiales de l'Union européenne 87
3.1. Historique 88
3.2. Orientation stratégique et politique 89
3.3. Fonctionnement 90

Chapitre III : Présentation des institutions cadres de la protection des consommateurs 95
1. Le Sernac 95
1.1. Historique 95
1.2. Les missions du Sernac 97
1.3. Le Fonctionnement du Sernac 98
2. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) 99
2.1. Historique 100
2.2. Les missions de la DGCCRF 101
2.3. Son fonctionnement 102
3. Le Conseil national de la consommation 103
3.1. Historique 104
3.2. Missions 104
3.3. Fonctionnement 105

Chapitre IV : Présentation du cadre juridique des organisations de consommateurs 109
1. Cadre juridique des organisations de consommateurs en France et en Moselle 109
2. Cadre juridique des organisations de consommateurs au Chili 112

Conclusion de la première partie 117

PARTIE 2 : ESPACES MOBILISÉS ET RÉPERTOIRES D'ACTION ASSOCIATIVE. LES FONDATIONS D'UN CONTRE-POUVOIR ? 119

Introduction de la deuxième partie 121

Chapitre V : Espaces de mobilisations et positionnements associatifs 123
1. Des espaces traditionnellement investis par les associations de défense des consommateurs 124
1.1. La consommation de biens et de services 124
1.2. Le logement 127
2. Des espaces à conquérir 128
2.1. La défense de l'environnement 129
2.2. Le surendettement 129
2.3. La santé publique 129
2.4. Le pouvoir d'achat. 130

Chapitre VI : Répertoires d'action associative 133
1. Des modalités d'action périphériques 133
1.1. Le répertoire traditionnel des organisations de consommateurs 134
1.2. Un répertoire inspiré du mouvement ouvrier 135
2. … au cœur de l'activité des associations de consommateurs 137
2.1. L'information et l'éducation des consommateurs 138
2.1.1. Les enquêtes de prix 138
2.1.2. Utilisation de différents canaux de diffusion 139
2.1.3. Les rencontres organisées par les associations 142
2.2. La défense des consommateurs 144
2.2.1. Assurer leur représentation 145
2.2.2. La prestation de service, activité majoritaire des associations de consommateurs . 148

Chapitre VII : Former un contre-pouvoir 151
1. Associations de défense des consommateurs et rapport au pouvoir 152
1.1. Du côté des « faibles » 152
1.2. Une autonomie revendiquée 153
1.3. Les points d'appuis de ce contre-pouvoir 156
1.3.1. La force du nombre 156
1.3.2. La force de l'affiliation à une organisation supranationale 157
1.3.3. La force de l'expertise associative 158
2. Agir sur les modes de consommation 159
2.1. Les figures du consommateur nouveau 159
2.1.1. Le consommateur malin 160
2.1.2. Le consommateur responsable 160
2.2. Des conceptions hétérogènes de la consommation 161
2.2.1. Le courant consumériste 161
2.2.2. Le courant syndical 163
2.2.3. Le courant familial 163

Conclusion de la deuxième partie 165

PARTIE 3 : LE FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF DES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS A L'EPREUVE DE LEUR INSTITUTIONNALISATION 167

Introduction de la troisième partie 169

Chapitre VIII : Les enjeux de l'institutionnalisation 171
1. Exister auprès des institutions. De l'agrément à la représentativité 172
1.1. L'agrément : premier pas vers l'institutionnalisation 172
1.2. Être ou ne pas être représentatif 174
2. Les conditions matérielles d'existence des associations 177
2.1. Les financements des associations. Le développement du financement par appel d'offre 177
2.2. Les locaux associatifs. Sédentariser l'action, un enjeu de crédibilité et de développement 182
3. Devenir partenaire des institutions et faire institution? 185

Chapitre IX : Capitaliser des ressources pour techniciser l'action associative 189
1. Professionnaliser l'action associative en professionnalisant ses acteurs 189
1.1. Acquérir et développer des ressources considérées comme compétences professionnelles au sein du monde associatif 191
1.2. Mobiliser des compétences acquises en milieu professionnel 198
2. Mobiliser des ressources politiques et militantes 202
2.1. Le capital politique 203
2.2. Le capital social 204
2.3. Le capital militant 207

Chapitre X : Quand l'association devient entreprise et le bénévolat devient travail 211
1. Le salariat associatif pour assurer une prestation de service de qualité 211
1.1. Assurer la continuité de l'action associative 212
1.2. Garantir l'expertise du conseil et de l'information 216
1.3. Une multiplicité de statuts et de types de contrats de travail 220
13.1. Les permanents salariés 220
1.3.2. Les cadres dirigeants non militants 222
1.3.3. Les juristes 222
2. Activité associative et travail : des frontières poreuses 224
2.1. Un « modèle organisationnel » du travail associatif de défense des consommateurs 224
2.1.1. Fonctionnement interne aux associations 225
2.1.2. Des relations sociales hiérarchisées 233
2.1.3. Division du travail 236
2.2. Comment les bénévoles perçoivent-ils le bénévolat ? 239
2.3. L'association de consommateurs « consommée »… 242

Conclusion de la troisième partie 247

PARTIE 4 : POLYMORPHIE DES ENGAGEMENTS AU SEIN DES ASSOCIATIONS DE DÉFENSE DES CONSOMMATEURS 251

Introduction de la quatrième partie 253

Chapitre XI : Les avatars de l'engagement associatif 255
1. Les dirigeants associatifs 256
1.1. Les formes d'engagement des dirigeants associatifs 257
1.2. Les rôles des dirigeants associatifs 259
1.2.1. Représenter 260
1.2.2. Mobiliser 261
1.2.3. Gérer 262
2. Les bénévoles 264
2.1. Les membres du conseil d'administration 265
2.2. Les bénévoles permanents 266
2.3. Les bénévoles occasionnels 266
2.4. Les militants associatifs 267
3. Les adhérents 269
3.1. Les sympathisants 270

3.2. Les usagers 270
4. Et les salariés ? 271
4.1. Les permanents salariés 271
4.2. Les travailleurs associatifs salariés 273

Chapitre XII : Des trajectoires sociales et des *carrières* bénévoles et militantes 275
1. Un engagement en amenant un autre… 277
1.1. L'associationnisme 277
1.2. Le syndicalisme 282
1.3. La voie confessionnelle 287
1.4. Les partis politiques 290
1.5. Les luttes sociales 292
2. S'engager dans un « *tournant* » de la vie professionnelle et personnelle 294
2.1. Au moment de partir en retraite 294
2.2. Discontinuités des trajectoires professionnelles 296
2.3. Faire face à un deuil 298
3. Une dimension affinitaire de l'engagement 299

Chapitre XIII : La participation démocratique interne en question 303
1. Les faiblesses du développement des associations de défense de consommateurs 304
1.1. Le nombre d'adhérents est trompeur 304
1.2. Un renouvellement timide des équipes bénévoles permanentes 306
1.2.1. État des lieux du renouvellement des équipes 306
1.2.2. Vieillissement de la population bénévole 310
2. Coexistence de formes multiples d'engagement 311
2.1. Se positionner dans le mouvement de défense des consommateurs : le fait d'une élite associative 311
2.2. De l'affiliation… 313
2.3. …au « *processus d'affranchissement* » 314
2.3.1. « *L'affranchissement des réseaux associatifs verticaux* » 315
2.3.2. « *L'affranchissement des logiques d'appartenance* » 316
2.3.3. « *L'affranchissement des contraintes de la démocratie représentative* » 317
3. Une faible participation démocratique au sein des associations 319

Conclusion de la quatrième partie 323

CONCLUSION GENERALE 325

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 329

LISTE DES SOURCES ANALYSÉES 345

ANNEXES 353

Annexe 1 : Table des sigles 355

Annexe 2 : Liste des entretiens 359

Annexe 3 : Guides d'entretien 363

Annexe 4 : Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (version en vigueur au 24 mars 2012) 367

Annexe 5 : Le code civil local Alsace Moselle 379

Annexe 6 : Extracto de Ley núm. 19.496 391

Annexe 7 : Ley número. 20.500..... 395

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans un contexte de remise en cause de la démocratie représentative objectivée, entre autres, par un fort abstentionnisme électoral, la classe politique et les institutions s'y rattachant cherchent à renouveler leur légitimité à gouverner. Pour ce faire, elles font la promotion de l'intégration de la société civile aux processus décisionnels. En outre, les structures militantes qui organisaient autrefois massivement les classes populaires[1] se voient aujourd'hui vidées de leurs forces. Si certains acteurs, notamment, politiques et syndicaux concluent à une crise de l'engagement, il nous semble que cette crise doit être davantage perçue comme un changement dans les modes d'engagement. En effet, en 2008 selon l'INSEE[2] on compte en France 15,8 millions de personnes (âgées d'au moins 16 ans) adhérentes à une ou plusieurs associations dont 8 millions de bénévoles. Aussi, cela nous amène à interroger ces associations et à nous intéresser aux acteurs qui s'y engagent.

Parmi ces associations, membres de la société civile, nous avons choisi de nous intéresser aux organisations de défense des consommateurs dont l'émergence date du XIXème siècle. Ces associations ont connu un réel élan, dans les pays capitalistes industrialisés, après la seconde guerre mondiale. Cette époque est principalement caractérisée par l'incitation au crédit à la consommation et l'accumulation de biens et de services accessibles aux masses qui génèrent des modes de consommation inédits et

[1] Nous pensons ici notamment aux syndicats, mais aussi aux partis politiques tels que le PCF.
[2] LUCZAK F., NABLI F., « Vie associative : 16 millions d'adhérents en 2008 », *INSEE Première*, n°1327, 2010.

contribuent au brouillage des frontières de classes. Ceci contribue à renforcer alors le pouvoir des « professionnels »[3] ainsi que l'identification des hommes et des femmes, ouvriers, employés, cadres, chômeurs et patrons, pêle-mêle, à l'identité de consommateurs dont les associations en question défendent l'intérêt.

C'est donc plutôt dans un contexte français qu'a émergé ce questionnement que nous voulions poser hors des frontières françaises et européennes. L'objectif de cette recherche consiste à interroger les fonctionnements et engagements associatifs au sein des organisations de défense des consommateurs en France et au Chili. A partir d'enquêtes qualitatives menées auprès de deux structures associatives de défense des consommateurs situées à Valparaíso et sept structures associatives situées en Moselle, nous questionnons les enjeux de l'institutionnalisation de ces associations. Nous nous proposons de présenter ici l'ensemble des choix théoriques et méthodologiques sur lesquelles repose cette recherche.

1. Les associations de défense des consommateurs : un objet peu exploité en Sociologie

Les associations de défense des consommateurs forment un objet peu exploité pour lui-même en Sociologie. Bien qu'il y ait eu ces dernières années un regain d'intérêt

[3] Le terme « professionnel » fait partie du vocabulaire des acteurs associatifs, il désigne l'ensemble des producteurs et distributeurs. Cette dénomination unificatrice leur permet ainsi de s'inscrire en opposition à un adversaire unique.

des sociologues sur les questions de consommation[4] ainsi que sur les structures associatives[5] émanant d'une volonté de trouver des modes de consommation alternatifs, les organisations dont l'objet est la défense des consommateurs en semblent écartées. Une littérature scientifique plus abondante sur ces organisations de défense des consommateurs existe pourtant en Sciences de la gestion, en économie ou encore en marketing. Cependant, elles ne convainquent pas notre regard de sociologue.

Ce travail de recherche consistera principalement à discuter et faire discuter les thèses de Michel Wieviorka[6] (datant de 1977) de Jean-Yves Trépos[7] (1982 et 1988), de João Freire et Carlos Dia Da Silva[8] (1996). Plus récemment les travaux de Raquel Rego[9] sont également mis en discussion ainsi que plus marginalement ceux de Louis Pinto[10]. Ces travaux ont tous pris pour principal terrain les associations de défense des consommateurs afin d'en étudier leur pertinence en tant que nouveau mouvement social, leur institutionnalisation, l'engagement, les modalités d'action ou encore les carrières des dirigeants en leur sein.

---

[4] Nous pensons ici en premier lieu aux travaux de Sophie-Dubuisson Quellier ainsi qu'aux récents travaux dirigés par Geoffrey Pleyers. DUBUISSON QUELLIER S., « Le consommateur responsable. La construction des capacités d'action des consommateurs par les mouvements militants », *Sciences de la Société*, Mai 2012 ; DUBUISSON QUELLIER S., « Consommation : les associations au coeur de la régulation marchande », *Constructif*, Novembre 2011 ; DUBUISSON-QUELLIER S., « L'espace de choix des consommateurs », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », mars 2011, pp. 50-54 ; DUBUISSON-QUELLIER S., *La consommation engagée*, Paris, Editions Sciences Po. Les Presses, coll.: "contester", 2009. ; DUBUISSON-QUELLIER S., « De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace des choix dans la consommation », *L'Economie politique*, n°39, « Pour un nouveau modèle de consommation. », Trimestriel-juillet 2008, pp. 21-31. ; PLEYERS G. (dir.), *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable* et solidaire, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Solidarité et société », 2011.

[5]Nous pensons ici notamment aux AMAP, aux associations de promotion du commerce équitable, aux coopératives et groupements d'achats.

[6] WIEVIORKA M., *L'État, le patronat et les consommateurs*, Paris, PUF, coll. « politiques », 1977.

[7] TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctorat de Sociologie, Université de Lille, 1982 ; TRÉPOS J-Y, *La construction sociale des conflits de consommation*, Thèse pour le Doctorat d'Etat lettres et sciences humaines, Université de Lille, 1988. La première thèse nous a permis de mieux cerner la question du militantisme au sein de ces associations, aussi nous nous y référons de manière explicite tout le long de la thèse.

[8] FREIRE J., DIAS DA SILVA C., *Consumidores em movimento*, Lisboa, CIES-ISCTE, 1996.

[9] REGO R., *Dirigentes associativos : envolvimento e profissionalizacão*, Thèse pour le Doctorat de Sociologie , ISCTE, Université Lille 1, 2007 ; REGO R., « Une typologie de l'engagement des dirigeants associatifs », *SociologieS* [En ligne], Théories et recherches, mis en ligne le 29 septembre 2010, consulté le 30 juillet 2011. URL : http://sociologies.revues.org/3240; REGO R., *Dirigeants associatifs :* engagement *et professionnalisation*, Paris, Ed. L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010.

[10] PINTO L., « Du « pépin » au litige de consommation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 76-77, « Droit et expertise », mars 1989, pp.65-81.

Puisqu'il s'agit dans notre thèse de mettre à jour les réalités sociales traversées par le mouvement de défense des consommateurs auquel appartiennent les associations que nous étudions, nous avons basé le cadre théorique en premier lieu sur une sociologie des associations, du bénévolat et des engagements. A cet égard, les travaux de Jean-Louis Laville[11] nous ont permis d'interroger les fonctionnements associatifs et de poser les enjeux démocratiques propres au monde associatif. Les travaux de Dan Ferrand-Bechmann[12] sur le bénévolat et de Jacques Ion[13] sur les engagements nous ont, quant à eux, permis de comprendre les contours de l'engagement des acteurs associatifs rencontrés. Ceci nous a conduits à explorer une littérature propre à la sociologie des mouvements sociaux. Ainsi, nous nous sommes intéressés aux concepts de « *carrières militantes* » en nous référant aux travaux d'Olivier Fillieule[14] et d' « *espaces* » mobilisés en référence aux études menées par Lilian Mathieu[15] et nous avons mobilisé le concept de « *répertoire d'action* » formulé par Charles Tilly[16] dans le cadre d'une théorie de mobilisation des ressources. Enfin, les travaux de Maud Simonet et Matthieu Hély portant sur le travail et le salariat associatifs[17] nous ont conduit à ouvrir notre cadre théorique à la sociologie du travail et celle des organisations pour concevoir les associations de défense des consommateurs comme faisant aussi partie du monde du travail.

---

[11] Notamment : LAVILLE J.-L., *Une troisième voie pour le travail*, Paris, Desclée de Brower, coll. « Sociologie économique », 1999 ; LAVILLE J.-L, *Politique de l'association*, Paris, Seuil, coll. : « économie humaine », 2010 ainsi que ses multiples collaboration : LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R. (dir.*), Sociologie de l'association. Des organisations à l'épreuve du changement social*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Sociologie économique », 1999. ; LAVILLE J -L., CAILLE A., CHANIAL P., DACHEUX E., EME B., LATOUCHE S., *Association, démocratie et société civile*, Ed. La Découverte/M.A.U.S.S. / C.R.I.D.A, coll. : « Recherches », 2001 ;

[12] FERRAND-BECHMANN D., *Bénévolat et solidarité*, Paris, Syros Alternatives, 1992. ; FERRAND-BECHMANN D., *Le métier de bénévole*, Paris, Anthropos, 2000. ;FERRAND-BECHMANN D. (dir.), *Les bénévoles et leurs associations. Autres réalités, autre sociologie ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010.

[13] ION J., *La fin des militants ?,* Paris, Editions de l'Atelier, 1997 ; ION J. (dir.), *L'engagement au pluriel*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, coll. « matière à penser », 2001.

[14] FILLIEULE O., « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel – post-scriptum », *Revue française de science politique*, « Devenirs militants », n°51, 1-2, février-avril, 2001, pp. 199-217.

[15] MATHIEU L., *Comment lutter ? Sociologie et mouvements sociaux*, Paris, La discorde, coll. : « textuel », 2004 ; MATHIEU L., *L'espace des mouvements sociaux*, Paris, Editions du croquant, coll. « sociopo », 2012.

[16] TILLY C., *La France conteste. De 1600 à nos jours*, Paris, Fayard, Coll. Espace du politique, 1986.

[17] SIMONET M., *Le travail bénévole. Engagement citoyen ou travail gratuit ?*, Paris, La dispute, coll. : « travail et salariat », 2010 ; HELY M., *Les métamorphoses du monde associatif*, Paris, PUF, coll. : « Le lien social », Janvier 2009.

2. Évolution de l'hypothèse générale

Bien que cette recherche s'inscrive dans une démarche hypothético-déductive, les aller-retour réflexifs entre la théorie et l'étude empirique ont tout de même permis une évolution considérable de la problématique et de l'hypothèse principale. En effet, nous interrogions initialement les mécanismes déterminant les modes d'organisation de l'action associative et leur influence sur les modes d'engagement en leur sein. A partir de ce questionnement nous formulions alors l'hypothèse selon laquelle les manières dont les personnes s'engagent sont déterminées par le fonctionnement de l'organisation lui-même produit des rapports d'assujettissement des associations vis-à-vis des pouvoirs publics. La sous-hypothèse liée à cette hypothèse générale postulait que le militantisme n'a pas sa place dans une structure associative dont la légitimité repose principalement sur le rendement, l'efficacité et la gestion de l'action associative. Le questionnement de départ et les hypothèses s'y attachant gravitaient alors autour d'une conception assez mécaniste[18] des rapports sociaux en jeu dans les associations avec laquelle nous avons pris nos distances dès les premières confrontations avec le terrain.

Le foisonnement des structures associatives est souvent perçu comme étant un indicateur de bonne santé de la vie démocratique des sociétés. Les associations de défense des consommateurs revendiquent la formation d'un contre-pouvoir qui a vocation à agir dans l'espace politique et marchand dans l'intérêt des consommateurs. Pour cela, elles mobilisent des répertoires d'action visant à rééquilibrer les rapports entre consommateurs et professionnels.

Comment les associations de défense des consommateurs, se définissant comme un contre-pouvoir, articulent-elles « démocratie interne » et « développement basé sur la prestation de service » ?

[18] Partant du principe qu'« *Une conception mécaniste de la société n'exclut pas l'idéal, et c'est à tort qu'on lui reproche de réduire l'homme à n'être qu'un témoin inactif de sa propre histoire. Qu'est-ce en effet qu'un idéal, sinon une représentation anticipée d'un résultat désiré et dont la réalisation n'est possible que grâce à cette anticipation même ? De ce que tout se fait d'après des lois, il ne suit pas que nous n'ayons rien à faire*. » DURKHEIM E., De la division du travail social, Paris, PUF, coll. : « Quadrige », (1893) 1998.

De cette interrogation émane un questionnement plus détaillé. En effet, cette question nous permet d'interroger la portée réelle de ces associations dans les instances où se joue le pouvoir et appelle à clarifier les relations que celles-ci entretiennent avec les institutions et les professionnels. Dans un contexte de mise en concurrence des associations dont les enjeux sont la pérennité des actions et la reconnaissance institutionnelle de leur représentativité, nous observerons la place du fonctionnement gestionnaire censé permettre aux associations de gagner en efficacité, et, par ricochet, en crédibilité. Nous questionnerons également les bases sur lesquelles s'appuient ces associations pour légitimer leur représentativité. Parler au nom des consommateurs, les représenter, suppose une vie démocratique interne à ces associations dont nous examinerons le fonctionnement notamment en questionnant les modalités d'engagement en leur sein.

Sur cette base, nous nous proposons de tester l'hypothèse selon laquelle les relations d'interdépendance entre les pouvoirs publics et les associations de consommateurs, ainsi que leur mise en concurrence génèrent des tensions au sein des organisations étudiées. Ces tensions se caractérisent principalement par des tiraillements entre aspiration à l'autonomie et institutionnalisation, professionnalisation et politisation de l'action associative, fonctionnement gestionnaire et fonctionnement démocratique et, enfin, entre engagement et adhésion usagère.

Si les associations de défense des consommateurs affirment être des contre-pouvoirs alors il leur faut à la fois être présentes au sein des instances où se joue le pouvoir et préserver leur autonomie au risque d'être assimilées à celui-ci. Pour être présente au sein de ces institutions elles doivent prouver leur légitimité à siéger. Si cette légitimité est basée sur le nombre d'adhérents et leur capacité technique à les défendre alors elles développent la prestation de service tant qualitativement (en se professionnalisant) que quantitativement afin d'accroître les adhésions en élargissant leur public. Si l'adhésion est corrélée à l'usage d'une prestation de service alors le fonctionnement démocratique interne aux associations se heurte au fonctionnement gestionnaire.

3. Les enquêtes de terrain

Il nous semble important ici de préciser que bien qu'ayant produit une étude portant sur des organisations dans deux pays différents, il ne s'agit pas ici d'une étude comparative *stricto sensu*. En effet, nous avons mené une enquête auprès de neuf structures associatives[19] dont deux structures chiliennes qui nous ont permis de mettre à distance les évidences d'un terrain associatif sur lequel nous avions déjà enquêté auparavant. Cette mise à distance a d'ailleurs grandement contribué à l'évolution de l'hypothèse principale de cette thèse que nous nous sommes proposés de tester à travers les enquêtes auprès des associations de défense des consommateurs en France. L'ensemble du corpus empirique a été produit entre juillet 2007 et avril 2010. Cette période se caractérise notamment par des allers et retours répétés entre le terrain et les questionnements théoriques que ce dernier suscitait.

La volonté de porter une étude empirique au Chili fût principalement animée par la forte émergence associative que connaît ce pays dont la législation concernant les associations et groupements de personnes est plutôt récente et en constante évolution. En effet, en 2011 a été adoptée une loi sur la participation citoyenne très attendue par les acteurs associatifs, dont le projet a été présenté en 2004 au parlement. Valparaíso étant une ville portuaire à taille humaine (environ 300 000 habitants) au dynamisme culturel reconnu, nous avons décidé de porter notre attention sur les associations de défense des consommateurs *porteñas*[20]. Par ailleurs, il serait malhonnête de nier le caractère affectif de ce choix. En effet, le Chili étant le pays de mes origines paternelles et Valparaíso, une ville dont l'Histoire et le caractère marin me lient à elle. En 2007, lors de notre enquête de terrain à Valparaíso, trois associations étaient inscrites dans les fichiers du Sernac : ADECOVAL, APROC-Viña et Participa-AC. APROC-Viña se trouvait à Viña del Mar, ville limitrophe de Valparaíso qui longe la côte pacifique. Celle-ci était alors en sommeil, nous avions réussi à contacter son Président avec qui nous avons pu nous

[19] Nous avons restreint le choix des structures aux associations agréées en France et reconnues par le Sernac au Chili.
[20] Porteño, porteña est le nom que l'on donne aux habitants de Valparaíso.

entretenir informellement. Nous nous sommes alors centrés sur les deux associations porteñas : ADECOVAL et Participa-AC.

De retour en France, les analyses des enquêtes de terrain (et principalement celle au sein d'ADECOVAL) nous ont permis, par un retour réflexif[21], de questionner nos hypothèses de départ et de les modifier.

Nous avons ensuite pris contact avec les associations de défense des consommateurs mosellanes pour poursuivre notre étude. Nous avons fait le choix d'écarter de notre étude les associations de défense des consommateurs spécialisées dans un domaine pour privilégier les associations les plus généralistes. Enfin, les sept structures associatives mosellanes sur lesquelles repose notre étude ont été choisies sur la base de leur approbation et de leur accessibilité notamment en termes d'horaires d'ouverture.

Nous nous attacherons dans un premier temps à raconter le déroulement des enquêtes dans chaque association, puis nous décrirons les matériaux principalement exploités pour les réaliser.

3.1. Les prises de contact avec les terrains

Il s'agit ici de décrire la prise de contact avec les associations et le type de données que nous avons pu y récolter.

3.1.1. ADECOVAL

Dès notre arrivée à Valparaíso, nous avons pu entrer en contact avec le Président d'ADECOVAL qui nous donna rendez-vous très rapidement au sein des locaux de CUPEMCHI, une association de retraités faisant profiter d'autres associations, dont

[21] BOURDIEU P., *Science de la science et réflexivité*, Paris, Raisons d'agir, coll. : « Cours et travaux », 2001.

ADECOVAL, de ses locaux associatifs. Notre présence au sein des locaux a été de l'ordre de trois matinées par semaine du 17 juillet 2007 au 13 septembre 2007. Nous y avons récoltés des documents, des observations ainsi que 14 entretiens semi-directifs.

3.1.2. Participa-AC

La prise de rendez-vous avec le Président de Participa-AC qui est aussi le seul bénévole permanent de l'association a fait l'objet d'une négociation plus compliquée que pour ADECOVAL. Nous avons pu néanmoins effectuer un entretien avec celui-ci qui s'est révélé particulièrement riche.

3.1.3. Fédération mosellane des associations locales CLCV

Au sein de la Fédération mosellane des associations locales CLCV nous avons été reçus en premier lieu par le coordinateur salarié. Celui-ci nous a invité à participer à une réunion des bureaux des associations locales où nous avons rencontré, entre autres, le Président de la Fédération mosellane ainsi que celui de la CLCV Uckange. Ces derniers ont accepté que nous nous entretenions avec eux. Au sein de la fédération, nous avons pu effectuer deux entretiens semi-directifs ainsi que des observations et recueillir des supports de communication entre le 12 février et le 4 mars 2008.

3.1.4. L'association locale UFC-Que Choisir ? (UFC-QC) Metz

Nous avons été accueillis une première fois au sein de l'association locale UFC-QC Metz par son Président, qui au cours d'un entretien informel (et non-enregistré) nous a présenté l'association et son fonctionnement. Nous nous sommes rendus dans les locaux régulièrement entre le 2 septembre et le 9 octobre 2008. Nous avons pu y

recueillir des supports de communication de l'association, des observations ainsi que trois entretiens semi-directifs formels.

3.1.5. La Fédération mosellane Familles de France

Au sein de la Fédération mosellane de Familles de France nous avons été reçus en premier lieu par le Directeur salarié. L'enquête a duré du 13 octobre au 6 novembre 2008. Nous avons pu effectuer quelques observations lors de nos rendez-vous pour des entretiens semi-directifs et collecter des documents.

3.1.6. L'union locale CLCV Uckange

Notre enquête au sein de l'Union locale de la CLCV Uckange s'établit entre le 4 octobre et le 17 décembre 2009. Nous avons été présentés à l'équipe permanente par le Président de la CLCV Uckange, rencontré lors d'une réunion dans les locaux de la Fédération Mosellane. Durant cette période, nous avons pu récolter des documents, des observations ainsi que cinq entretiens semi-directifs.

3.1.7. L'association locale UFC-QC Thionville

La prise de contact avec l'association locale UFC-QC Thionville a été effectuée lors de l'emménagement de celle-ci dans ses propres locaux (l'association occupait une salle municipale une après-midi par semaine auparavant). Nous avons en premier lieu rencontré le Président de l'association qui nous a fait visiter les locaux et présenté à l'équipe permanente. Notre enquête a démarré le 8 octobre et s'est achevée le 7 décembre 2009, nous avons pu cumuler quatre entretiens semi-directifs, des documents ainsi que des observations.

3.1.8. L'INDECOSA-CGT Metz

La prise de contact avec INDECOSA-CGT Metz s'est avérée difficile et pour cause, l'association était en sommeil depuis environ 2003. L'AFOC, n'existant plus en Moselle, nous nous étions résolus à mettre de côté le courant syndical de notre corpus. C'est au détour d'une conversation ordinaire avec un syndicaliste CGT que nous avons appris sa réactivation. Nous avons alors eu très rapidement un rendez-vous pour un entretien semi-directif avec son Président.

3.1.9. L'ASSECO-CFDT Moselle

Au sein d'ASSECO-CFDT Moselle, la prise de contact a été relativement rapide. Seul le Président de l'association a accepté de nous recevoir pour un entretien qui est venu clôturer ces enquêtes de terrain.

3.2. Matériaux principaux de l'étude

Cette recherche est basée sur un corpus composé d'entretiens semi-directifs, d'observations directes et de l'analyse des supports de communication produits par les associations de défense des consommateurs. Ces sources ont été complétées par la lecture d'articles de presse, le visionnage de spots télévisés dans lesquels les associations de consommateurs apparaissent et des émissions radiophoniques et télévisées qui, bien qu'ayant un statut secondaire dans le corpus, ont permis de développer l'analyse de notre objet.

3.2.1. Les entretiens semi-directifs

Au total, nous avons effectué 35 entretiens semi-directifs enregistrés[22] d'une durée moyenne comprise entre 1h15 et 2h15, puis retranscrits intégralement[23] afin de rester le plus fidèle possible aux discours des enquêtés. En effet, la retranscription intégrale évite de passer à côté de certains éléments qui peuvent paraître anodins mais qui sont en réalité très significatifs. Ainsi, nous avons procédé à 14 entretiens au sein d'ADECOVAL, 1 entretien au sein de Participa-AC, 7 entretiens au sein d'UFC-QC[24], 7 entretiens effectués au sein de la CLCV[25,] 4 entretiens effectués au sein de la Fédération de Moselle Familles de France, 1 entretien au sein d'INDECOSA Metz et 1 entretien auprès de l'Union Départemental de Moselle ASSECO. Tous les entretiens ont été conduits sur la base du volontariat des enquêtés, avec leur accord pour l'enregistrement et l'utilisation de celui-ci tout en garantissant leur anonymat. Nous nous sommes prioritairement entretenus avec les responsables des structures associatives citées, puis avec les bénévoles, militants et salariés[26].

Construction du guide d'entretien

Nous avons élaboré un guide thématique à partir des connaissances théoriques et empiriques accumulées lors de nos précédentes recherches portant sur le monde associatif. C'est donc à partir de différents thèmes qui interrogeaient la trajectoire sociale de l'enquêté, son activité au sein de l'association, le fonctionnement associatif que ces guides ont été élaborés.

[22] Hormis deux entretiens effectués auprès de militants d'ADECOVAL pendant ma période de prise de contact, ces entretiens étaient imprévus, je n'avais donc pas amené mon dictaphone. Ces entretiens, forts intéressants par ailleurs, ont pu être mobilisés dans le corpus empirique à partir des notes prises sur le vif puis quelques heures après ces derniers.
[23] Les entretiens menés au Chili ont été traduits instantanément.
[24] Dont 4 effectués à l'antenne de Thionville et 3 à celle de Metz.
[25] Dont 2 au sein de la Fédération de Moselle des union locale CLCV et 5 au sein de la CLCV Uckange. Nous avons également rencontré les membres de la CLCV de Yutz et de Thionville avec lesquels nous nous sommes entretenus informellement.
[26] BEAUD S., « L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour "l'entretien ethnographique". », *Politix*, n°35, 1996, p. 226-257.

Il nous paraissait important de commencer l'entretien par un thème introspectif pour l'enquêté. Il s'agissait, d'une part, de « briser la glace » et, d'autre part, cela permet à la personne de se raconter. Nous avons ainsi obtenu des éléments précis sur la trajectoire scolaire, professionnelle et associative des personnes interrogées que nous avons pu croiser avec d'autres variables notamment sur les pratiques ou la représentation de ces dernières. Cela nous permet aussi au vu des entretiens menés d'établir des liens entre les milieux sociaux d'origine ou le parcours professionnel et le type de position occupée dans l'association.

Etant donné que les entretiens étaient notre principal matériau de recherche, notamment au Chili, du fait de la distance avec notre lieu de résidence et du temps restreint dont nous disposions, ces entretiens avaient pour objectif de collecter un maximum de données sur le fonctionnement associatif de ces associations de consommateurs chiliennes et sur les modes d'engagement qu'on y trouvait.

Enfin, interroger les personnes sur les rapports qu'elles entretiennent ou non avec les différents éléments qui environnent leur activité associative (bénévoles, salariés, autres associations, mais aussi les pouvoirs publics et les médias) permet d'une part de mieux cerner les degrés d'engagement au sein de l'association et d'autre part de porter un regard sur les représentations que les acteurs associatifs ont de leur environnement d'action. Ce guide d'entretien a évolué à notre retour en France. En effet, l'analyse des entretiens effectués au Chili ainsi que le retour vers des éléments plus théoriques par le biais de diverses lectures ont permis d'enrichir et compléter le guide d'entretien définitif mobilisé lors des entretiens menés sur nos terrains en Moselle.

Déroulement des entretiens

Le déroulement des entretiens est sensiblement le même pour tous. Nous expliquons brièvement les objectifs de la recherche à l'enquêté puis nous demandons à l'enquêté s'il nous autorise à enregistrer l'entretien afin que la retranscription soit fidèle à ses propos. Nous avons été particulièrement attentifs à ne pas chercher à induire les réponses des enquêtés par des questions ambigües ou porteuses de jugement de valeur

afin que l'enquêté puisse s'exprimer librement et que les entretiens puissent être le plus riche possible.

Pour ce faire, nous veillons à poser des questions à la fois très ouvertes, dont la formulation est sans équivoque et non-inductive, ce qui permet à l'enquêté de se raconter sans craindre de ne pas répondre à la question ou d'être dans l'erreur. En effet, une incapacité à répondre à une question pourrait provoquer une gêne chez l'enquêté qui pourrait nuire à la conduite de l'entretien[27]. Poser des questions non-inductives suppose d'éviter certaines formulations telles « pensez-vous que » au profit de questions factuelles invitant l'enquêté à narrer. Bien qu'il s'agisse d'entretiens semi-directifs nous avons laissé l'enquêté se livrer, en le laissant libre de digresser[28], l'amenant par la suite à revenir sur les thématiques du guide. Seules les questions amorçant les thématiques générales du guide sont préparées au préalable ce qui nous « contraint » à nous adapter au discours portés par l'enquêté.

Ceci oblige l'enquêteur à faire preuve d'une attention maximale afin de relever les informations sur lesquelles les enquêtés pourront être relancés. Les relances quant à elles, ne sont formulées que sous deux formes : « Vous avez dit que…. » et nous laissons la personne s'exprimer ou encore nous répétons mot pour mot ses propos suivi de « pouvez-vous m'expliquer ». Cela permet là encore de ne pas induire les réponses en déformant les propos tenus par l'enquêté. Ce qui implique une concentration certaine et une écoute active afin de pouvoir rebondir sur des éléments abordés par l'enquêté que nous souhaiterions voir développer tout en « cochant » les sous-thématiques de notre guide abordées au fil de l'entretien.

Analyse des entretiens

Les entretiens ont fait l'objet d'une double analyse. La première analyse a été systématiquement effectuée quelques jours après l'entretien tandis que la seconde a eu lieu une fois tous les entretiens composant ce travail de recherche effectués, permettant

[27] De plus nous tenons compte de cette double dissymétrie de la relation enquêteur/ enquêté qui peut être conçue comme une violence symbolique. BOURDIEU P., « Comprendre » in BOURDIEU P. (dir.), *La misère du monde,* Paris, Seuil, coll. : « libre examen », 1993.

[28] Les digressions des enquêtés, notamment les entretiens menés à Valparaíso, ont non seulement enrichis l'analyse mais ont contribué à compléter le guide d'entretien final.

ainsi une prise de distance. Cette analyse en deux temps nous a permis d'avoir une lecture complète des entretiens.

Le premier temps fait suite à la retranscription de chaque entretien, il s'agit d'une lecture de l'entretien de façon isolée qui permet avant tout d'esquisser, dans les grandes lignes, la trajectoire biographique de l'enquêté. Nous avons attaché une grande importance à la manière dont l'enquêté construit son discours, ceci nous intéresse ici au moins tout autant que les renseignements qu'il peut nous apporter sur l'organisation ou son implication dans l'association[29]. Du fait de la proximité temporelle entre le déroulement de l'entretien et cette analyse, nous avons pu tenir compte des discussions plus informelles avec les enquêtés ayant lieu avant et après l'entretien.

Le deuxième temps d'analyse a été produit une fois l'ensemble des entretiens effectués et retranscrits. Il s'agit ici d'une analyse thématique des entretiens faite à partir du guide thématique. J'ai donc relevé des extraits d'entretiens éclairant chaque thématique, ce qui m'a permis de mettre à plat les différents discours afin de mieux les cerner. Cette analyse a donné lieu à un ensemble de citations regroupées par thématiques plutôt volumineux (près de 400 pages) permettant de croiser les regards que les enquêtés portent sur l'action associative, leur propre action au sein de l'association ainsi que les relations qu'ils nouent avec les autres acteurs associatifs et l'environnement de la structure. Nous avons ensuite eu recours à une sélection d'entretiens, triés selon leur pertinence afin d'illustrer notre propos.

3.2.2. Les observations directes

Les observations directes ont eu un double objectif : la mise en confiance par notre présence sur les lieux d'observation, facilitant ainsi l'expression des enquêtés lors des entretiens et l'observation systématique des pratiques. Aussi, lorsque cela a été possible nous avons effectué des observations dans chaque association en amont de la

[29] En effet, nous prenons en compte le fait qu'à se raconter l'enquêté reconstruit sa propre histoire, lui donnant une certaine continuité logique. BOURDIEU P., « L'illusion biographique », in *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Editions du Seuil, coll. « points essais », (1994) 2007, pp.81-89.

tenue des entretiens. Nous avons observé des réunions d'équipes et des conseils d'administration ainsi que des assemblées générales et des permanences au sein des associations de défense des consommateurs. Ces observations viennent compléter l'analyse des entretiens. Outre les descriptions des journées et de la gestion du temps au sein des associations, nous avons été particulièrement attentifs aux relations qu'entretiennent les différents acteurs associatifs entre eux : tonalité et contenus des discussions, tutoiements/vouvoiements. Ce n'est qu'en fin de journée, de retour à notre domicile que nous rédigions nos notes d'observations[30]. Ces notes d'observations commentées d'un volume de près de 200 pages nous ont aussi permis de retracer à la fois l'évolution de nos hypothèses ainsi que de l'analyse de notre objet.

3.2.3. Les supports de communication

Parallèlement, nous nous sommes intéressés aux supports de communication : des productions éditées par ces dernières aux spots télévisés et radiophoniques en passant par leurs sites internet. Ce n'est qu'après l'analyse de nos entretiens que nous avons pris la mesure de l'intérêt d'analyser plus finement les productions écrites par les associations et de les intégrer à notre matériau principal. Nous avons pu alors collecter ces diverses productions en puisant dans les archives des associations avec l'approbation des dirigeants associatifs. Nous avons donc analysé en premier lieu, les productions écrites nationales et locales (si elles existent) des associations qui sont des supports de communication externes destinés à tous (membres de l'association ou pas) et qui constituent à la fois une action associative[31] à part entière et une vitrine de son positionnement par rapport à des thématiques sociétales que les acteurs lient à la défense des consommateurs. En second lieu, les rapports d'activités, notes, compte-rendu des réunions auxquelles j'ai pu avoir accès dans certaines associations et qui dans

[30] BEAUD S., WEBER F., *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, coll. « Grands Repères », 2003.
[31] MARCUS-STEIFF J., « L'information comme mode d'action des organisations de consommateurs », *Revue française de Sociologie*, vol.18, n°1, 1977, pp.85-107.

une certaine mesure constituent des supports de communications internes destinés aux membres actifs (la plupart du temps) des associations de consommateurs[32].

Les magazines ont été analysés sur la base d'une grille d'analyse à but principalement qualitatif bien qu'il a été intéressant de relever le nombre moyen d'articles portant sur des thématiques récurrentes, ceci nous a donné notamment une idée de la manière dont se positionnent les associations dans les espaces qu'elles investissent. Ces grilles se décomposent en trois parties principales : une partie descriptive avec les thèmes abordés et leur place dans le magazine, une partie relevant des critiques sociales et politiques portées par l'association, et enfin une troisième partie relevant des arguments experts se référant au droit, à des études scientifiques ainsi qu'aux enquêtes menées par les associations. Ce travail, fastidieux, permet entre autre de confronter les actions et les discours associatifs locaux avec les discours portés à un niveau national. Nous avons ensuite analysé les supports de communication interne en utilisant la grille précédemment décrite afin de comparer les discours tenus en externe et en interne sur les mêmes thématiques. Ceux-ci nous ont également renseignés sur le fonctionnement interne des associations enquêtées. Ces grilles d'analyse compilées représentent 300 pages dont la synthèse se trouve ici imbriquée dans l'argumentaire de notre thèse.

Enfin, les autres supports de communication produits par les associations de défense des consommateurs (sites internet, spots télévisés, émissions radiophoniques) ont fait l'objet d'une analyse plus secondaire au même titre que les articles de presse ayant pour objet les associations de défense des consommateurs.

[32] Au total ce sont 85 documents que nous avons analysés avec minutie.

4. Architecture de la thèse

Cette thèse se divise en quatre parties dont la première est subdivisée en quatre chapitres et les suivantes sont subdivisées en trois chapitres.

La première partie présente le contexte historique, institutionnel et juridique des associations étudiées. En effet, nous nous proposons une approche socio-historique (Chapitre I) des associations de défense de consommateurs que nous avons rencontrées sur le terrain qui nous permettra de saisir la manière dont elles se sont développées au fil du temps et de comprendre la singularité de leur positionnement. Il s'agira ensuite de présenter les structures associatives internationales auxquelles ces associations sont affiliées (Chapitre II). Afin de comprendre le contexte institutionnel dans lequel ces associations développent leur action, nous présenterons les principales institutions environnantes (Chapitre III). Enfin, nous poserons les principaux cadres juridiques (Chapitre IV) dans lesquels s'inscrivent ces associations de défense des consommateurs.

La deuxième partie joue un rôle transitionnel, en effet nous y présenterons des espaces (Chapitre V) dans lesquels interviennent les associations de défense des consommateurs ainsi que les répertoires d'action mobilisés (Chapitre VI). Ce qui nous permettra de questionner les fondations d'un contre-pouvoir (Chapitre VII) revendiqué par ces associations.

La troisième partie a pour objet les fonctionnements associatifs. Nous montrerons quels sont les enjeux de l'institutionnalisation des associations de défense des consommateurs (Chapitre VIII) pour saisir les ressorts de la technicisation et de la professionnalisation de l'action associative (Chapitre IX), ce qui nous amènera à questionner la porosité des frontières entre association et organisation entrepreneuriale du travail (Chapitre X).

Enfin, notre quatrième partie est consacrée aux formes d'engagement identifiées au sein des associations de défense des consommateurs. Après avoir décliné les avatars de l'engagement au sein de ces associations (Chapitre XI) nous nous focaliserons sur les

trajectoires individuelles des acteurs associatifs rencontrés (Chapitre XII) pour interroger la participation démocratique interne aux associations.

Partie 1 : LES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS MOSELLANES ET PORTEÑAS.

PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIO-HISTORIQUE, POLITIQUE ET INSTITUTIONNEL DE LEUR DEVELOPPEMENT

Introduction de la première partie

Cette première partie ambitionne de brosser un portrait des organisations de consommateurs françaises et chiliennes et du contexte historique, politique, institutionnel, et juridique dans lequel elles évoluent.

C'est pourquoi nous nous attacherons, dans un premier chapitre, à retracer les temps forts de l'histoire du mouvement de défense des consommateurs et surtout des organisations que nous avons rencontrées sur le terrain. D'un point de vue international, ce mouvement est loin d'être homogène puisqu'il compose avec plusieurs courants en son sein dont nous nous efforcerons de décrire les caractéristiques et les spécificités de chacun. Parmi ces courants nous étudierons, le courant coopératif, syndical, familial et consumériste. Pour ce chapitre nous avons tenu à séparer l'histoire des mouvements de consommateurs français et chiliens du fait que ces dernières s'articulent fortement avec l'Histoire de ces deux pays.

Le deuxième chapitre sera consacré aux organisations internationales de consommateurs auxquelles adhèrent les structures nationales regroupant les associations locales que nous avons rencontrées lors de cette recherche. Il s'agit ici d'en présenter l'historique, les positionnements politiques et stratégiques ainsi que les modes de fonctionnement. Ceci nous permettra par la suite de mieux comprendre les actions et positionnements locaux.

Dans le troisième chapitre il s'agira de présenter les principales institutions cadres des associations de consommateurs françaises et chiliennes. Nous étudierons ainsi les missions et le fonctionnement du Sernac (Servicio nacional del consumidor/Service national du consommateur), de la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) ainsi que du CNC (Conseil national de la consommation) après en avoir esquissé un bref historique.

Le dernier chapitre de cette partie est centré sur le cadre juridique des organisations de consommateurs françaises (et plus précisément mosellanes) et chiliennes. Il s'agit donc ici de retracer les points forts de la loi des associations françaises (et plus précisément mosellanes), la loi des associations chiliennes ainsi que le texte législatif spécifique aux organisations de consommateurs chiliennes.

Chapitre I: Une approche socio-historique des mouvements de consommateurs en France et au Chili

1. Le mouvement français de défense des consommateurs

Etant donné la structure actuelle des mouvements de consommateurs actuels, nous avons fait le choix de replonger dans l'histoire de chacun de ces mouvements afin d'en extraire à la fois la portée politique, les moyens d'action préconisés et leur composition sociographique. Bien que, dans cette thèse, nous avons écarté les structures propres au mouvement coopératif afin de nous concentrer sur les formes associatives du mouvement des consommateurs, force est de constater qu'on ne peut passer outre cette première forme d'organisation de consommateurs. Nous verrons ensuite comment se sont développés le mouvement syndical, familial et consumériste.

1.1. Le courant coopératif

Le mouvement coopératif est né au début du XIXème siècle dans un contexte institutionnellement défavorable puisque la Loi Le chapelier (promulguée le 14 juin 1791) interdisait tout groupement professionnel, que ce soit sous forme de corporations, de compagnonnage ou d'organisations ouvrières ou paysannes ou même de mutuelles à

but non lucratif tout en permettant les clubs patronaux, les trusts et ententes monopolistiques. Ce mouvement est largement inspiré par le Phalanstère de Charles Fourier dans le sens où les premières expériences étaient des organisations communautaires visant la prise en charge collective de la production et de la consommation[33]. C'est à la Commune de Croix-Rousse, faisant suite aux deux premières révoltes des canuts (1831 et 1834), qu'est fondée la première coopérative de consommation le 24 juin 1835, il s'agissait d'une épicerie coopérative dont les fonds provenaient de son fondateur et de souscripteurs qui étaient pour la plupart militants fouriéristes ou mutualistes. Cette expérience fut brève, secouée par une grave crise économique plongeant les ouvriers de France dans la misère[34]. C'est en 1839, que Croix-Rousse connaît une nouvelle expérience de coopérative de consommation qui s'avère plus pérenne. Cette dernière est gérée par plus de deux cents ouvriers et vend des produits de première nécessité. L'expérience s'étend en France. Lille voit naître en 1851 l'Humanité, une coopérative regroupant mille cinq cent familles gérant une boulangerie et une boucherie[35]. Ces expériences sont vivement encouragées par la Première Internationale de 1864 et par l'Association internationale des travailleurs (AIT), qui voient en elles un outil puissant d'émancipation des travailleurs par eux-mêmes[36].

L'Etat (par le biais des maires) et le patronat ne peut alors se tenir à l'écart de ce qui est désormais un instrument de lutte ouvrière finançant la contestation sociale et diffusant la propagande. C'est pourquoi les maires et le patronat développent leurs propres coopératives dont le but principal, après celui de mettre à mal les coopératives ouvrières, est la transmission des valeurs bourgeoises. Ces coopératives ont trouvé une assise institutionnelle grâce à la loi de juillet 1867 sur le capital variable qui offre un cadre législatif favorable à ces dernières, marginalisant ainsi les initiatives ouvrières en la matière. Les rapports entre les pouvoirs publics et les coopératives se sont ensuite développés, rendus plus visibles pendant les périodes de crise économique et sociale[37].

---

[33] DUBUISSON-QUELLIER S., *La consommation engagée*, Paris, Editions Sciences Po. Les Presses, coll.: "contester", 2009.p20.
[34] ROLLAND P., *La coopérative, une autre façon d'entreprendre*, Paris, Editions SCOPEDIT, 2001.
[35] DUBUISSON-QUELLIER S., *ibid*., p21.
[36] Tout comme le seront, plus tard, les bourses du travail à partir des années 1880, partant d'une structuration similaire à ces coopératives ouvrières. RAPPE D., *La bourse du travail de Lyon. Une structure ouvrière entre services sociaux et révolution sociale,* Lyon, Edition Atelier de création libertaire, 2004.
[37] DUBUISSON-QUELLIER S., *op.cit.,* p24.

Le mouvement coopératif est ici envisagé comme étant la première forme d'organisation des consommateurs en France. Aussi, bien que nous ne nous soyons pas centrés sur ce type d'organisation encore existante en France comme au Chili, connaître ses fondements nous permet d'envisager l'héritage, notamment ouvrier, de ces organisations par l'histoire du mouvement des coopératives de consommation et de comprendre l'entrée de ces dernières dans les institutions étatiques.

1.2. Le courant syndical de défense des consommateurs

Afin de mieux comprendre l'origine des associations de consommateurs s'inscrivant au sein du mouvement syndical, il convient ici d'effectuer un détour sur l'histoire des organisations syndicales créatrices d'associations de consommateurs que nous avons rencontrées sur le terrain, à savoir la CGT (pour INDECOSA) et la CFDT (pour ASSECO). Nous ne prétendons pas ici à l'exhaustivité mais nous tentons humblement de relever les moments forts de ces organisations afin de mieux comprendre le contexte dans lequel ont émergés ces structures associatives. Nous verrons par la suite que bien que ces associations se soient récemment structurées, la question de la consommation, de son accès et des droits des consommateurs au sein du mouvement syndical a précédé cette structuration officielle.

1.2.1. La Confédération générale du travail

La CGT est fondée en 1895 à Limoges, elle revendique son orientation syndicaliste révolutionnaire qui domine le mouvement ouvrier jusqu'à la première guerre mondiale (1914-1918). Pendant la grande guerre, la direction de la CGT ainsi qu'un grand nombre de militants rejoignent "l'Union sacrée" des Français de toutes les classes confondues face à l'Allemagne. C'est au lendemain de ce conflit mondial que des mouvements de grève et de contestation sociale se propagent pour effleurer, en 1920, la grève générale insurrectionnelle, objectif de la CGT qui se solde par un échec. La CGT

est alors au sommet de sa force et compte un million d'adhérents. Cependant, l'échec de cette grève signe le début du déclin de la CGT qui se divise. En effet, le conflit latent entre les syndicalistes réformistes et les syndicalistes révolutionnaires conduit à une première scission, ces derniers créent en 1921 la CGTU (U comme unitaire). La CGTU devient très vite l'organe syndical du PCF ce qui provoqua en 1926 une nouvelle scission donnant naissant à la CGT-SR (syndicaliste révolutionnaire), cette dernière, très minoritaire, se verra interdite en 1939. La division de la CGT eut notamment pour conséquence la recrudescence de syndicats autonomes et non confédérés se basant sur des lutte corporatistes[38].

La montée des idéologies fascistes et nationales socialistes en Europe conjuguées à l'enlisement de la France dans la crise économique ainsi que le durcissement de l'État, conduisent la CGT et la CGTU à faire un appel unitaire à la grève générale en février 1934. Le processus de réunification est amorcé, celui-ci prend effet au congrès de Toulouse de 1936 et sera suivi, deux mois plus tard, de la victoire du Front Populaire (dont les deux CGT avaient participé à la construction) aux élections. Cette réunification donne un nouveau souffle au mouvement ouvrier qui multiplie les grèves et les occupations d'usines. La CGT atteint le paroxysme de sa force en 1937 avec près de quatre millions d'adhérents. Cependant, force est de constater que cette réunification n'est pas sans tension puisque les conflits de tendances éclatent, d'abord à propos de l'intervention ou la non-intervention dans la guerre civile espagnole (1936-1939), le premier procès de Moscou fait aussi débat, ensuite la "pause" dans les réformes menées par le Front populaire, les accords de Munich et enfin la grève générale de novembre 1938 qui se solde par un échec. Un an plus tard, la France entre en guerre, la CGT se voit dissoute en novembre 1940[39].

---

[38]Nous nous sommes appuyés ici sur l'analyse historique produite par Daniel Colson sur les premières scissions qu'a connu la CGT, dans COLSON D., «La crise du syndicalisme révolutionnaire en France et l'émergence du phénomène communiste» in ANTONIOLI M., COLOMBO E., COLSON D., DE JONG R., ENCKELL M., MADRID F., MINTZ F., PELLETIER P., PORTIS L., VENZA C., *De l'histoire du mouvement ouvrier révolutionnaire. Actes du colloque international "Pour un autre futur"*, Paris, Ed. CNT-RP, 2001, pp. 247-266.

[39] DREYFUS M., *Histoire de la C.G.T. Cent ans de syndicalisme en France*., Paris, Editions Complexe, coll. : « question au XX^{ème} siècle », 1995.

Pendant la seconde guerre mondiale, beaucoup de cégétistes s'activent clandestinement au sein des réseaux de résistance au nazisme tandis que d'autres rejoignent les rangs pétainistes. La CGT reprend ses activités officielles au sortir de la guerre et affiche des liens étroits avec le PCF devenant, pour reprendre l'expression de Michel Dreyfus[40], "la fille aînée du Parti communiste français". Cette emprise du PCF sur la CGT conduit à une nouvelle scission qui donne naissance en 1948 à la CGT-FO (Force ouvrière). Pendant la guerre froide (1947-1990), la CGT se positionne en faveur de la défense du bloc soviétique, seul moyen pour elle d'organiser en France, pays capitaliste, la lutte contre l'État et le patronat notamment pour l'émancipation des peuples colonisés et pour la paix. Les grèves de 1968 marquent un tournant pour la CGT qui affiche une méfiance vis-à-vis d'un mouvement qu'elle n'a pas déclenché et qui se trouve, pour la première fois, dépossédée de son historique position monopolistique au sein du mouvement syndical. En 1972, la CGT participe à l'élaboration du Programme commun et au soutien de la gauche aux élections tendant à se rapprocher des autres organisations syndicales, ceci a des effets bénéfiques conduisant à l'adhésion de 70 000 salariés, effets de moyenne portée car la recomposition politique qui se joue suite à la mort de Georges Pompidou en 1974 dévoile une perte de vitesse de la sympathie populaire pour le PCF au profit du PS qui se rapproche de la CFDT. Tenant compte de ce recentrage de la CFDT, la CGT tente de se distancier à la fin des années 1970 du PCF. Le déclin du nombre d'ouvriers causé par la désindustrialisation est alors peu favorable au développement de la CGT dont les rapports avec la CFDT se tendent à nouveau, entre autre, pendant les mouvements sociaux générés par la fermeture des mines et de la sidérurgie en Lorraine. La CGT soutient le gouvernement Mauroy (1981-1983) et se fait partenaire de la gauche au pouvoir jusqu'en 1985 où elle retrouve sa position d'opposante répondant à une hausse du mécontentement vis-à-vis des politiques menées[41].

[40] DREYFUS M. *Ibid.,* p.338.
[41] DREYFUS M., *ibid.*

Depuis, la CGT pâtit particulièrement de la crise du syndicalisme[42], le compte-rendu de la trésorerie lors du dernier Congrès confédéral national (2009) enregistre environ 640 000 adhérents. Ce déclin douloureux est à lier à de multiples facteurs tels que la tertiarisation de la masse laborieuse, l'institutionnalisation des syndicats, la perte du projet de société amorcée notamment par la chute du mur de Berlin.

1.2.2. L'association pour l'Information et la défense des consommateurs salariés-CGT

Bien que la création de l'association pour l'Information et la défense des consommateurs salariés (INDECOSA-CGT) affiliée à la confédération date de 1979. Les préoccupations de la CGT liées aux questions de consommations sont bien plus anciennes. En effet, c'est après la seconde guerre mondiale que la CGT place l'accès à la consommation comme objet central et fédérateur, chose qui n'est pas sans lien avec le contexte politico-économique. Cette période est marquée par un fort antagonisme entre ceux pour qui la priorité était la modernisation des équipements de production et ceux pour qui l'urgence résidait en la production en quantité suffisante de biens à la consommation. Cette divergence en ce qui concerne les priorités économiques du pays se cristallise dans les discours de la SFIO, et d'autre part, ceux du PCF et de la CGT. La SFIO est alors partisane d'une modernisation de l'appareil de production afin de permettre le développement rapide des industries de biens d'équipement. Cela sous-tend que les conséquences de cette politique économique sur la consommation ne seraient visibles qu'à long terme. Quant au PCF et sa "fille aînée", la priorité est fixée sur le lancement rapide de la production de produits consommables sans nier l'importante nécessité de moderniser l'appareil productif. Cette politique économique mise en avant

[42] Rappelons que moins de 10% de la population active en France est aujourd'hui syndiquée et que le nombre de syndiqués est divisé par quatre par rapport à l'après guerre. AMOSSE T, PIGNONI M;-T., "La transformation du paysage syndical depuis 1945", *Données sociales. La société française.,* Paris, INSEE, 2006.

par le PCF et la CGT s'appuie sur les revendications des travailleurs qui mettent en exergue « *les besoins les plus manifestes* »[43].

INDECOSA-CGT affiche à sa création la volonté de mobiliser autour de la protection des consommateurs, de l'environnement et du cadre de vie tout en liant les différents rapports sociaux qui agissent sur le quotidien des consommateurs salariés. Elle se démarque des autres associations de consommateurs alors existantes par son ancrage identitaire de classe, son discours critique vis-à-vis de la valorisation de la libre concurrence et par son orientation qui consiste à mettre en avant l'action collective plutôt que la défense individuelle qui n'est pas pour autant absente de ses prérogatives[44]. INDECOSA-CGT participe, dans ces perspectives, aux diverses instances nationales et locales de la consommation et soutient les actions pour la défense du service public de la consommation et pour le renforcement de la DGCCRF (Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes) où les syndicats CGT sont fortement implantés. Son origine est également à lier avec l'obligation légale de se constituer en association de consommateurs agréée, tout comme FO crée en 1976 l'Association force ouvrière consommateurs (AFOC), pour pouvoir participer à ces instances où pouvoirs publics et organisations reconnues représentatives des consommateurs traitent les questions liées à la consommation et au cadre de vie. Aujourd'hui, elle connaît un développement inégal au sein des Unions départementales de la CGT et compte 280 associations locales[45].

1.2.3. La Confédération française démocratique du travail

La Confédération française démocratique du travail (CFDT) est née d'une scission au sein de la Confédération française des travailleurs chrétiens (CFTC) le 6

[43] Nous prenons ici appui sur la thèse doctorale de Jean-Yves Trépos qui y esquisse une histoire sociale du mouvement des consommateurs. TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctorat de Sociologie, Université de Lille, 1982.
[44] "Première assemblée générale d'INDECOSA-CGT", *Le Peuple*, Mars 1983.
[45] «Les associations qui vous défendent. Le guide des associations de consommateurs», Supplément au n° 410 de 60 Millions de consommateurs, novembre 2006 .

novembre 1964. Cette scission est générée par la remise en cause de l'obédiance chrétienne de la CFTC. La volonté de laïcisation du syndicat est le fruit d'un débat initié dans les années 1950 par les syndicats des Métaux, de la Chimie ainsi que le Syndicat général de l'éducation nationale (SGEN). Ce débat devient central au sein de la confédération dans les années soixante pour aboutir en 1964 à l'adoption, par 70,11% des mandatés, des nouveaux statuts de la confédération, passant ainsi de CFTC à CFDT. Les opposants à ces profonds changements, précédemment regroupés au sein de l'Association des groupes d'études économiques, sociales et syndicales d'inspiration chrétienne (AGESSIC) et représentant un peu plus de 10% des mandatés au congrès confédéral, décident de maintenir l'activité de la CFTC[46].

Bien que les syndicats confédérés participent à des luttes locales dès le début de l'année 1968, c'est cependant le mois de Mai qui donne à la CFDT l'occasion d'occuper une place privilégiée dans le mouvement social. Le 3 mai, les étudiants organisés au sein de l'Union des étudiants de France (UNEF) appellent les centrales syndicales à soutenir le mouvement social qui se propage alors au sein des universités. Le scepticisme de la CGT à l'égard d'un mouvement étudiant jugé éloigné des préoccupations ouvrières renforce la position au sein du mouvement social d'une CFDT affichant un soutien aux étudiants en lutte.

La convergence des luttes de 1968 et la remise en cause des structures sociales sclérosantes conduisent la CFDT, au début des années soixante dix, à réformer l'organisation démocratique de la confédération[47] ainsi qu'à proposer des perspectives alternatives de luttes syndicales. La CFDT se déclare alors favorable à un projet de société socialiste autogérée[48] ce qui implique un réel changement de pratiques syndicales traditionnelles. En effet, l'autogestion des luttes par la mise en place de comités de grève (composés de l'ensemble des travailleurs grévistes) et de mandatés révocables par le comité constitue un dépassement de la bureaucratie syndicale par la

[46] BRANCIARD M., *Histoire de la CFDT. Soixante-dix ans d'action syndicale*, Paris, Editions La découverte, coll.: "textes à l'appui/ série histoire contemporaine", 1990.
[47] TIXIER P.E., *Mutation ou déclin du syndicalisme? Le cas de la CFDT*., Paris, PUF, 1992.
[48] Selon Pierre Rosanvallon, le projet socialiste autogestionnaire vise à la fois à la socialisation des moyens de production par ceux et celles qui produisent et à la réduction du rôle de l'Etat qui, au lieu de tenir un rôle de garant de l'ordre économique et social, deviendrait un régulateur social. ROSANVALLON P., *L'âge de l'autogestion.*, Paris, Le Seuil, coll.: « politique », 1976., pp.46-47.

base des travailleurs[49]. De même, il s'agit aussi de combattre les hiérarchies en remettant en cause les écarts salariaux tout en insistant sur la participation des salariés aux instances démocratiques des entreprises. Dès1973, le congrès confédéral pointe du doigt ce type de pratiques laissant pour minoritaires les partisans de la souveraineté des assemblées de travailleurs dans l'organisation des luttes et des négociations. La position majoritaire est celle d'une mise en avant du rôle éminent du syndicat dans l'impulsion et la coordination des luttes afin de contrer une tendance révolutionnaire, minoritaire et considérée comme discréditante agissant au sein de la CFDT[50].

C'est en 1979, suite aux élections législatives de 1978 donnant un score défavorable à la gauche, que la CFDT prend un nouveau tournant de son histoire: le recentrage. En effet, le congrès de Brest, et notamment, le bureau national, interrogent profondément les modalités d'action de la CFDT en mettant en exergue les potentielles limites qu'induiraient des postures de dénonciations globales et que l'action syndicale devrait se centrer davantage sur les préoccupations quotidiennes au sein des entreprises en valorisant la négociation comme mode d'action à part entière. Cette prise de position majoritaire ne fait pourtant pas l'unanimité, les tenants d'une lutte contre le pouvoir central et le capitalisme projettent des conséquences démobilisatrices pour les travailleurs. Mais cette critique est reléguée à une minorité agissante au sein de la CFDT dont la tendance d'extrême gauche fait l'objet de vives controverses qui amènent le bureau national à remettre en cause le fonctionnement démocratique en tendance au sein de la CFDT dès le congrès de 1976. Alors que la CFDT connaît un réel essor entre 1970 et 1977 comptant une augmentation de 22% des adhésions, elle connaît de 1977 à 1981 une baisse des adhésions de 12% qui est sans doute autant en lien avec les orientations nouvellement prises par cette dernière qu'avec les modifications structurelles de la société salariale[51].

En 1981, lors des élections présidentielles, malgré la constante mise en avant de son autonomie syndicale par rapport aux partis politiques, la CFDT appelle à voter pour le Parti socialiste (PS). Une fois les élections remportées par François Mitterrand, cette dernière présente une liste de revendications qui se veut échelonnée temporellement. Le

[49] TIXIER P.E., *op.cit.*, p288.
[50] BRANCIARD M., *op.cit.*
[51] BRANCIARD M., *op.cit.*

bureau national de la CFDT va jusqu'à saluer, lors du congrès de Metz en 1982, l'obtention des acquis sociaux résultant de l'alliance de l'action syndicale et gouvernementale. L'année suivante, c'est une relation plutôt conflictuelle qu'elle entretient avec le gouvernement notamment sur la mise en place du nouveau plan censé faire face à une série d'échecs de la politique gouvernementale. Nous retiendrons de cette période une forme de continuité du recentrage effectué en 1979. Ceci est notamment marqué par la volonté d'adapter le syndicalisme à une société dont les idées révolutionnaires ne font plus école en abandonnant son projet de société socialiste autogérée et s'orientant vers une stratégie de développement basée sur le syndicalisme d'adhérent, ce qui n'est pas sans créer des conflits internes.

Aujourd'hui, la CFDT compte plus de 800 000 adhérents[52]. Elle s'ancre dans son rôle de négociatrice auprès du gouvernement et du patronat en privilégiant la concertation en tant que modalité d'action syndicale.

1.2.4. L'Association études et consommation – CFDT

L'Association études et consommation (ASSECO - CFDT) est créée en 1981 bien que, tout comme au sein de la CGT, les préoccupations de la CFDT concernant la consommation et le cadre de vie soient bien antérieures à la date de création de l'association qui lui est affiliée. En effet, nous pouvons constater que ces axes de lutte ont été pleinement discutés lors du congrès de la CFDT en 1973. Le congrès interroge alors le type de croissance généré par le système capitaliste appréhendé comme étant nuisible au cadre de vie des travailleurs et le développement de la consommation individuelle pour mettre en avant un modèle de consommation plus collectif. Elle critique vivement, et ce depuis 1968, la société de consommation qui brouille les rapports de classe sans pour autant les annuler. C'est la raison pour laquelle, en 1969-1970 elle quitte les commissions d'élaboration du 6ème plan. Ces critiques donne lieu à la création d'une commission confédérale « cadre de vie » qui se donne pour objectif de

[52] Selon la page internet de la CFDT: http://www.cfdt.fr/rewrite/article/25931/qui-sommes-nous/nos-chiffres/evolution-du-nombre-des-adherents/nos-adherents.htm?idRubrique=9091, consultée le 13/05/2011.

relever les éléments nuisibles au cadre de vie de la population et de les ériger en axes de lutte. Dès 1971, la commission insiste sur la dégradation des conditions de vie des habitants en zone urbaine en mettant en cause l'urbanisation intensive visant à concentrer un maximum de travailleurs et de consommateurs sur un même territoire. De même, elle va s'engager conjointement à la CGT, au PCF et au PS pour l'amélioration des transports publics. Par la suite, dès 1974 et 1975, elle se positionne contre le programme nucléaire en exigeant une analyse des besoins en énergie destinée à être diffusée auprès de la population pour que puisse avoir lieu un véritable débat sur la question. Bien qu'elle soit largement saluée lors du congrès de 1973, la commission « cadre de vie » rencontre quelques limites dans son action que le bureau national justifie par le risque causé par la dispersion de l'action syndicale en dehors de l'entreprise[53].

En tant qu'association pour l'information et la défense des consommateurs, ASSECO est créée pour être, au sein de la CFDT, un outil d'expertise et d'étude de la consommation par une activité de veille sur les questions de consommation et par la facilitation de l'intégration de ces dernières au sein de l'action syndicale. C'est dans cette perspective que l'association fournit un soutien technique aux comités d'entreprise, aux syndicats et militants CFDT ainsi qu'aux adhérents d'ASSECO non-adhérents à la CFDT dans les dossiers de litiges liés à la consommation. Comme beaucoup d'associations de consommateurs généralistes, elle intègre dans ses axes d'intervention les questions liées au logement, à l'environnement, la santé, le surendettement ainsi que la qualité et la sécurité des biens et services de consommation. Elle participe également aux instances de concertation nationales et locales (là où elle est implantée) liées à la consommation afin de représenter les consommateurs. ASSECO-CFDT connaît, à l'instar d'INDECOSA-CGT, un développement variable mais beaucoup plus restreint puisque l'association compte, en 2006, 28 associations locales[54].

[53] BRANCIARD M., *op.cit.*, pp.265-268.
[54] 60 millions de consommateurs*, op.cit.*

1.3. Le courant familial de défense des consommateurs

Le mouvement familial (ou familialisme) voit le jour en tant que groupe de pression à la fin du XIXème siècle. Ses fondements natalistes et moralistes en font, à sa création, un mouvement ancré dans les valeurs traditionnelles (voire traditionalistes) et imprégné du modèle construit par le catholicisme social, ce qui peut encore aujourd'hui se lire dans les actions et les discours menés par les associations s'inscrivant dans cette lignée. Il est à distinguer de ce qu'on appelle le familialisme d'Etat qui produit les politiques familiales depuis la III^{ème} République mais dont les acteurs se confondent parfois[55]. Ce mouvement est mobilisé sur des terrains très variés touchant la vie quotidienne des familles, c'est dans cette perspective qu'il trouve sa place dans les mouvements de défense des consommateurs. Nous tenterons ici de relever les temps forts traversés par ce mouvement pour, ensuite, retracer dans ses grandes lignes l'histoire de l'association Famille de France que nous avons rencontrée lors de notre travail de terrain.

1.3.1. Le familialisme

Le familialisme est né d'associations traditionalistes plaçant la famille comme valeur centrale et principal outil de cohésion nationale telles que la Ligue populaire des pères et mères de familles nombreuses ou encore la Ligue pour la vie[56]. Ce mouvement d'origine bourgeoise s'est construit en réaction à la capacité de mobilisation et d'organisation d'une classe ouvrière paupérisée[57].

[55] LENOIR R., « Politique familiale et mode de gestion technocratique », in DUBOIS V., DULONG D., *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'action publique.*, Strasbourg, Ed. Presses universitaires de Strasbourg, coll.: « Sociologie politique européenne », 1999.
[56] CHAUVIERE M., « Enjeux de la néo-familialisation de l'Etat social », Actes du colloque international: Etat et régulation sociale. Comment penser la cohérence de l'intervention publique?, Paris, Septembre 2006.
[57] LENOIR R., « Transformations du familialisme et reconversions morales », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol.59, septembre 1985, pp. 3-47.

La déclaration des droits de la famille en 1920 ainsi que le code de la famille de 1939 constituent des acquis des associations familialistes alors inquiètes du faible taux de natalité parallèlement à la montée en puissance de l'Allemagne face à la France ainsi que, pour la fraction la plus traditionaliste et bourgeoise du mouvement, de la déchéance morale généralisée[58]. Ces deux textes confèrent aux associations familialistes un rôle d'interlocuteur représentatif des familles auprès des pouvoirs publics. Cette période est marquée par la volonté des familialistes, de développer un modèle familial hétéropatriarcal fondé sur des principes moraux chrétiens par la propagande et l'éducation tout en portant assistance[59] aux familles. De 1940 à 1944, le régime de Vichy fait siennes les valeurs portées par ce mouvement dont une majeure partie souscrit aux discours de Pétain, voyant en lui l'incarnation de la fin de la lutte des classes.

Au lendemain de la seconde guerre mondiale, la lutte pour le « salaire familial » qui consolide le mouvement familial qui se positionne alors face au patronat au côté des familles de travailleurs. S'ensuit l'ordonnance de 1945 qui octroie l'indépendance et le pluralisme aux associations familiales. Aussi, l'Union nationale des associations familiales (UNAF) voit le jour la même année[60]. Deux associations, toujours actives aujourd'hui, voient le jour: l'Association familiale rurale (AFR) fondée en 1944 et la Fédération des familles de France (FFF) fondée en 1947, elles adoptent toutes deux pour fondement la promotion des valeurs morales inspirées par l'Église catholique et imprégnée de l'idéologie paternaliste mise en exergue par Léon XIII dans *Rerum Novarum*[61] en cohérence avec l'origine traditionnelle du mouvement familial.

Les années cinquante marquent le début du déclin de l'aura familialiste dans les politiques familiales. Ce déclin qui s'accentue dans les années soixante s'objective par la mise à l'écart du pouvoir des dirigeants des associations familiales[62]. Dans les années soixante et soixante-dix, les luttes sociales, et plus singulièrement, les luttes de

[58] LENOIR R., *Ibidem.*
[59] Dans la droite lignée de la charité chrétienne où l'assistance matérielle s'accompagne d'un encadrement moral des personnes assistées, comme l'explique aisément Robert Castel dans CASTEL R., *Les métamorphoses de la question sociale*., Paris, Ed. Gallimard, coll.: « Folio », 1999.
[60] LENOIR R., *op.cit.*, 1985.
[61] L'encyclique *Rerum Novarum* (les nouvelles choses en latin) est publié en1891 par le Pape Léon XIII. Il y définit la doctrine sociale de l'Eglise catholique en dénonçant et condamnant les excès du capitalisme et la misère dans laquelle vit alors la classe ouvrière. Ce texte est rédigé face à la montée de la question sociale et encourage vivement le syndicalisme chrétien et le catholicisme sociale.
[62] LENOIR R., *op.cit.* , 1985.

libération sexuelle incarnées par les Mouvements de libération des femmes (MLF) entament une transformation des moeurs par la remise en cause de l'ordre patriarcal notamment par la maîtrise nouvelle des femmes de leur fécondité grâce à l'accès à la contraception et grâce à la légalisation de l'Interruption volontaire de grossesse (IVG) par la loi Veil[63]. Ces changements sociaux qui modifient le modèle familial dominant, obligent le mouvement familial à se positionner craignant que les familles ne s'éloignent trop de l'idéologie familialiste. Ainsi, réfractaires dans leur ensemble aux révoltes (notamment de mai 1968), les composantes du mouvement familial considèrent qu'elles sont dues à une autorité parentale globalement amoindrie pointant du doigt la société de consommation. De même, lors des débats portant sur l'IVG, les composantes du mouvement familialiste rejettent la légalisation d'une IVG totalement libre et prise en charge par la Sécurité sociale et se déclare plus enclin à sa pratique *a minima* pour motif de détresse.

Dans les années quatre-vingt, partant d'une volonté de développer, sur de nouvelles bases, le mouvement familial de plus en plus déconnecté des réalités vécues par les familles, l'UNAF tient dans son discours à souligner l'hétérogénéité de la composition politique et sociologique du mouvement familial[64]. Bien que gardant à bien des égards une analyse conservatrice de la société, les mouvements progressistes au sein des associations familiales gagnent du terrain, notamment depuis 1996. Date à laquelle est élu à la présidence de l'UNAF, un représentant de la Confédération syndicale des familles (CSF). Aujourd'hui nous pouvons observer deux tendances au sein du mouvement familial.

1.3.2. Familles de France

La Fédération des associations Familles de France se donne pour dessein dès sa création en 1947, de défendre le pouvoir d'achat des familles nombreuses. C'est en ce sens que l'association participe dans les années cinquante et soixante aux actions liées

[63] La loi Veil est promulguée en 1975 mais n'est totalement votée qu'en 1979-80.
[64] LENOIR R., « Groupes de pression et groupes consensuels », Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 64, n°1, 1986, pp.30-39.

aux questions de logement, notamment contre le logement insalubre, pour la prise en compte des charges familiales et l'instauration d'une aide au logement, ainsi qu'aux questions d'encadrement périscolaire des enfants. C'est en 1975, que la Fédération Familles de France obtient l'agrément d'association de consommateurs qui lui permet d'investir les instances de concertation liées aux questions de consommation et de cadre de vie. Aussi, elle affiche comme objectif la défense des intérêts matériels des familles, et plus particulièrement des consommateurs « fragiles » tant au sein de ces instances de concertation avec les pouvoirs publics qu'en cas de litiges particuliers. De même, elle vise également l'éducation des consommateurs par le biais de campagnes d'information sur le développement durable, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, le secteur financier, les risques domestiques, la nutrition, la santé, et les loisirs[65]. Il nous paraît important cependant de souligner, afin de ne pas donner une image trop éloignée des réalités de la fédération, que l'activité de Familles de France liée aux questions de consommation ne représentent qu'une part infime de l'activité globale de cette structure et que cette dernière inscrit, encore aujourd'hui, son action principale dans le cadre traditionnel des associations familialistes.

Aujourd'hui la Fédération française de Familles de France connaît une implantation assez forte. En effet, elle compte 90 000 familles adhérentes, 420 associations locales et 80 antennes départementales[66]. Ceci dit, elle reste peu connue pour son activité de défense des consommateurs, il se peut donc que certains de ses adhérents, adhèrent également à d'autres organisations de défense de consommateurs.

1.4. Le courant consumériste

Nous prenons ici appui sur l'esquisse de l'histoire sociale du Mouvement de défense des consommateurs proposée par Jean-Yves Trépos[67]. Le consumérisme se définit comme un mouvement regroupant des consommateurs qui mobilisent un ensemble de valeurs au sein d'actions collectives pour éviter les fraudes et les abus dans

[65] 60 millions de consommateurs*, op.cit.*
[66] 60 millions de consommateurs*, op.cit.*
[67] TREPOS J.-Y., *op.cit.*, 1982.

les relations de consommation ainsi que pour créer de nouvelles protections pour les consommateurs en construisant un rapport de force avec les professionnels (industriels, commerciaux) et les pouvoirs publics[68]. Le consumérisme est apparu en France entre la fin du XIX^{ème} siècle et le début du XX^{ème} siècle de par l'existence des ligues d'acheteuses, de consommateurs et d'usagers et d'un journal *Le Consommateur*. En 1927 est créée la Confédération générale de la consommation, d'une courte durée de vie (elle se dissout en 1929) elle met en exergue le souhait d'un consumérisme de masse et unifié. Ce n'est cependant qu'après la seconde guerre mondiale que le consumérisme connaît sa consécration[69].

Ici, nous tenterons de tracer dans les grandes lignes l'histoire des deux principales organisations relevant du courant consumériste que nous avons rencontrées lors de notre étude empirique: la confédération de la Consommation, logement et cadre de vie (CLCV) et l'Union fédérale des consommateurs - Que choisir? (UFC-QC).

1.5.1. Consommation, logement et cadre de vie (CLCV)

La CLCV a pour particularité principale d'avoir traverser trois différents courants d'organisations de consommateurs. En effet, cette dernière est passée du courant familial, à sa création où elle se nommait Confédération nationale des associations populaires familiales (CNAPF), au courant syndical en se renommant Confédération syndical du cadre de vie (CSCV) pour finir par s'inscrire au sein du mouvement consumériste en se renommant Consommation, logement et cadre de vie (CLCV).

C'est en 1952 que la première assemblée générale constituante de la CNAPF donne pour objectif à la structure de confédérer différentes associations populaires déjà actives au niveau local. Ces associations gravitent alors autour du Mouvement de libération ouvrière (MLO) fondé en 1951 qui trouve ses origines au sein du mouvement

[68] ENRIQUE ALONSO L., « Consumo y ciudadania », *revista Pueblos n°29*, Madrid, 2007.
[69] MORALES LA MURA Q., *Technicisme ou militantisme? Mutations du travail associatif dans les associations de consommateurs en France et au Chili*., Metz, Mémoire de Sociologie pour l'obtention du Master « Formation, travail espace politique et social », 2006.

de libération du peuple (MLP) créé en 1950 qui est lui même originaire du Mouvement populaire des familles (MPF) dont la création date de 1941. Le contexte historique dans lequel est créée la CNAPF est celui du deuxième plan de modernisation, en pleine reconstruction suite à la seconde guerre mondiale. Aussi, partant du constat d'une construction de logement jugée trop lente et inadaptée aux besoins des populations et d'un faible pouvoir d'achat pour les familles de classes populaires, la CNAPF siège au sein des Commissions du plan afin de défendre le droit au logement et le relèvement des allocations familiales devenant ainsi interlocutrice des pouvoirs publics. Parallèlement, elle s'engage dans des actions de terrain à l'instar des comités logement auxquels elle participe et dont l'action consiste à réquisitionner et occuper des logements vides dans les grandes agglomérations, ce qui donne lieu en 1956 à la loi sur la trêve hivernale interdisant les expulsions en hiver. De même, elle organise des achats collectifs d'équipements ménagers que les adhérents utilisent collectivement ainsi que des ateliers de réparations de véhicules dans le but d'améliorer le cadre de vie des familles populaires par l'accès facilité à ces biens et services tout en se plaçant en dehors d'une simple relation marchande ainsi que des achats groupés de biens de première nécessité. On voit apparaître aussi à cette époque les premiers centres aérés et départs en vacances organisés par la CNAPF. D'autres campagnes nationales marquent les débuts de la CNAPF telles que l'augmentation de 12% des allocations familiales dès 1952, le droit à la santé des familles et des mères ou encore les problèmes liés à la scolarité tels que les conditions de vie à l'école, le coût de la scolarité et revendique l'extension de l'école maternelle. En 1957, elle poursuit son combat pour le logement en revendiquant un droit de regard sur la gestion des loyers et des charges ainsi que l'amélioration de l'environnement des quartiers. En 1959, elle organise un grand débat confédéral sur la consommation et pour l'information des consommateurs[70].

Les années soixante voient le développement du crédit qui vient modifier les rapports de consommation ainsi que l'époque de construction des grands ensembles. Aussi, voit-on apparaître les premiers conseils de résidents qui s'associeront au sein des APF. Ces années se caractérisent par la multiplication de campagnes contre la hausse

[70] POTTIER R., HOUDEVILLE L, LEDUC Y., MADER R.C., ROSSO F., CHOSSON A. (sous la responsabilité du bureau confédéral de la CSCV), *CSCV 1952-1992. 40 ans d'action par les consommateurs*, Paris, supplément à Cadre de Vie n° 78, pp1-40.

des prix et le crédit mal maîtrisés ainsi que des actions sur la qualité de l'eau. Parallèlement aux mouvements sociaux de mai 1968, la CNAPF donne une tonalité plus qualitative à ses revendications mettant en avant la définition d'un « nouvel art de vivre » qui comprendrait la participation des usagers aux décisions les concernant. Elle appelle les consommateurs à plus de réflexivité dans leur consommation par le slogan « ne rien acheter les yeux fermés »[71].

Le premier choc pétrolier de 1973 entraîne un début de récession économique et l'accentuation de l'inflation. Contexte économique qui favorise une intensification des actions menées par la CNAPF notamment dans les zones urbaines sensibles à l'exemple de la rénovation de quartiers par les habitants eux-mêmes. En 1975, la CNAPF obtient l'agrément d'association nationale de défense des consommateurs. Forte de ce statut, elle poursuit ses actions contre la hausse des prix et fait la promotion d'un projet de société autogestionnaire[72].

En 1976, la CNAPF devient la CSCV, elle efface sa référence familiale pour mettre en lumière son action syndicale en direction des exploités au travail et en dehors dans leur rôle d'usagers et de consommateurs. Cet abandon de l'aspect familial ne faisant pas l'unanimité, les partisans du courant familial scissionnent pour fonder la Confédération nationale des associations populaires familiales syndicales (CNAPFS). Le premier congrès ordinaire de la CSCV en 1978 élargit le champ de lutte aux problèmes liés à la justice, aux impôts locaux, à l'augmentation des charges, au tout nucléaire et pour les énergies renouvelables, le recyclage des ordures ménagères, la transparence des tarifications. En 1983, la possibilité d'élire des représentants dans les conseils d'administration des Offices publics HLM et des OPAC constitue une brèche dans laquelle la CSCV ne manque pas de s'engouffrer puisqu'elle y obtient une centaine d'élus. Malgré cela, à la fin des années quatre-vingt elle connaît des difficultés liées aux manques de financements. Difficultés qu'elle parvient à dépasser, forte de la capacité de mobilisation de ses militants et de ses structures. La fin des années quatre-vingt rime avec l'aggravation du taux de chômage et le surendettement des particuliers. Le congrès de 1988 appelle à la construction d'un grand mouvement d'usagers-consommateurs

[71] *Ibidem*, pp. 41-66.
[72] *Ibidem*, pp.67-68.

solidaires et responsables dont le but est de permettre aux usagers-consommateurs de devenir acteurs de leur consommation. Les objectifs de lutte définis sont la lutte contre l'exclusion, pour l'information des consommateurs. En 1990, la CSCV adhère au Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) ce qui accentue sa volonté d'ouvrir son champ d'action au niveau européen par sa participation à des initiatives communes notamment avec des organisations luxembourgeoises et italiennes[73].

En 1991, un congrès extraordinaire est organisé dans le but d'une refonte des statuts afin que ces derniers soient plus adaptés aux réalités militantes locales. Ainsi, les syndicats locaux qui composaient la CSCV sont renommés associations ou unions locales, ceci intègre une stratégie de développement basée sur le champ associatif ce qui permet d'intégrer certaines associations déjà existantes tout en créant des associations spécialisées. Ce changement organisationnel va amorcer une réflexion quant au changement de toute la structure confédérale. Le congrès ordinaire de 1992 se déroule à Lloret del Mar (Catalogne espagnole) et précise les grandes orientations de la CSCV se positionnant comme un contre-pouvoir pour le développement de la démocratie au quotidien par la participation des consommateurs aux prises de décisions les concernant, par l'obtention d'un aménagement du territoire dans l'intérêt de tous et par l'organisation des solidarités[74]. Consciente des implications de la mondialisation sur la consommation et les cadres de vie, la CSCV prend la mesure de la nécessité de rejoindre une organisation internationale dépassant les frontières européennes, c'est ainsi qu'elle adhère en 1994 à Consumers international. Ces thématiques de luttes prioritaires sont alors les problèmes de surendettement et de sécurité alimentaire concernant, entre autres, les organismes génétiquement modifiés (OGM) et la crise de la vache folle. Ces questions sanitaires ont justifié l'intensification des actions « éco-citoyennes » visant le développement durable[75]. En 1997, elle est agréée en tant qu'association éducative complémentaire à l'enseignement public ce qui lui permet de développer ses dispositifs de soutien scolaire.

[73] *Ibidem*, pp. 68-120.
[74] *Ibidem*, pp 121-167.
[75] « 1952-2002 : 50 ans de consommation citoyenne », (brochure), Paris, CLCV: Consommation logement et cadre de vie, 2002.

En 1998, dans le prolongement des transformations structurelles débutées en 1991, la CSCV devient CLCV (Consommation, logement et cadre de vie) s'inscrivant ainsi pleinement dans le courant consumériste. Les premières actions menées en tant que CLCV sont principalement informatives et destinées aux consommateurs sur le passage du franc à l'euro et ses conséquences sur la consommation. Le début des années 2000 se caractérise par la volonté affichée de professionnaliser la CLCV et par une forte implication au congrès de Consumers international. Elle entend construire un rapport de force international entre consommateurs et multinationales[76]. Le congrès de 2004 est l'occasion pour la CLCV de revendiquer la transformation des modes de production, de distribution et de consommation qui seraient centrés sur l'humain et l'écologie. Elle milite par la suite, au côté de l'UFC-QC en faveur de l'action de groupe en justice, proposition ardemment combattue par les entreprises. En 2007, la CLCV bénéficie de l'agrément d'association représentant les usagers dans les instances hospitalières ou de santé publique, ce qui élargit une nouvelle fois son champ d'intervention [77].

Aujourd'hui, la CLCV est l'une des plus importantes associations de consommateurs puisqu'elle compte quatre cents associations locales et départementales, environ trente milles membres actifs et environ huit cents mille adhérents [78].

1.5.2. L'Union fédérale des consommateurs - Que Choisir? (UFC-QC)

L'Union fédérale de la consommation (UFC) est la première appellation de l'association UFC (Union fédérale des consommateurs) - QC, notamment connue pour ces publications de comparatifs de prix. À l'origine (1951), il s'agit d'une initiative portée par une poignée de hauts fonctionnaire du Ministère de l'Economie Nationale, de représentants syndicaux ainsi que d'associations familiales. Dès sa création, l'UFC revendique une indépendance totale des partis politiques et des syndicats se positionnant dans le champ des associations de consommateurs comme une association d'experts des

[76] *Ibidem.*
[77] « L'éco-consommation en marche. Rapport d'activité 2004-2008 », 23ème congrès CLCV: Consommation, logement et cadre de vie, novembre 2008.
[78] 60 millions de consommateurs, *op.cit.*

questions liées à la consommation. L'idée initiale de ces experts est de construire un outil d'information efficace pour les consommateurs sur les prix, les fraudes, les réglementations, le droit, les jurisprudences, et la qualité des produits afin d'instituer un contre-pouvoir aux professionnels. C'est ainsi qu'elle publie son bulletin d'information, des classements et notations de produits ainsi que les brochures « Savoir acheter ». Très tôt, elle utilise les médias pour diffuser massivement ces informations. En effet, en 1957 elle anime une émission quotidienne de radio sur les ondes parisiennes. Émission qui sera très vite (1959) diffusée dans d'autres grandes villes françaises[79].

L'association se développe et lance en 1961 son premier magasine « Que choisir? » que nous connaissons aujourd'hui encore puisqu'il fait partie intégrante de notre matériau empirique. Au sommaire de ce premier numéro de seize pages, une présentation de la « méthode des essais comparatifs », puis des essais sur deux produits: des détergents et des balles de tennis, suivis d'un article sur la « coopération internationale » des essais comparatifs, un questionnaire à destination des lecteurs visant à connaître les produits dont les essais comparatifs pourraient les intéresser, pour finir par la présentation de luffa et de ces autres publications. Il s'agit ici de mettre en avant une certaine forme de scientificité dans ce qui constitue la plus grande partie de la publication, les essais comparatifs, et ce afin de gagner en légitimité[80].

Forte du succès de sa publication et d'une notoriété conquise, l'UFC s'investit dans la création du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) en 1962. Comme pour beaucoup d'associations, mai 1968 marque un nouveau tournant dans la structure de l'UFC. En effet, les représentants des institutions qui en sont à l'origine, quittent l'UFC qui met l'accent sur son indépendance face à la création de l'Institut national de la consommation par l'État[81].

Les années se suivent et les campagnes se succèdent certaines plus victorieuses que d'autres à l'instar de la carte de France des plages les plus polluées publiée pour la première fois en 1970 qui donnera lieu en 1975 à la publication par les pouvoirs publics des résultats d'analyse des eaux de mer. Un an plus tard, ce sont des colorants

[79] « 50 ans d'indépendance », *Que Choisir?*, n°388, décembre 2001.
[80] *Que Choisir?*, n°1, décembre 1961.
[81] *Que Choisir?*, *op.cit.*, 2001.

alimentaires qui se voient interdits à la vente sous la pression d'associations dont l'UFC. Autre campagne victorieuse menée par l'UFC en 1976, celle dénonçant la présence d'amiante (déjà envisagée comme potentiellement cancérigène) dans le vin après avoir été convoquée au tribunal, elle obtient gain de cause en 1980 et les pouvoirs publics interdisent l'utilisation des filtres d'amiante. En 1980, l'UFC est traduite devant le tribunal et condamnée pour avoir appelé au boycott du veau aux hormones, ce qui produit un effet plutôt positif dans le sens où la campagne meut une partie des consommateurs qui suit le mot d'ordre. Autre fait marquant de l'histoire de l'UFC lié à une question de santé publique, il s'agit de la catastrophe nucléaire de Tchernobyl en 1986 et de ses conséquences sur le continent européen. Tandis que les pouvoirs publics, relayés par les médias de masse, assurent que le nuage radioactif en provenance de Tchernobyl n'a pas passé les frontières françaises, l'UFC passe en 1987 la France au compteur Geiger et relève un taux de radioactivité anormale. Un numéro spécial sera consacré à la question, dénonçant ainsi le mensonge d'Etat[82].

Les années 1990 voient l'accélération des scandales sanitaires donnant l'occasion à l'UFC de se positionner. Parmi ces derniers, nous retiendrons les OGM, la vache folle, ou encore l'épidémie de listeria. En 1994, l'UFC devient l'Union fédérale des consommateurs – Que choisir ?[83]. Selon nous, ce changement de nom apportant plus de clarté sur le lien entre le magazine (bien connu du grand public) et l'association permet au passage l'appropriation de la structure par les consommateurs, il s'agit là de se montrer représentatif des consommateurs. Les années 2000 sont marquées par le combat contre les conséquences du passage à l'euro sur les prix mais aussi sur les pratiques de fixation des tarifs des professionnels du secteur des Nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Depuis 2005, elle milite avec la CLCV pour la possibilité de mener une action de groupe en justice [84].

Aujourd'hui UFC-QC compte 172 associations locales et 110 000 adhérents, elle accueille au sein de ses 300 locaux plusieurs centaines de milliers de consommateurs et traite près de 100 000 litiges par an, s'appuyant sur chaque litige pour en extraire une source d'informations intéressantes sur les pratiques des professionnels afin de les

[82] *Ibidem.*
[83] *Ibidem.*
[84] 60 millions de consommateurs, *op.cit.*

mettre à jour notamment par le biais du magazine Que Choisir?. Bien que sa stratégie de développement soit basée sur l'expertise par le suivi de litiges et les publications au sein du magazine, l'UFC-QC ne délaisse pas le champ de la représentation. En effet, elle siège en tant que représentante des consommateurs, au sein de plusieurs instances locales, régionales, nationales et internationales.

2. Le mouvement chilien de défense des consommateurs

Avant toute chose, il nous paraît important de souligner que nous avons dû faire face à une difficulté notable quant à la présentation historique du mouvement des consommateurs chilien. Celle-ci se caractérise par un manque de littérature chilienne portant sur sa propre histoire du mouvement des consommateurs. En effet, bien qu'il existe des analyses sociologiques et juridiques de ce mouvement ainsi que des écrits de l'histoire du mouvement international ou états-uniens des consommateurs produits par des universitaires chiliens, force est de constater que très rares sont les publications portant sur la genèse de ce mouvement au Chili. Rares sont aussi les sites internet des structures les plus importantes qui relaient leur propre histoire.

Au vu des associations agréées par le Servicio national del consumidor / Service national du consommateur (Sernac), nous notons que l'ensemble du mouvement chilien de défense des consommateurs s'inscrit aujourd'hui au sein du courant consumériste dont le modèle de mobilisation est semblable somme toute à celui précédemment exposé dans le cas français. Le Chili connaît également une longue histoire de mouvements coopératifs et notamment de coopératives de consommation. Néanmoins, celles-ci ne sont pas reconnues (par le Sernac) et ne se reconnaissent pas elles-mêmes comme courant s'inscrivant dans le mouvement des consommateurs, nous les avons donc écartées de fait de notre étude. Il faut cependant reconnaître que le mouvement coopératif chilien a sans doute alimenté certaines pratiques observées au sein des associations de consommateurs. Nous tenterons cependant d'esquisser, à partir de nos lectures de l'analyse des archives des associations rencontrées, ainsi que les entretiens

effectués, l'histoire chilienne du consumérisme pour ensuite mettre à jour l'histoire des associations rencontrées sur le terrain.

2.1. Histoire chilienne du consumérisme

L'histoire chilienne du mouvement consumériste trouve sa source au début des années soixante. Impulsés par la formation d'une structure internationale des consommateurs nommée IOCU (Organisation internationale des unions de consommateurs, qui devient Consumers International en 1995), les groupes de consommateurs alors informels s'officialisent en structure associative. Les caractéristiques sociodémographiques de ces groupes nous indiquent qu'il s'agit à l'origine d'un mouvement des classes moyennes chiliennes dont l'activité salariale permettraient l'accès à une consommation d'un modèle équivalent à celui des pays européens ou nord-américains[85].

La première association de consommateurs Chilienne voit le jour en 1960 dans un contexte particulier. En effet, en mai 1960, le sud du Chili (de Concepción à Puerto Montt) est secoué par un tremblement de terre d'une extrême violence (9,5 sur l'échelle de Richter) suivi d'un Tsunami. La reconstruction et le soutien aux victimes sont longs, coûteux et inégalement répartis. Nous sommes sous la présidence de Jorge Alessandri Rodriguez (1958-1964) dont les réformes économiques libérales connaissent, bien avant la catastrophe naturelle, une forte impopularité[86]. C'est donc dans ce contexte qu'est fondée la Asociación de Defensa del Consumidor / Association de défense des consommateurs, à l'initiative d'Armando Alonso Vial (médecin) et Jorge Délano Frederick (Prix national de journalisme) dans le but de défendre les consommateurs face aux entreprises marchandes et de services et de construire une loi plus favorable aux consommateurs. Cette association est légalement succédée à la fin des années soixante par la Asociación para la Defensa y Planificación de la Economia Familiar / Association

[85] ZAMORANO VAREA P., « Movimientos de consumidores en Chile. Entre la novedad y el reciclaje », *Revista de Estudios Hist^{o}ricos*, vol.5, n°1, 2006.
[86] Notamment le gel des rémunérations du secteur public qui déclenche une série de mouvements sociaux.

pour la défense et la planification de l'économie familiale[87]. Nous pouvons estimer de par l'appellation de cette association que l'association bien qu'initialement consumériste a traversé un courant plus familialiste en cette période[88.]

Autre association de consommateurs chilienne à caractère historique, l'Odecu[89] (Organizacion de consumidores/ Organisation de consommateurs). Elle trouve son origine sous l'appellation « ACHICO » (Asociación Chilena de Consumidores / l'Association chilienne des consommateurs) fondée en 1985, en pleine dictature fasciste du Général Augusto Pinochet. Cette dictature, impulsée par la CIA (Central Intelligence Agency) craignant que le Chili de Salvador Allende ne socialise les mines de cuivre exploitées alors par des compagnies états-uniennes, se révèle être un véritable laboratoire pour certains économistes états-uniens (les dénommés Chicago Boys) testant ainsi l'application de l'idéologie néo-libérale. Les années de dictature pinochétistes (1973-1989) se caractérisent alors par la privatisation de nombreux secteurs d'activités, et par une libération du marché proportionnelle à la restriction des libertés individuelles et collectives. L'adoption de la constitution de 1980 est présentée comme une transition démocratique pendant laquelle certains groupes politiques entrent à nouveau dans la légalité, permettant une sortie par le haut à la junte militaire. C'est dans ce contexte qu'est fondée l'ACHICO dont le dessein principal est de faire respecter la libre concurrence du marché dans l'intérêt du consommateur. Elle ne présente pas une remise en cause du pouvoir économique grandissant, ni du pouvoir militaire, ce qui a permis sa création et son lent développement. En 1990, soit à la fin du régime militaire, l'ACHICO devient l'Odecu l'association de consommateurs dont la structure est la plus importante puisqu'elle est implantée dans neuf régions chiliennes (le Chili compte 13 régions)[90]. L'orientation stratégique de développement associatif s'inscrit clairement dans une démarche de professionnalisation en mettant en avant la formation des bénévoles sur les questions de droit du consommateur et l'expertise de son équipe de

[87] MORALES LA MURA Q., *op.cit.*, 2006.
[88] Nous ne trouvons cependant aucune trace de courant similaire ou d'appellation similaire dans les listes d'associations agréées par le Sernac.
[89] Bien que nous n'avons pu rencontrer cette structure car absente du paysage associatif porteño (pour des raisons que nous ignorons), nous ne pouvons faire l'économie de l'histoire de cette organisation historique du mouvement consumériste chilien qui est aujourd'hui une des plus importante numériquement (avec CONADECUS dont nous raconterons l'histoire plus tard) et qui a traversé l'histoire de ce mouvement au Chili.
[90] ORTEGA OBREQUE D., « Organizaciones de consumidores: el desafío presente de convertirse en sujeto », Para una sociologia del consumo, Santiago, Julio 2001.

salariés ainsi que leur forte participation aux instances de concertation. Ces choix stratégiques sont remis en cause par une fraction de l'association qui décide, quelques années plus tard, de scissionner pour créer CONACCION qui refuse à la fois la mainmise de l'Etat sur leur action et de participer à des actions considérées par ses membres comme infécondes telles que les séminaires et forums organisés par les pouvoirs publics[91].

Dès le début des années 1990, on note un développement des organisations de consommateurs encouragé par la chute du régime militaire et dictatorial. Ce développement s'explique à la fois par la possibilité légale de s'organiser et de s'exprimer ainsi que par une prise de conscience de la capacité des consommateurs à construire un rapport de force face aux professionnels habitués, durant les années de terreur, à avoir les mains libres dans une société néo-libérale où le pouvoir économique est preponderant[92]. Ce développement se caractérise par la multiplication d'organisations de consommateurs agréées par le Sernac. En 2006 elles sont au nombre de 27 à être présentes, bien qu'inégalement, dans toutes les régions du Chili[93]. Néanmoins, la chute de la dictature a laissé des traces, parmi elles le néo-libéralisme et l'individualisme forgés par des années de silence et de suspicion à l'égard d'autrui, ceci constitue à la fois le leitmotiv de développement de ces organisations et leur principal frein.

Cette restructuration du paysage associatif chilien a permis le développement historiquement récent des associations de consommateurs en dehors de la région métropolitaine (la région de Santiago). En conséquence, parmi les acteurs associatifs rencontrés nous avons pu interroger certains fondateurs des associations de consommateurs.

[91] ZAMORANO VAREA P., *op cit*.
[92] SALAZAR G., *Historia contemporanea de Chile. Tomo I*., Santiago, LOM ediciones, 1999.
[93] ZAMORANO VAREA P., *op.cit.*

2.2. Participa-Asociación de consumidores (Participa-AC)[94]

Participa–AC a pour particularité d'être une très jeune association. En effet, cette dernière est fondée à Valaparaíso en fin 2004 par un groupe de cinq personnes dont les liens affinitaires datent de leur passage à l'université de droit et d'économie. La réforme de 2004 de la loi du consommateur promulguée en 1997 incite au développement d'organisations de la société civile promouvant la protection et la défense des consommateurs. Ceci a été l'élément motivant la création d'une structure associative, les cinq membres à l'origine de l'association se décident donc à faire connaître cette dernière auprès de leurs voisins, clients, amis, dans le but de construire des projets associatifs pouvant donner lieu à des subventions du Sernac. L'association réunit en 2005, année d'activation officielle de Participa-AC, une vingtaine d'adhérents.

A Valparaiso, l'activité principale de l'association est le conseil juridique ainsi que la défense des consommateurs en cas de litiges. Ponctuellement, s'ajoute à cette activité, des formations sur le droit et les devoirs des consommateurs, sous forme de cycles de conférences, dispensées dans les collèges et les lycées porteños. Le principal but exposé est celui d'éduquer les consommateurs et de briser l'isolement en cas de conflit avec un producteur, artisan ou commerçant. Bien que ne se revendiquant pas d'un type de mouvement particulier, nous aurions tendance, au vu de ses pratiques, à catégoriser Participa-AC dans le giron du mouvement consumériste. En 2007, lors de notre rencontre sur le terrain, certains des membres fondateurs étaient partis dans le nord du Chili, d'autres dans le sud, seul l'un d'entre eux est resté à Valparaíso. Cela n'empêche pas le développement de l'association qui compte alors 35 adhérents.

2.3. Asociación de consumidores de Valparaíso (ADECOVAL)

En 1990, le Sernac sollicite des représentants de poblaciones pour impulser la création d'associations de consommateurs dont les actions seraient complémentaires à

[94] Nous nous appuyons ici sur l'entretien mené en 2007 auprès du Président de Participa-AC.

celles du Sernac. C'est dans ce contexte qu'ADECOVAL voit le jour en février 1992 comptant alors 56 adhérents venus s'enregistrer au Sernac et obtient le statut de personnalité juridique en 1993. Dès sa création, l'association compte se développer en faisant appel aux organisations de voisinage, communautaires et syndicales afin qu'elles fassent connaître l'existence d'une nouvelle structure associative à leurs adhérents et militants respectifs. Elle se donne pour objectifs premiers d'organiser les consommateurs afin qu'ils puissent défendre leurs droits et de tenter d'équilibrer la relation (inégale) entre consommateurs et professionnels par la diffusion d'informations et par l'éducation des consommateurs[95].

Après sa date de création et de reconnaissance juridique, nous retenons 1997 comme année phare dans l'histoire d'ADECOVAL. En effet, cette année est marquée par deux événements majeurs venant renforcer l'action de l'association. D'une part, il s'agit de la promulgation de la loi de défense du consommateur « Ley 19.496 » très attendue par les associations de consommateurs telles qu'ADECOVAL qui ont participé par des débats publics à l'élaboration de celle-ci. Cette loi précise les contours de la protection juridique des consommateurs et des recours possibles autant qu'elle donne un net encadrement légal aux associations de consommateurs et à leur possibilité d'action. D'autre part, ADECOVAL participe cette même année à l'assemblée générale constituante du Consejo nacional de consumidores y usuarios / Conseil national de consommateurs et usagers (CONADECUS) dont la base structurelle est composée d'associations de consommateurs implantées dans toutes les régions du Chili et dont le but est d'amener une certaine cohérence dans les discours et actions associatives des organisations de consommateurs se coordonnant en son sein au niveau national. ADECOVAL adhère de suite à cette structure tout comme elle adhère à Consumers international.

Les actions associatives d'ADECOVAL s'articulent autour de trois ambitions clairement affichées. La première, il s'agit alors de promouvoir les droits et obligations légales des consommateurs par un système de veille juridique sur ces questions, par la participation des adhérents à des séminaires et des forums et en incitant fortement les médias de masse à communiquer sur ces questions. L'association insiste sur l'apport

[95] ADECOVAL, « De la defensa del consumidor », comunicado de prensa, 1997.

éducatif que l'association doit pouvoir apporter aux consommateurs que ce soit par des interventions dans les établissements scolaires ou par des événements spécifiques organisés par l'association. La seconde ambition est l'amélioration de la qualité de vie des adhérents et des consommateurs de manière générale par la participation à des instances de concertation avec les institutions publiques et privées. La troisième ambition est de construire des formes de solidarité pour une société plus humaine par des actions collectivement menées avec d'autres organisations associatives ou syndicales, des rencontres festives ou encore par la mise en place de réseaux de consommateurs pour des achats groupés[96]. En 2007, lors de notre rencontre avec les membres d'ADECOVAL, l'association compte 84 adhérents.

Recourir (même humblement) à une approche socio-historique des mouvements français et chiliens de consommateurs nous permet de mieux comprendre le développement ainsi que les orientations politiques, stratégiques et techniques des associations que nous avons rencontrées pour cette recherche. Nous apprenons ainsi que, bien qu'existant ci et là sous des formes diverses dès la fin du XIX° siècle, l'essor international (notamment dans les pays occidentaux et industrialisés) de ce mouvement, caractérisé par la multiplication accélérée de structures associatives s'y rattachant dans divers pays du globe, peut se dater au début des années soixante. En effet, ce phénomène est fortement lié à l'avènement de la société de consommation[97] et à l'extension mondialisé de ce modèle de société dans un monde globalisé[98]. C'est en réponse à cette configuration internationale de la société de consommation que ce sont construites des organisations coordonnant des associations de consommateurs à un niveau international.

[96] ADECOVAL, « presentacion de la asociacion de consumidores de Valparaiso », 1993.
[97] Cette expression quelque peu galvaudée appelle à plus de précision. Aussi, nous nous appuyons ici sur la définition que Jean Baudrillard donne de la société de consommation: « Il y a aujourd'hui autour de nous une espèce d'évidence fantastique de la consommation et de l'abondance, constituée par la multiplication des objets, des services, des biens matériels, et qui constitue une sorte de mutation fondamentale dans l'écologie de l'espèce humaine. » BAUDRILLARD J., *La société de consommation*, Editions Denoël, coll.: « folio essais », 2008 (1986).
[98] DE LUCAS A., ORTI A. « La sociedad de consumo en la tradicion del pensamiento de izquierda », resumen de la ponencia « En los limites del desarollo capitalista: multifrenia consumista y crisis de civilizacion en el modelo de globalizacion financiera », VIII Congreso de la FES, Alicante, 2004.

Chapitre II : Présentation des organisations internationales de consommateurs

1. Consumers International[99]

Consumers International (CI) est une organisation à caractère international groupant en son sein des associations de consommateurs s'inscrivant dans le mouvement consumériste ainsi que, pour certains pays, des organismes publics à destination des consommateurs. Trois des associations rencontrées sur le terrain en sont membres telles que la CLCV, UFC-QC, et ADECOVAL par son adhésion à CONADECUS. Après avoir esquissé l'historique de cette organisation internationale, nous déclinerons ces objectifs ainsi que son fonctionnement général.

1.1. Son historique

CI est créée en 1960 par cinq des dix-sept associations participant à la première conférence internationale des dirigeants d'associations de consommateurs organisée à La Haye, elle est alors nommée « International organization consumers unions »

[99] Ici, nous nous sommes fortement appuyés sur les informations tirées du site de Consumers international : http://www.consumersinternational.org.

(Organisation internationale des unions de consommateurs, IOCU). Les cinq organisations fondatrices de l'IOCU partent du constat que l'accès à la consommation des masses dans certains pays européens et aux Etats-Unis implique la nécessité d'une prise de conscience de la part des consommateurs qui sont à la merci des professionnels et se donne pour objectif de réveiller les consciences par une meilleure information des consommateurs. Ainsi, les années suivant la création de cette structure internationale, les organisations tentent de mutualiser les outils d'enquête et font paraître un premier bulletin international. En 1968, l'assemblée générale de l'IOCU modifie son bureau passant le pouvoir décisionnel des membres fondateurs aux ayants droit de vote et augmente les cotisations.

Ces décisions permettent d'accélérer le développement de l'organisation grâce à des moyens financiers revus à la hausse. Les années soixante-dix voient l'adhésion de plusieurs organisations asiatiques de consommateurs qui forment alors un bureau de la région asiatique de l'IOCU. La création de ce bureau marque un tournant dans l'organisation surtout développée dans les pays industrialisés européens et nord-américains. Cela permet à l'IOCU de renforcer et légitimer son positionnement quant à la question sociale et aux inégalités entre pays riches et pauvres dans les rapports de consommation. Le bureau de la région asiatique impulse de nouvelles formes de mobilisation prenant pour cible les multinationales par la mise en place de réseaux où l'IOCU se positionne en tant que leader.

En 1985, le conseil de l'Organisation des nations unies (ONU) adopte un texte essentiel pour le mouvement des consommateurs ; *United Nations Guidelines on Consumer Protection* (Lignes directrices des Nations Unies pour la protection du consommateur). Cet événement renforce la légitimité d'IOCU qui se félicite de la réussite de plus de dix ans de campagne. Les années quatre-vingt sont aussi marquées par l'élargissement du champ géographique d'intervention de l'IOCU à l'Amérique latine dès le début de la dite décennie et au continent africain à la fin de celle-ci.

En 1995 est créée l'Organisation mondiale du commerce (OMC) avec laquelle l'IOCU entame une relation de négociations constantes. La même année, l'IOCU change de nom pour s'appeler Consumers international. L'organisation maintient son expansion géographique et intensifie son développement notamment par la tenue de

congrès internationaux des consommateurs organisés dans les pays où l'implantation de l'organisation est récente tels que le Chili en 1997 ou encore l'Afrique du Sud en 2000.

Aujourd'hui, CI fédère plus de 230 associations de 115 pays différents[100], elle est devenue incontournable dans le paysage consumériste à l'échelle internationale. Les objectifs fixés par son plan stratégique pour 2007-2011[101] sont de mener des campagnes visibles et devenir les porte-paroles de l'ensemble des consommateurs, devenir un organisme de veille et de contrôle des multinationales et développer le mouvement consumériste à l'internationale en soutenant la création d'organisations de consommateurs à travers le monde.

1.2. Orientations stratégiques et politiques

Comme précisé dans l'historique, Consumers international s'est créée en réaction à la globalisation de la société de consommation notamment dans les pays riches et industrialisés, il s'agissait alors de mutualiser les outils pour former un contre-pouvoir face aux industriels et autres professionnels. Les revendications globales de CI sont aujourd'hui les mêmes qu'à sa création ; à savoir le droit à la sécurité des produits, le droit à l'information des consommateurs, et plus récemment, le développement durable[102]. Afin de mettre en exergue les orientations stratégiques et politiques de CI, nous décrirons ici les différentes thématiques dans lesquelles s'inscrivent ces campagnes ainsi que le répertoire d'action le plus fréquemment mobilisé pour les faire valoir.

Consumers international recouvrant un champ géographique très large puisqu'implantée dans beaucoup de zones terrestres, il lui faut trouver une cohérence entre les revendications locales portées par les organisations de consommateurs qui lui sont affiliées. Ainsi, afin de coordonner chaque membre (organisation), le bureau de CI met en place des campagnes thématiques et incite les organisations locales affiliées à les

[100] Consumers International, « CI pamphlet », Fort Worth, (version française publiée grâce au soutien de Consumers Union, USA), 2011.
[101] Consumers International, « plan estratégico para 2007-2011 », 2007.
[102] *Ibidem.*

répercuter localement ce qui permet une cohésion et une interdépendance entre les organisations affiliées. Ces campagnes sont, selon nous, de véritables vitrines des orientations de CI. Aussi, sans vouloir en faire une liste exhaustive qui regrouperait la promotion du droit des consommateurs (très générale) et l'organisation de la journée mondiale des consommateurs en passant par la défense des droits d'auteurs, nous centrerons notre analyse sur trois campagnes qui nous paraissent significatives de l'orientation politique de Consumers international.

La première vise à combattre le surendettement des consommateurs et usagers des services bancaires. Elle prône l'éducation des consommateurs à l'usage des services financiers, notamment par le lancement d'une campagne télévisée en Malésie (2009), renseignant le consommateur sur les moyens de faire face aux dettes et la manière de monter un plan financier. Depuis 2008, force est de constater que cette campagne se centre beaucoup sur la crise financière (appelée crise des subprimes) et ses conséquences. Ainsi, CI dénonce la surprotection conférée aux banques au mépris de la protection des consommateurs rendus coupables d'une crise financière du fait de leur surendettement. Aussi, elle réclame une meilleure transparence quant à l'attribution des crédits qui devraient désormais faire l'objet d'une réflexion éthique par les organismes de prêt. L'organisation appelle à ce que les services financiers et les Etats censés les réguler cessent les spéculations imprudentes. Elle revendique aussi une séparation entre les banques de services et les banques d'investissement boursier. Notons que pour CI, la protection des consommateurs passe par une régulation du capitalisme financier en y injectant des valeurs éthiques, il ne s'agit pas là de remettre en cause ce dernier.

Campagne d'égale envergure à celle précédemment citée est celle prenant pour point de critique le changement climatique, la raréfaction des matières premières et des ressources énergétiques. Ainsi, CI est favorable à la mise en place d'informations généralisées des consommateurs sur la dépense énergétique à l'achat de bien ou l'utilisation de services (transports) par la notation de ces derniers. Elle défend l'accès à l'énergie en tant que droit fondamental par des revendications de répartition équitable de l'énergie par le développement de réseaux publics ou privés, de développement des « énergies durables », de flexibilité en terme de paiement, de contractualisation des relations entre entreprises et consommateurs, de possibilité de représentation des

consommateurs aux sein d'instances de concertation et de développement d'aides spécifiques pour les consommateurs pauvres. De même, concernant les autres sphères de production, CI fait la promotion du développement durable, dans un souci de défense de la qualité des biens consommables et de la pérennité de leur accès.

La troisième campagne qui nous semble refléter les orientations de CI concerne la responsabilité sociale des entreprises. Il s'agit de pousser les gouvernements et les entreprises à adopter des normes sociales et environnementales et par la mise en place d'évaluation de la qualité des produits et des conditions de productions par des organismes indépendants des Etats et des entreprises. Ainsi, CI joue son rôle de groupe de pression au sein du comité de pilotage du Ethical trade fact-finding process (processus d'établissement des productions concernant le commerce équitable, ETFP). Le rôle de l'EFTP est d'établir une codification des conditions de production des produits du commerce équitable afin d'éviter toute appellation mensongère et d'inciter à la consommation de ces produits par l'acquisition de la confiance des consommateurs[103]. Pour CI, le développement de la consommation de produits éthiques seraient une voie obligeant les entreprises, et notamment les multinationales, à moraliser leurs modes de production.

Nous retenons que pour mettre en place ces campagnes CI mobilise un répertoire d'actions[104] assez variées. En effet, celui-ci comprend des actions informatives destinées directement aux consommateurs par les médias de masse (presse écrite, télévision, radios etc…) des affichages sur la voie publique, ou la distribution de fascicules dans les locaux des associations affiliées. Des sessions de formation des dirigeants associatifs des organisations affiliées sous forme de forums internationaux ou de congrès sont également des actions fréquemment organisées par CI. Des interventions au sein des organismes internationaux (ONU, OMC) en faveur des campagnes et pour pondérer la position dominante des multinationales et les négociations avec ces dernières font également partie du répertoire d'action de CI.

[103] ETFP, « Assurer la confiance du consommateur dans le commerce éthique », résumé de l'ETFP, septembre, 2010.
[104] TILLY C., *La France conteste. De 1600 à nos jours*, Fayard, Coll. Espace du politique, Paris, 1986.

1.3. Son fonctionnement[105]

Selon les statuts de CI, toute organisation agissant en faveur de la défense du droit des consommateurs faisant la preuve de son indépendance de tout intérêt financier et politique est en principe autorisée à adhérer à Consumers International. Néanmoins, l'adhésion est conditionnée par une procédure qui doit être suivie par les associations. Ainsi, elles devront constituer un dossier de demande d'adhésion à destination du bureau de CI comprenant une copie des statuts, du récépissé de déclaration de l'association, le compte-rendu du budget annuel ainsi que les diverses publications. Si le bureau ne voit pas d'objection majeure, il consulte les organisations du pays d'origine des demandes d'adhésion d'ores et déjà affiliées à CI avant de prononcer un avis favorable ou défavorable. Ce n'est qu'après validation du Conseil d'administration que l'association peut adhérer. Nous notons qu'une telle procédure est loin d'être anodine, elle permet avant tout de trier les organisations qui seraient trop éloignées des orientations politiques et/ou stratégiques de Consumers International ainsi que de renforcer l'autorité de CI par une procédure bureaucratique apparentée à celles d'organismes publics ou privés.

La structuration organisationnelle de Consumers International se décompose en quatre entités principales que sont L'Assemblée générale, le Conseil d'administration, ainsi qu'une équipe de direction composée de salariés. Semblable à beaucoup d'associations nationales et locales à une échelle plus modeste, cette structuration a pour but de mettre en lien les 230 organisations associatives.

L'Assemblée générale réunit quant à elle les dirigeants de l'ensemble des associations adhérentes à Consumers International tous les quatre ans. Son rôle principal est de définir les orientations générales de l'organisation. Il s'agit aussi d'un espace dans lequel les dirigeants associatifs exposent les bilans des actions menées au sein de leurs propres structures pour lancer des perspectives communes. En outre, c'est aussi la seule instance pouvant valider la modification des statuts.

[105] Nous nous sommes appuyé ici sur les statuts de Consumers international : Consumers International, Constitution of Consumers International as amended 1 November 2007, Sydney, 2007.

Le Conseil d'administration est composé de quatorze membres dont le président, ils sont élus par l'assemblée générale pour quatre ans sans limite de renouvellement de mandat, à qui s'ajoutent six membres cooptés par les élus au Conseil d'administration. Ces mandats sont d'une durée de quatre ans sans limite de renouvellement. Le Conseil d'administration se réunit au minimum (statutairement) une fois par an principalement pour définir les stratégies et les priorités que l'organisation doit mener au cours de l'année et voter le budget annuel de l'organisation.

Le bureau de Consumers international, également appelé comité exécutif, est composé de huit membres (dont le président) dont le mandat est de veiller au suivi des décisions du Conseil d'administration, il assume aussi un rôle de représentation face aux organismes publics ou privés ainsi qu'aux médias.

L'équipe de direction est composée de douze salariés dont les missions générales sont d'exécuter les décisions du CA, de conseiller le bureau, de gérer la main d'œuvre, ainsi que de coordonner et de gérer les campagnes internationales. Les expériences professionnelles et/ou associatives de ces salariés sont fortement mises en exergue par CI qui leur confère un rôle d'experts.

Consumers International est une organisation numériquement imposante qui adopte un fonctionnement hiérarchisé aux procédures codées pouvant être qualifiées comme bureaucratiques. En outre, la lecture et l'analyse des statuts de Consumers International montrent que les associations doivent apporter la preuve de leur institutionnalisation pour prétendre à l'adhésion. Du discours de ses dirigeants élus à la valorisation de l'expertise de ses salariés en passant par sa représentation auprès des instances de concertation internationales (OMC) et son statut d'observateur officiel dans des agences de l'ONU à l'instar du Conseil économique et social, Consumers International brouille les frontières entre organisation associative et organisme de protection des consommateurs.

2. Le Bureau européen des unions de consommateurs[106]

Le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC) est une organisation qui réunit en son sein des associations de consommateurs européennes afin de promouvoir le droit des consommateurs et leur protection en Europe. Il est nécessaire de noter qu'il s'agit de la seule organisation européenne à n'agir strictement que dans le domaine de la consommation. Le BEUC s'inscrit dans le mouvement consumériste et adhère à Consumers International en tant qu'association européenne et participe au Dialogue transatlantique des consommateurs (TACD). Parmi les organisations que nous avons rencontrées sur le terrain, seules l'UFC-QC et la CLCV sont adhérentes au BEUC.

2.1. Historique

En 1962, des associations de consommateurs originaires d'Allemagne, de Belgique, de France, du Luxembourg, d'Italie et des Pays-Bas formalise leur coopération en fondant le Bureau européen des unions de consommateurs. L'idée initiale est de constituer un bureau d'étude afin de démontrer les limites du Traité de Rome quant à sa non-prise en compte des consommateurs. Le dessein principal est de constituer un groupe de pression auprès des décideurs et faire ainsi face à la multiplication des lobbies industriels au sein du Parlement Européen. En cela le BEUC constitue une démarche novatrice.

Ce n'est que dix années plus tard que le sommet européen de Paris[107] pose la question de la défense communautaire du consommateur qui s'objective, en 1973, par l'intégration de cette dernière dans les programmes triennaux[108]. C'est à cette période

[106] Nous nous appuyons fortement ici sur les données collectées sur le site du BEUC : http://www.beuc.org

[107] Le sommet européen de Paris, convoqué en 1972, renforce les liens de « coopération » politique entre les pays de la future Europe des 9 (1973) afin de commencer à agir en tant qu'entité à part entière sur la scène internationale. Cf. : *Sommet de Paris, 19 au 21 octobre 1972*. Paris: Commission européenne, 1972.

[108] WHYTE F., *L'Europe à visage humain ?. Citoyenneté, Social, Consommation…*, Paris, Ed. L'Harmattan, 1994.

que le BEUC se renforce en tant que groupe de pression défendant les intérêts des consommateurs auprès des décideurs du Parlement Européen. Il s'agit alors de créer un rapport de force plus favorable aux consommateurs face aux lobbies industriels de plus en plus puissants au sein même des institutions européennes. En cela, l'implantation du BEUC à Bruxelles n'est pas anodine car force est de constater que la participation des organisations associatives à l'échelle européenne est alors (et l'est toujours) très faible en comparaison des groupes d'intérêts industriels. Cette faiblesse est due, selon Sabine Saurugger, à la fois à une moindre importance numérique des associations européennes et à la configuration de ces associations européennes, composées de plusieurs fédérations nationales, dont les intérêts et les positions politiques diffèrent grandement[109]. En effet, il nous faut considérer la haute complexité de la mise en cohérence des positionnements des fédérations nationales au sein d'une même association européenne telle que le BEUC pour comprendre que la coordination ou l'accord politique entre les différentes associations européennes sont plutôt improbables[110]. Or les décisions politiques prises à l'échelle européenne sont de plus en plus nombreuses et s'étendent progressivement à d'importants pans de la vie économique, sociale et politique des Etats fédérés au sein de l'Union européenne (UE) ce qui rend la présence et le lobbying d'autant plus nécessaire pour une organisation comme le BEUC.

Aujourd'hui, le BEUC est fort de 42 associations nationales de 31 pays différents. Outre son activité de lobbying pour laquelle il est inscrit dans les registres des lobbies de la Commission européenne et du Parlement européen, le BEUC se donne pour missions la formation des dirigeants des fédérations nationales ainsi que la représentation des consommateurs européens au sein des institutions européennes. C'est à ce titre qu'il siège au sein du Groupe consultatif européen des consommateurs et que des membres d'organisations adhérentes siègent au sein du groupe consultatif de la Direction générale de l'agriculture et du groupe d'experts du marché des systèmes de paiement de la Direction générale du Marché intérieur.

[109] SAURUGGER S., « Les groupes d'intérêts entre démocratie associative et mécanismes de contrôle », *Raisons politiques*, 2003/2 n° 10, pp. 151-169.
[110] WHYTE F., *op.cit*.

2.2. Orientations stratégiques et politiques

Rappelons que l'objectif essentiel du BEUC est d'équilibrer les rapports sociaux entre consommateurs et producteurs, commerçants en faisant pression pour que soit donné aux consommateurs les moyens de faire de réels choix de consommation, c'est ce que l'organisation nomme « l'émancipation des consommateurs » (sic).

C'est dans cette optique que le BEUC organise la défense du droit des consommateurs. Pour ce faire, il lui est nécessaire de rendre visible ses revendications tant par le biais des discours portés au sein des groupes de travail communautaire ou auprès des décideurs que par les médias de masse. Comme nous l'avons évoqué précédemment, la difficulté principale du BEUC réside dans le fait de trouver une ligne politique en accord avec les diverses structures nationales ou du moins une majorité d'entre elles. Pour ce faire, l'organisation définit des domaines prioritaires parmi l'ensemble des revendications portées. Il s'agit ici, selon nous, d'une stratégie permettant de donner à voir des acquis victorieux ou du moins des avancées dues aux actions menées par l'organisation qui justifieront par la suite d'autres actions pour d'autres revendications tout en gagnant en puissance. Ces domaines sont au nombre de huit et recouvrent l'ensemble du champ de la consommation : l'énergie et la durabilité, les services financiers, l'alimentation, la santé, la sécurité, les contrats de consommation, les droits numériques et l'action de groupe. Nous déclinerons les revendications et les formes que prennent les actions du BEUC dans les domaines qui nous semblent représentatifs de l'ensemble des positions prises par l'organisation dans tous ses domaines d'intervention : les services financiers, la santé et la sécurité (que nous lions) et l'action de groupe. Comme pour Consumers International, il s'agit ici de mettre en exergue les orientations politiques et stratégiques du BEUC.

Un des domaines sur lequel le BEUC a été régulièrement amené à agir est celui des services financiers, ce qui s'est intensifié depuis la crise de 2008. L'organisation dénonce dans ce contexte l'incapacité des autorités financières à prévenir la crise et protéger les consommateurs de ses conséquences. Plus largement, l'organisation pointe du doigt l'absence d'un marché intérieur (à l'Union européenne) des services financiers qui s'objective par la difficulté pour les consommateurs de souscrire à un service

bancaire dans un pays de l'UE autre que celui dans lequel ils résident ce qui met en cause le principe de concurrence. L'accent est mit sur la volonté de créer un contexte plus favorable au retour de la confiance des consommateurs à l'égard des services financiers. Pour ce faire le BEUC revendique le renforcement de la réglementation et de la supervision du marché intérieur, une législation plus claire sur les « prêts responsables », que les offres de paiement soient sécurisées et abordables, que les crédits hypothécaires soient équitables pour les consommateurs et que les exclusions financières diminuent en Europe.

Les questions de santé et notamment de l'accès des consommateurs à la santé sont également traitées par le BEUC. L'organisation déplore principalement le manque d'information officielle à destination des consommateurs concernant les traitements médicamenteux et la santé. En effet, la multiplication des sources d'informations (notamment liées à l'explosion d'internet) génère, pour les consommateurs, une confusion entre les informations médicales et commerciales. De même, le BEUC signale le manque de clarté juridique concernant la sécurité et les soins de santé. En outre, il dénonce la mise en concurrence des recherches pharmaceutiques qui bloquent, selon eux, l'innovation et rend peu accessible certains traitements à une majorité de consommateurs[111]. En conséquence, le BEUC propose la mise en ligne, par la commission européenne, d'informations à destination des consommateurs dans le domaine de la santé afin que les consommateurs puissent choisir rationnellement les médicaments, une homogénéisation et une clarification du droit européen pour l'accès aux soins de santé, et l'établissement par l'UE de normes européennes garantissant la sécurité des soins de santé. Concernant la sécurité des produits autres que ceux de santé, le BEUC démontre la faiblesse de l'Union européenne quant à sa réglementation du label CE (Communauté européenne) pour des produits dont la composition contient des substances allergènes, toxiques, cancérigènes et/ou potentiellement dangereuses pour la santé des consommateurs. Aussi, le BEUC demande à ce que soit appliquée une restriction des substances mettant en danger de manière avérée la santé des consommateurs dans les produits labellisés par l'Union européenne, que la

[111] Cette prise de position peut paraître paradoxale au regard de la valorisation d'un système concurrentiel qui serait plus favorable aux consommateurs mise en avant par le BEUC dans d'autres domaines. Cependant, il faut rappeler que la sécurité (sanitaire) des consommateurs est un des premiers objectifs du BEUC.

réglementation soit renforcée en matière de sécurité des produits consommés et que soit mis en place le principe de précaution concernant les produits potentiellement dangereux tant que leur inoffensivité n'est pas prouvée (OGM, Nanotechnologies).

Enfin, l'appel à légiférer sur l'action de groupe est une revendication motrice de ces dernières années au sein du BEUC qui l'a initié et au sein des organisations nationales et locales telles que la CLCV et l'UFC-QC. Ici, il s'agit de rendre possible une action de groupe européenne dont le principe est de regrouper des consommateurs, notamment dans des cas transfrontaliers, afin d'intenter une action groupée en justice et obtenir des dommages d'un même commerçant. Ceci aurait pour effet, selon le BEUC, de dédommager les consommateurs tout en diminuant le coût des procès, de désengorger les tribunaux et d'inciter à la consommation de produits transfrontaliers au sein du marché intérieur européen.

La lecture des positions du BEUC nous montre que ce dernier est partisan[112] d'une idéologie libérale tempérée par l'obligation, via des réglementations européennes, faite aux producteurs de garantir la sécurité des produits et aux commerçants celle de la concurrence et de la transparence des prix. Les lacunes ou défaillances des institutions européennes sur les questions de consommation sont analysées au prisme d'une économie de marché compétitive. De même, les revendications qui sont apportées intègrent systématiquement la dynamisation et la pérennisation de cette même économie.

Le répertoire d'action mobilisé est composé essentiellement du lobbying, de la représentation des consommateurs au sein des groupes de travail de la commission européenne, de la formation de dirigeants associatifs nationaux ainsi que de la mise en avant d'une critique morale. La place donnée à l'expertise au sein du BEUC est tout aussi prépondérante que la mise en avant du nombre d'adhérents pour justifier sa représentativité. En effet, la mise en exergue d'une expertise se lit au travers de la formulation des revendications qui prend la forme de préconisations précédées d'une analyse de la situation des consommateurs au sein de l'Union européenne elles-mêmes présentées sous forme de diagnostic basé sur les enquêtes menées par le BEUC. Ceci

[112] Ici le terme « partisan » est à comprendre dans son sens le plus large car le BEUC revendique son indépendance vis-à-vis des partis politiques tout comme des producteurs et commerçants.

peut s'expliquer par la nécessité du recours permanent à l'expertise au sein des groupes de travail de la Commission, véritables instances de négociations, où la technicité prime sur le politique[113].

2.3. Son fonctionnement[114]

L'affiliation au BEUC a pour particularité d'être polymorphe. En effet, cinq statuts d'affiliés y sont distingués : les membres adhérents, les membres adhérents temporaires, les correspondants, les membres effectifs et les membres effectifs temporaires. Les membres adhérents et les membres adhérents temporaires sont des associations de défense des consommateurs situées en Europe mais dont l'Etat n'est pas affilié ni à l'Union européenne ni à l'espace économique européen. Les correspondants sont des organisations européennes (appartenant ou non à l'UE et à l'Espace économique européen) dont l'objet est la défense des consommateurs dans un domaine spécifique (téléphonie mobile …). Les membres effectifs et les membres effectifs temporaires sont des associations de consommateurs situées dans les Etats membres de l'Union européenne et de l'Espace économique européen. Toutes ces organisations associatives, quelque soit leur statut, paient des cotisations au BEUC.

Tout comme Consumers International, l'affiliation au BEUC fait l'objet d'une procédure aux allures bureaucratiques, complexifiée par la multiplicité des statuts, qui se décompose en quatre étapes. La première étape est celle du dépôt des dossiers par les associations (statut, récépissé de personnalité juridique, publications, compte-rendu des actions menées) tout en indiquant le statut souhaité et qui attestent que ces dernières ont pour objet central la défense des consommateurs et la promotion de leurs droits, qu'elles sont compétente en la matière et indépendantes de toute institution publique ou privée, de tout intérêt industriel et commercial et de toute organisation politique et syndicale.

[113] BELLIER I., « Le lieu du politique, l'usage du technocrate. « Hybridation » à la Commission européenne. » in DUBOIS V., DULONG D., *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'action publique.*, Strasbourg, Ed. Presses universitaires de Strasbourg, coll.: « Sociologie politique européenne », 1999, pp. 233-253.

[114] L'analyse des statuts du BEUC nous a permis d'en présenter tout du moins son fonctionnement formel. BEUC, Statuts du BEUC. N°d'identification de l'entreprise 0422071051, ref. : X/041/2008, mis à jour le 02/09/09.

Une fois le dossier déposé (deuxième étape), ce dernier sera étudié par deux commissaires (désignés parmi les membres effectifs par l'exécutif et n'appartenant pas au même Etat que celui dont provient la demande) qui rédigeront un rapport se soldant par un avis favorable ou défavorable. La troisième étape est la présentation du dossier aux membres dont les statuts correspondent à la demande afin qu'ils puissent émettre un avis. Enfin, l'exécutif propose la demande d'affiliation à l'Assemblée générale qui statue sur l'affiliation ou non de l'association en question et qui définit son statut d'affiliée. L'exécutif peut également proposer à l'assemblée générale de changer le statut de l'organisation.

Les assemblées générales sont convoquées deux fois par an par l'exécutif et réunissent les représentants désignés par les associations affiliées au BEUC tout statut confondus mis à part les correspondants. Bien que tous ces affiliés puissent prendre la parole au sein des AG seuls les membres effectifs à jour de cotisations ont le droit de vote. L'assemblée générale a pour objectifs de voter pour l'approbation (ou désapprobation) du rapport d'activité de l'exécutif, de la trésorerie et du montant des cotisations, des projets et orientations présentés par l'exécutif, de l'affiliation (ou désaffiliation) d'une organisation ou de son changement de statut. En outre, elle élit (ou révoque) les membres de l'exécutif ainsi que le Président et le Vice-Président, de même qu'elle désigne un expert-comptable afin de vérifier les comptes annuels du BEUC.

L'exécutif, qui joue un rôle prépondérant dans la structure, est l'équivalent des Conseils d'administration au sein des associations françaises ou chiliennes. L'exécutif est composé de dix membres effectifs dont le Président et le Vice-Président, avec la possibilité pour ces derniers de coopter deux membres effectifs supplémentaires. Ils sont élus pour quatre ans sans limitation de renouvellements de mandats. Une fois l'exécutif constitué, ce dernier choisit son trésorier parmi ses membres, et désigne un directeur. C'est à l'exécutif qu'incombent les missions de représentation qu'il peut déléguer en partie au directeur. Globalement, le rôle de l'exécutif est de gérer et administrer le BEUC, de décider du niveau d'informations et de services attribué à chaque statut d'affilié, de mettre en place des groupes de travail pour chaque domaine d'intervention, ainsi que de convoquer les assemblées générales et d'y faire des propositions.

Afin d'appuyer logistiquement et techniquement l'exécutif, le BEUC dispose d'un secrétariat de 35 personnes divisées en sept départements : management, communication, formation, affaires économiques et juridiques, alimentation, santé, sécurité et environnement. Ces quatre dernières équipes sont des équipes d'experts pluridisciplinaires qui, en lien avec les experts des organisations affiliées, vont définir les campagnes menées par le BEUC. Le département « communication » quant à lui, élabore les stratégies de diffusion des campagnes.

Ce mode de fonctionnement mettant en scène un haut degré de technicité des acteurs ainsi qu'une hiérarchie très visible et des procédures codées et complexes n'est pas sans nous rappeler l'univers technocratique[115] dans lequel évolue le BEUC. A-t-il adopté ce modèle comme une évidence ou par nécessité d'adaptation au contexte d'action ?

3. Confédération des organisations familiales de l'Union européenne

Moins connue en tant qu'organisation européenne de consommateurs, la confédération des organisations familiales de l'Union européenne (Coface) regroupe les organisations de l'Union européenne s'inscrivant dans le mouvement familial. Les questions liées à la consommation sont considérées comme faisant partie intégrante des préoccupations familiales mais ne sont pas l'objet central de la structure associative. Parmi les associations de consommateurs rencontrées sur le terrain, seule Famille de France en est membre.

[115] DUBOIS V., DULONG D., « Introduction générale », in DUBOIS V., DULONG D., *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'action publique.*, Strasbourg, Ed. Presses universitaires de Strasbourg, coll.: « Sociologie politique européenne », 1999, pp. 5-9.

3.1. Historique[116]

La Coface est historiquement issue de l'Union internationale des organismes familiaux (UIOF) créée en 1948 et de la volonté des organisations familiales issues des six pays signataires du Traité de Rome en 1957 de créer une structure agissant au sein des institutions européennes. Cette volonté s'objective par la création dès 1958 d'une antenne européenne de l'UIOF, dans laquelle s'organise un Comité familial de la consommation. En 1960, l'UIOF crée le Comité d'action familiale auprès des Communautés européennes (Coface) dépendant organiquement de l'UIOF. Dès 1972, la Commission européenne met en place un Comité consultatif des consommateurs des communautés européennes (qui devient Conseil consultatif des consommateurs en 1989) auquel participe le Comité familial de la consommation du Coface.

Progressivement, ce Comité s'autonomise pour répondre à une nécessité grandissante de structurer les mouvements familiaux européens afin d'assurer une veille constante et une réactivité efficace auprès des institutions européennes. C'est ainsi qu'en 1979, le Comité rompt totalement ses liens de dépendance avec l'UIOF et devient Confédération des organisations familiales de l'Union européenne, conservant au sein de l'organisation mère un rôle d'observateur. Elle passe alors du statut d'association de fait à celle d' « association internationale sans but lucratif de droit belge ».

Aujourd'hui la Coface compte 50 organisations dans 20 Etats de l'Union européenne. Bien que membre associé du Groupe consultatif européen des consommateurs et de la commission européenne, la Coface perd en 1999 les subventions attribuées par la commission aux organisations de consommateurs européenne du fait de la non-reconnaissance par les Etats d'une majorité des associations familiales membres de la Coface en tant qu'organisation de consommateurs.

[116] Afin de définir les principaux temps forts de l'histoire de Coface, nous nous sommes appuyés sur la brochure : Coface, « Coface 1958_2008. La voix des familles dans l'Union européenne », Bruxelles, 2008.

3.2. Orientation stratégique et politique[117]

Nous centrerons ici notre analyse des orientations stratégiques et politiques de la Coface sur les questions de consommation. L'approche familiale de la consommation telle que la décline la Coface consiste à placer la satisfaction des besoins au centre de l'analyse et à considérer les familles comme unités de consommation. La Coface se démarque du BEUC en affichant un discours en rupture avec l'analyse consumériste basée sur un bon fonctionnement du marché en mettant en avant une analyse plus sociale de la consommation. C'est en ce sens que la Coface expose son attachement à l'existence pérenne de *services d'intérêt généraux non marchands* ainsi qu'à leur accessibilité et qualité à tous. En outre, elle s'inquiète des déséquilibres sociaux potentiels que l'intégration progressive de ces services à la logique de marché peut entraîner, sans pour autant dénoncer la libéralisation de ces derniers. De manière très générale, la Coface met en avant la nécessité d'intégrer les caractéristiques sociodémographiques et culturelles des consommateurs ainsi que les différences de niveau de vie et de niveau de connaissance de ces derniers à l'analyse des questions de consommations afin de répondre aux problèmes des consommateurs. A titre d'exemple, nous tentons d'apporter un éclairage sur les revendications de la Coface sur les questions liées aux services financiers et à la santé.

L'approche de la Coface des services financiers se veut être à la fois éducative des consommateurs et défenseuse en termes de droit. En effet, la Coface appelle à ce que soit mise en place une *éducation budgétaire* afin que dès le plus jeune âge, les consommateurs puissent faire des choix budgétaires rationnels. De même, l'organisation se déclare favorable à la création d'un fichier de crédit accessible aux consommateurs de ce produit afin de *responsabiliser* ses derniers. En outre, la Coface promeut une plus grande accessibilité à l'emprunt des personnes malades, en situation de handicap et le développement des microcrédits pour les personnes solvables. L'argumentaire de ces deux revendications est centrés sur le *projet personnel* ou d'*insertion* des consommateurs.

[117] Nous nous sommes appuyé ici sur l'étude du site internet de la Coface et plus particulièrement sur le lien du groupe de travail n°3 conso et santé : http://coface-eu.org/fr/GT3-Conso-Sante/ .

En matière de santé, la Coface dénonce les inégalités sociales en terme d'accès à la santé et interpelle les institutions européennes sur la nécessité de mettre en place des mesures visant la réduction de ces inégalités en ciblant les personnes les plus vulnérables et en mettant en place les dispositifs nécessaires à l'accessibilité (financière et géographique) des services de santé. D'autre part, elle met en avant une approche éducative des consommateurs et expose la nécessité d'informer les consommateurs quant aux risques générés par leur consommation sur la santé. Pour ce faire, elle préconise une série d'action de prévention sur l'obésité, la drogue et l'alcool.

Le répertoire d'actions mobilisé par la Coface sur les questions de consommation sont la représentation des familles au sein des institutions européennes notamment en tant que membre associé du Groupe consultatif européen des consommateurs et de la commission européenne, la diffusion d'information aux consommateurs sous la forme de conférences et de forums, la formation des associations familiales affiliées à la Coface sur les questions de consommation. L'étude du site de la Coface nous permet de relever l'insistance avec laquelle cette organisation met en avant sa volonté d'*éduquer* les consommateurs et de les *responsabiliser*. De même, nous notons que quelque soit les domaines d'intervention de cette organisation, celle-ci met systématiquement en avant, comme gage de légitimité, sa représentativité des familles européennes et de leurs valeurs morales ainsi qu'une forme d'expertise sur toutes les questions pouvant toucher les familles.

3.3. Fonctionnement[118]

Peut légitimement s'affilier à la Coface toute organisation nationale familiale. Tout comme au sein du BEUC, l'affiliation à la Coface est polymorphe. En effet, il existe cinq catégories de membres affiliés.

[118] La lecture des statuts associatifs de la Coface nous a permit de dresser les principales caractéristiques du fonctionnement de la Coface : Coface, « Statuts (tels que modifiés par l'Assemblée générale du 8 mai 2007 », 2007.

«L’association est ouverte aux Belges et aux étrangers.
Sont membres effectifs de la COFACE les organisations familiales qui appartiennent à l'un des pays de l'Union européenne.
Sont membres européens de la COFACE les organisations familiales européennes regroupant les organisations familiales de plusieurs pays européens.
Sont membres observateurs de la COFACE, les organisations familiales qui se trouvent dans les conditions requises pour être membres effectifs, mais qui appartiennent à un pays candidat à l'entrée dans l'Union européenne.
Sont membres associés de la COFACE les organisations familiales qui se trouvent dans les conditions requises pour être membres effectifs mais qui appartiennent à un pays européen qui a la qualité de membre associé à l'Union européenne.
Sont membres correspondants de la COFACE les organismes familiaux qui, sans faire partie des instances de la COFACE, désirent lui manifester leur appui ou lui apporter leur contribution intellectuelle. »
Statuts de la Coface , extrait de l’article 5.

Chaque membre, toute catégorie confondue, cotise au sein de la Coface mais n’a pas le même poids politique au sein de l’organisation. En effet, seuls les membres effectifs ont un pouvoir décisionnel au sein de Coface tandis que les autres membres ne disposent que d’une voix consultative. L’adhésion à l’organisation fait l’objet d’un vote en assemblée générale et en conseil d’administration.

L’assemblée générale est composée de tous les membres (toute catégorie confondue) à jour de cotisations. Chaque membre effectif dispose d’une voix de vote au sein de l’assemblée générale, les autres membres comme dit précédemment ont le droit de participer aux débats mais n’ont pas le droit de vote. Outre son pouvoir décisionnel concernant les orientations politiques et stratégiques et les éventuels changements de statuts de l’organisation, l’assemblée générale élit le conseil d’administration et les conseillers financiers et se prononce sur les missions qu’ils devront remplir pendant leur mandat. Statutairement, l’Assemblée générales de la Coface est tenue de se réunir une fois par an.

Le conseil d’administration est composé deux administrateurs et deux suppléants parmi les membres effectifs de la Coface mandatés pour une durée minimum de quatre ans renouvelable de manière illimitée. Charge au conseil d’administration de désigner le Président, le Vice-Président, le trésorier et le secrétaire général. Les membres du conseil d’administration peuvent coopter des personnes qui disposeront d’une voix consultative. Le rôle du Conseil d’administration est de mettre en œuvre les orientations politiques et

stratégiques décidées en assemblée générale ainsi que de représenter l'organisation. Pour ce faire, il peut établir des commissions, des groupes de travail afin d'interroger des problèmes spécifiques. Statutairement le Conseil d'administration doit se réunir trois fois par an. Les statuts de la Coface excluent de fait du mandat d'administrateurs certaines catégories de personnes afin de garantir une forme d'indépendance de l'organisation et de prévenir de quelconques conflits d'intérêts :

« La fonction d'administrateur de la COFACE est incompatible avec:
- celle de membre d'une instance de décision ou de gestion européenne, tel que parlementaire européen, membre de la Commission européenne, de la Cour des Comptes, de la Cour de Justice, d'une administration européenne.
- celle de ministre, de secrétaire d'État ou de membre du Parlement d'un État membre. »

Statuts de la Coface, extrait de l'article 16.

L'association dispose également d'un bureau exécutif chargé d'appliquer les décisions du Conseil d'administration. Véritable support technique du Conseil d'administration ce dernier a pour vocation de prendre certaines décisions urgentes à la place du Conseil d'administration.

La Coface compte actuellement cinq groupes de travail thématiques pilotés par le Conseil d'administration et le bureau exécutif. Celui qui a suscité ici notre intérêt particulier le GT3 : Conso et santé, chaque groupe thématique est un champ dans lequel les organisations familiales se sentent autoriser à agir[119].

Hormis le BEUC s'inscrivant dans le mouvement consumériste, la Coface dans le mouvement familial, une troisième association européenne dans le champ de la consommation : l'association européenne des consommateurs (AEC). De courte durée de vie (1999-2005), cette organisation regroupait en son sein des associations de consommateurs européennes dont l'action principale s'ancre dans une perspective sociale, environnementale et/ou syndicale de la défense des consommateurs. Parmi les associations de consommateurs rencontrées sur le terrain, INDECOSA-CGT et ASSECO en était membre, la présidence de l'AEC dans ses dernières années ayant été

[119] Ces cinq groupes sont : le GT1 : Familiales et sociales, GT2 : Coface-Handicap, GT3 : Conso & Santé, GT4 : Education &TIC, GT5 : Info & Comm.

exercée par un membre d'INDECOSA-CGT. L'AEC, qui se voulait être une réelle alternative à la vision libérale du BEUC en matière de protection et de défense des consommateurs, a été dissoute du fait des difficultés de fonctionnement rencontrées par manque de financements et d'investissement général d'autres organisations[120]. Au détour d'une discussion informelle sur le terrain avec des membres d'INDECOSA-CGT, à l'occasion des Etats généraux de la protection économique des consommateurs organisés par la CGT- CCRF en avril 2010 à Nanterre, nous avons pris connaissance de la volonté de certains membres d'INDECOSA-CGT de refonder une organisation européenne de consommateurs basée sur des aspirations sociales, antilibérales et syndicales.

Il nous paraît nécessaire de tenir compte du contexte à la fois de mondialisation du marché et d'européanisation des politiques sociales et économiques dans lequel évolue les organisations de consommateurs. En ce sens, présenter ces structures internationales auxquelles adhèrent et agissent les organisations nationales de consommateurs nous permet de mieux comprendre certaines orientations, discours et stratégies des associations locales rencontrées sur le terrain. Nous pourrons ainsi interroger les liens, les correspondances mais aussi les particularités entre ce modèle de fonctionnement et les orientations politiques et stratégiques menées à l'échelle européenne et internationale (pour CI) et ceux des associations rencontrées sur le terrain à l'échelle locale. A cet égard nous reprenons à notre compte l'analyse de Sabine Saurugger quant à la participation des groupes d'intérêt au sein de l'UE. Cette dernière démontre que « *les répertoires d'action des groupes d'intérêt pour construire et légitimer leur action s'articulent autour de trois dimensions. Il s'agit d'abord de l'appel au nombre, qui consiste à s'appuyer sur la quantité d'adhérents comme facteur de représentativité. Il s'agit ensuite du recours à la science, en produisant une expertise considérée comme objective, et, enfin, du recours à la morale, qui s'appuie sur une stratégie de scandalisation en invoquant la violation de normes éthiques pour susciter*

[120] Plus précisément, la dernière subvention de la Commission européenne à l'AEC a été attribuée en 2003 elle était d'un montant de 40 000€ (à titre comparatif, la même année le BEUC obtenait 100 000€) et ce, en déployant beaucoup d'énergie pour l'obtenir, la structure est devenue sans vie par la suite. Nous avons recueilli ces information lors d'un entretien informel avec l'ex président de l'AEC (2003-2005) et membre d'INDECOSA CGT.

des mobilisations. » Cette analyse s'objective également, dans une certaine mesure, au sein des associations à l'échelle locale que nous avons rencontrées sur nos terrains[121].

[121] SAURUGGER S., « L'expertise : un mode de participation des groupes d'intérêt au processus décisionnel communautaire », *Revue française de science politique*, 2002-4, vol.52, p376.

Chapitre III : Présentation des institutions cadres de la protection des consommateurs

1. Le Sernac[122]

Le Sernac (Servicio Nacional del Consumidor/ Service national du consommateur) est une institution chilienne qui assure l'interface entre l'Etat, la société civile et les producteurs et commerçants. Il a pour principal rôle de veiller à la protection des consommateurs et au respect de la loi du consommateur.

1.1. Historique

Bien qu'étant officiellement créé en 1960 en tant que tel, le Sernac a des ancêtres institutionnels bien antérieurs. En effet, la première institution dont le Sernac est originaire, est créée en 1932 pendant la République socialiste de 14 jours[123]. Elle prend alors le nom de Comisariato general de subsitencia y precio (Commissariat général de subsistance et des prix) et constitue alors une réponse du gouvernement à la

[122] Pour présenter le Sernac nous nous sommes appuyés, entre autre mais notablement, sur l'étude de son site internet : http://www.sernac.cl .

[123] Cette République socialiste fait suite à des révoltes populaires qui donnèrent lieu à la prise de pouvoir et la mise en place d'un gouvernement socialiste (composé de radicaux, socialistes et communistes) présidé par Carlos Dávila Espinoza, qui fût renversé par un autre coup d'Etat le 16 juin de la même année.

nécessité de renforcement de l'intervention de l'Etat dans une économie en crise due au krach boursier de 1929. Contexte économique dans lequel la population s'appauvrit et l'inflation explose. Cette institution a alors pour objet de subvenir aux besoins économiques de tous les habitants de la République. La Présidence de González Videla (1946-1952) maintient le Commissariat général de subsistance et des prix en le limitant cependant à un rôle répressif et de défense des consommateurs abusés par l'application de contraventions.

En 1953, ce dernier devient la Superintendencia de Abastecimiento y Precios (Superintendance d'approvisionnement et des prix. SAP) qui se substitue, en 1960, par la Dirección de industria y comercio (Direction de l'industrie et du commerce. DIRINCO) intégrée au Ministère de l'économie, du développement et de la reconstruction et dont le rôle est alors de recevoir les plaintes des consommateurs et de sanctionner les producteurs et commerçants dont l'infraction est avérée.

Les années de dictature (1973-1989) ont favorisé une politique néolibérale réduisant ainsi considérablement l'intervention de l'Etat sur le secteur économique. Cependant, un décret de loi est émis dès janvier 1974 définissant le délit économique dans le but d'assurer la viabilité d'une véritable concurrence au sein du marché. À partir de 1980, la DIRINCO est restructurée et pour, en 1982, se voir attribuer pour mission l'élaboration d'outils standardisés d'information des consommateurs pour permettre une transparence du marché.

Ce n'est finalement qu'en 1990 que la DIRINCO laisse place au Sernac dont les missions de médiation entre les consommateurs et producteurs, commerçants se sont affirmés notamment par la promulgation en 1997 de la loi de protection des droits des consommateurs. Il s'agit aujourd'hui d'un acteur essentiel dans les questions de consommation qui subventionne et promeut les associations de consommateurs chiliennes.

1.2. Les missions du Sernac[124]

Les missions principales du Sernac sont : informer les consommateurs, les éduquer, les orienter et les conseiller juridiquement, et soutenir les associations de consommateurs. Pour mener à bien ses missions, le Sernac élabore et met en place des outils que nous nous attacherons à décrire au mieux.

L'information portant sur le marché et la consommation de manière générale à destination des consommateurs comprend à la fois la production de données informatives et leur diffusion. En effet, pour réaliser cet objectif, le Sernac mène des enquêtes et des analyses sur les marchés émergeants, les questions de consommation et les institutions. Ces études font ensuite l'objet d'une diffusion destinée au plus grand nombre de consommateurs possibles par l'utilisation de plusieurs types de supports de communication ; le site internet de l'institution, la *Revista del Consumidor*, des articles de presse écrite, mais aussi des spots télévisés, radiophoniques. La revue (*Revista del consumidor*) est distribuée par les antennes locales et régionales du Sernac, les associations de consommateurs ainsi que dans certains kiosques. Il s'agit, au même titre que le site internet, du principal support de communication de l'institution.

La mission éducative du Sernac est, à notre sens, le prolongement de la mission informative de ce dernier. En effet, il s'agit d'éduquer les consommateurs en les informant de leurs droits et de leurs devoirs. Ce principe éducatif est très présent dans la *Revista del Consumidor*, en voici deux illustrations ; la première concerne l'achat à crédit et la seconde les précautions à suivre lors de tout achat de la vie quotidienne.

> « Actuellement, s'endetter fait partie de la vie de beaucoup de personnes. Cependant, cet acte de consommation est à réaliser de manière responsable, en connaissance du montant de vos dettes et en prenant garde que celui-ci ne dépasse pas les rentrées d'argent du foyer. » Revista del consumidor, diciembre 2006, p.8

[124] Nous nous appuyons ici sur le rapport d'activité 2010 du Sernac. Sernac, « Metas, indicadores de gestión y ponderadores para cada uno de los equipos de trabajo del Servicio Nacional del Consumidor, año 2010 », 2010.

> « L'idée est de fournir plus d'outils aux consommateurs et consommatrices pour qu'ils puissent choisir les aliments de manière responsable et informée, faisant usage de sa liberté de choix et de recevoir une véritable et pertinente information sur les produits qu'il acquiert. Pour cette raison, l'étiquetage nutritionnel a été intégré à tous les aliments conditionnés, cette norme s'applique également aux plats préparés, vendus en portions. » Revista del consumidor, junio 2007, p.12

Le Sernac emploie également des outils pédagogiques inspiré du modèle académique par le biais de programmes de formations à distance mais également des outils audiovisuels à destination des écoles ainsi que des conférences, séminaires et ateliers destinés à un public varié.

L'orientation et les conseils juridiques aux consommateurs passent principalement par le rôle de médiateur endossé par le Sernac entre les professionnels (producteurs et commerçants) et les consommateurs lors de situations conflictuelles afin de trouver un accord amiable autant que faire se peut. L'institution assure l'accompagnement des dépôts de plaintes de consommateurs ainsi que la défense de ces derniers en cas de procès. Enfin, le Sernac est chargé de mettre en place des outils de protection des intérêts collectifs et individuels des consommateurs.

La dernière mission du Sernac nous intéresse particulièrement puisqu'il s'agit d'appuyer le développement des associations de consommateurs. Le Sernac attribue des subventions aux associations de consommateurs répondant aux critères institués par la loi de protection des consommateurs chilienne. Cet appui consiste également en un programme de « renforcement de la société civile » qui passe par la formation des associations de consommateurs et l'incitation à la participation de ces dernières aux instances de concertation.

1.3. Le Fonctionnement du Sernac

Le Sernac étant une institution nationale, son fonctionnement organisationnel est complexe. Nous proposons une modeste esquisse qui permettra de cerner, par la suite,

les rapports entre cette institution et les associations de consommateurs que nous avons rencontrées à Valparaiso.

Le Sernac dont la direction nationale se situe à Santiago, la capitale chilienne, est présent tout le long du Chili. En effet, cette institution fait l'objet d'une division spatiale par l'implantation de 15 directions régionales et de 300 plateformes d'accueil du Sernac au sein des municipalités. Cette division du travail d'un point de vue spatial (ou décentralisation des moyens) permet une relation de proximité à la fois avec les consommateurs et les associations de consommateurs.

La division du travail au sein du Sernac ne se limite pas à une application géographique puisque le Sernac fonctionne avec huit départements. Les départements de gestion des ressources humaines, d'administration et finances, de support et développement technologique, de gestion territoriale, ont pour vocation d'appuyer logistiquement et techniquement les missions principales du Sernac qui sont développées par les départements d'éducation à la consommation, d'études et expertise, de communication stratégique et de participation citoyenne. Ces quatre derniers effectuent des travaux qui impactent directement ou indirectement les associations de consommateurs.

2. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)[125]

La DGCCRF est attachée au Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie français. Cette institution gouvernementale veille à garantir « une concurrence loyale et sécurisée des marchés » ainsi qu'à la protection des consommateurs.

[125] Nous présentons ici la DGCCRF en nous appuyant principalement sur l'étude de son site internet : http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr ainsi que sur ce document d'archive du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie : « Historique des Directions et Services du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie », CAEF, Août 2004.

2.1. Historique

La DGCCRF est le résultat de la fusion entre le service de la répression des fraudes et de la Direction générale des prix et des contrôles économiques mise en place en 1985.

Le service de la répression des fraudes (1907) est la concrétisation de la loi de 1905 réprimant les fraudes et les falsifications des produits alimentaires. Ce service naît de l'initiative d'un scientifique, Eugène Roux, qui, avec son équipe de chercheurs décide de pratiquer des analyses sur des produits alimentaires et pharmaceutiques afin d'évaluer leur qualité et publie ses méthodes d'analyse. Quelques mois plus tard, un décret officialise l'existence du service de répression des fraudes attaché alors au ministère de l'agriculture et composé d'un inspecteur général, 14 inspecteurs et douze circonscriptions régionales. Ce service est incorporé, dans les années cinquante, aux institutions européennes ce qui permet de réglementer à l'échelle communautaire de nombreux produits. Dès la création du ministère de la Consommation en 1981, le service de la répression des fraudes y est transféré pour plus de cohérence.

La Direction générale des prix et des contrôles économiques (DGPCE) est née en 1949[126] de la fusion de la direction des prix, celle du contrôle économique, service des affaires sociales et service de l'expertise économique pour devenir en 1952 la Direction générale des prix et des enquêtes économiques (DGPEE). Son rôle est de veiller au respect de la réglementation des prix, de la facturation, de la publicité ainsi qu'à celui de la libre concurrence et l'organisation de la distribution des denrées alimentaires. En 1965, la DGPEE fusionne avec la direction des affaires commerciales rattachée au ministère des finances pour engendrer la direction du commerce intérieur et des prix (DGCIP) dont la principale mission est d'encourager une forte croissance tout en contrôlant les prix par rapport aux revenus. Cette même DGCIP devient en 1974 la direction générale de la concurrence et des prix, pour devenir, en 1978, direction de la concurrence et de la consommation composée du service de la concurrence et formation

[126] Il nous semble important ici de relever le contexte particulier de l'après-guerre dans lequel est mise en place cette direction qui est un acquis du Conseil national de la résistance destinée à faire cesser la pénurie.

des prix, du service de la consommation, du service de la distribution et des directions départementales de la concurrence et de la consommation.

2.2. Les missions de la DGCCRF

La DGCCRF est chargée de plusieurs missions telles que « la régulation des circuits économiques, la surveillance des coûts et des prix, la mise en œuvre de la politique de la concurrence et de la protection du consommateur, la mise en œuvre de la politique de la qualité, sécurité des produits et des services et la définition de la politique de consommation. »[127]. Selon les positions politiques des gouvernements en place depuis sa création, les missions de la DGCCRF ont connu des mutations fréquentes insistant tantôt sur une mission tout en alestant des forces de travail sur d'autres. Cet extrait d'entretien en témoigne tout en livrant des indications particulièrement intéressantes sur la trajectoire possible d'un agent de la DRCCRF:

> « (…) J'ai suivi la formation à Paris et j'ai été nommé à la Direction à Metz comme contrôleur. Je faisais à l'époque des contrôles des prix, de publicité, des enquêtes de concurrence. J'ai été affecté au début au service contentieux de la direction qui avait une particularité parce qu'on avait encore un pouvoir transactionnel c'est-à-dire qu'on pouvait relever les infractions chez les commerçants qui ne respectaient pas l'obligation, parce que les prix étaient fixés à l'époque en 1984, jusqu'en 1986, donc s'ils ne respectaient pas l'obligation des prix qu'on leur fixait ils étaient sanctionnés et c'était le service contentieux qui proposait une amende au professionnel et s'il la refusait il était dirigé vers un tribunal et le tribunal prononçait les sanctions, et s'il acceptait il payait l'amende. Ce pouvoir transactionnel existait depuis les ordonnances de 1945 qui avaient été mise en place juste après la libération, c'était dans le programme du Conseil national de la résistance, le contrôle des prix a duré jusqu'en 1986. On avait aussi, en tant que contrôleurs ou commissaire, des pouvoirs plus étendus que ceux que l'on a maintenant, on était cru comme les notaires jusqu'à inscription de faux, donc on pouvait rédiger des procédures, des procès-verbaux d'infraction, il fallait que le professionnel démontre que ce que l'on avait inscrit sur le PV était faux donc ce n'est pas comme les procès contradictoires à l'heure actuelle. Donc c'était un pouvoir plus important que celui qu'on a, j'insiste là-dessus parce qu'on a perdu ce pouvoir avec la liberté des prix en 1986. Donc j'ai exercé dans cette direction de 1984 à aujourd'hui dans cette direction. J'ai passé le concours de contrôleur principal, puis celui d'inspecteur que je n'ai pas eu mais du fait que j'ai été admissible deux fois et que j'avais un dossier administratif assez bon, j'ai été nommé inspecteur il y a trois ans. Et j'ai été obligé d'aller travailler à Châlons en Champagne

[127] *Ibidem.*

pendant trois ans, ça faisait partie des obligations quand on est promu. Mes attributions ont évolué dans le temps. Au début je faisais des relevés de prix au contentieux, à partir de 1986 et des ordonnances Balladur, il y a eu des évolutions puisqu'on a intégré la Direction de la répression des fraudes qui était sous la tutelle du Ministère de l'agriculture avant et qui avait des missions et des compétences communes dans un certain nombre de domaines, d'ailleurs ce n'était pas absurde donc on a fusionné. Ce qui s'est passé c'est qu'on a gagné en compétences, que je peux résumer : la répartition classique qui est donné par l'administration, les agents et les syndicats, il y a trois missions principales : la concurrence, la sécurité alimentaire ou industrielle, et des missions dont on intègre la loyauté des transactions et la consommation donc la publicité, les tromperies. Donc concurrence, consommation, sécurité sont les trois missions qu'on considère comme relevant de la protection économique du consommateur. Il y a une distinction à faire par rapport à l'analyse du gouvernement, puisqu'il y a une orientation politique qui est prise, Christine Lagarde qui est notre ministre de l'économie actuelle considère qu'on est là pour faire fonctionner au mieux le marché, à rendre le marché transparent. Alors que nous, d'un point de vue syndical, on adopte un autre point de vue, on relève plutôt d'une mission d'ordre général qui est la protection économique du consommateur. Donc c'est pas exactement le même point de vue. (…) » (Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, agent de la DRCCRF Lorraine)

2.3. Son fonctionnement

La DGCCRF est constituée de deux services. Le premier service est celui de la régulation et de la sécurité qui est composé de cinq sous-directions : politique et concurrence, politique de la consommation et de la sécurité[128], produits agricoles et alimentaires, santé, industrie et commerce, services et réseaux. Le second service est celui de la coordination et des ressources composé de deux sous-directions : coordination et études et ressources humaines et gestion. Ce service intègre également le service national des enquêtes CCRF ainsi que le service informatique. La direction de la structure est épaulée par le service commun des laboratoires ainsi que par un cabinet.

A l'échelle locale, la DGCCRF est implantée par les unités départementales de la Concurrence, consommation et répression des fraudes et des directions régionales de Concurrence, consommation et répression des fraudes (DRCCRF). Dans le cadre de la décentralisation des services, les DRCCRF ont un rôle de plus en plus prégnant car elles sont chargées d'appliquer les politiques de la DGCCRF. Cette régionalisation de la

[128] C'est précisément cette sous-direction qui est en lien avec les institutions de la consommation ainsi qu'avec les associations de consommateurs.

DGCCRF permet une rationalisation des coûts aussi bien matériels que humains. Cela implique entre autre une fixation des objectifs pour chaque région par la DGCCRF. Elle est également présente par le biais des directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE) ainsi que par les directions départementales de la protection des populations (DDPP) et les directions départementales de la cohésion et de la protection des populations.

3. Le Conseil national de la consommation

Le Conseil national de la consommation (CNC) est un organisme consultatif paritaire dépendant institutionnellement de la DGCCRF et sous la tutelle du Secrétariat d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services, des Professions Libérales et de la Consommation attaché au Ministère de l'économie, des finances et de l'Industrie. Bien qu'il existe en France plusieurs organismes consultatifs dans lesquels se meuvent les organisations de consommateurs[129], nous portons une attention très particulière au CNC parce qu'il a le pouvoir d'octroyer ou non l'agrément « associations de consommateurs » et donc, en conséquence, de décider de la reconnaissance (ou non) de l'autorité à se positionner sur les questions de consommation, de protection et de défense des consommateurs d'une structure associative.

[129] Parmi ces organismes consultatifs, nous trouvons à l'échelle nationale : la Commission des clauses abusives (1978), la Commission de la sécurité des consommateurs (1983), le Conseil national de l'habitat (1983), le Conseil national de l'alimentation (1985), la Commission nationale de concertation en matière locative (1986), le Comité consultatif du secteur financier (2003).

3.1. Historique[130]

Le CNC que nous connaissons aujourd'hui a pour prédécesseur le Comité national de la consommation fondé quant à lui en 1960. Il est à l'époque chargé de stimuler la concurrence en garantissant aux consommateurs plus de choix à moindre coût ainsi que d'être un espace de *confrontation* des représentants d'organisations de consommateurs et les pouvoirs publics.

En 1983, le comité devient le Conseil national de la consommation et, outre le changement d'appellation, il devient un espace de *négociation* entre les pouvoirs publics, les services publics, des représentants de groupes de professionnels et ceux des organisations de consommateurs. Ces négociations s'articulent autour des questions, posées tant à l'échelle nationale qu'européenne, de nutrition, d'agroalimentaire, de services publics. En tant qu'organisme paritaire, le CNC tend à consolider son rôle sur les questions de consommation une fois les professionnels débarrassés de la fixation des prix et au fur et à mesure que se développe l'union européenne. De même, à partir de 1990, les organisations de consommateurs consolident leur position au sein du CNC ce qui, par voie de conséquence, renforce également leur place auprès des institutions publiques qui s'objective par la possibilité nouvelle de proposer dix représentants d'associations présentes au sein du CNC pour siéger en tant qu'administrateurs à l'Institut national de la consommation[131].

3.2. Missions

Outre sa mission de concertation et d'attribution des agréments aux associations de consommateurs, le CNC est également chargé d'émettre des avis sur les questions de

[130] DGCCRF, « Le Conseil national de la consommation vient d'avoir vingt ans », Actualités n°172, février 2004.

[131] L'Institut national de la consommation (INC) est un *Etablissement public à caractère industriel et commercial* sous tutelle du Ministre délégué à la consommation dont le but est de former et informer les consommateurs, notamment par leurs structures associatives, ainsi que les professionnels sur les questions de consommation. Cf. : INC, « Le guide du consumérisme ? Tout savoir sur les associations, les administrations, les institutions en France et en Europe, INC document », 2006, pp.17-18.

consommation de biens et de services et l'application de lois à la demande du ministre d'autorité ou selon son initiative propre. Ses avis et rapports peuvent influencer la prise de décision politique et fixer un cadre à d'éventuelles propositions de lois[132].

L'étude du rapport d'activité du CNC datant de 2007[133] nous montre que le CNC intervient sur des domaines de consommations très variés. De même, les groupes de travaux mandatés par le CNC (et composés de ses membres) révèlent les préoccupations majeures de cet organisme :

« - l'amélioration de l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques (groupe mis en place le 7 décembre 2005) ;

- la vérification des compétences en matière de diagnostic immobilier (groupe mis en place le 14 mars 2006) ;
- les modes alternatifs de règlement des litiges (groupe mis en place le 3 mai 2006) ;
- la communication d'informations aux consommateurs en matière de produits présentant un risque grave ou immédiat pour la santé ou la sécurité des consommateurs (groupe mis en place le 12 mai 2006) ;
- la transparence tarifaire des prestations des syndics de copropriété (groupe mis en place le 23 janvier 2007)
- la certification de services et de produits autres qu'alimentaires (groupe mis en place le 9 juillet 2007) ;
- la régulation publicitaire (groupe mis en place le 17 septembre 2007) » Rapport d'activité du Conseil national de la consommation pour l'année 2007.

3.3. Fonctionnement

Le ministre chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services, des Professions Libérales et de la

[132] Cf. : Décret n°83-642 du 12 juillet 1983 portant création d'un Conseil national de la consommation. http://www.minefi.gouv.fr/conseilnationalconsommation .
[133] CNC, « Rapport d'activité du Conseil national de la consommation pour l'année 2007 », Paris, 2007.

Consommation préside le CNC[134] qui est composé de deux collèges dont les membres sont nommés pendant trois ans. Le premier est celui des consommateurs et usagers composé des représentants d'organisations de consommateurs agréées. Le second est celui des professionnels représentant plusieurs secteurs d'activité (agriculture, industrie, artisanat, commerce, services publics et privés)[135]. Depuis 2005, peuvent participer à ces sessions plénières des présidents d'instances consultatives ainsi que le président de l'INC.

Le bureau du CNC est composé de sept membres titulaires et de sept suppléants dont les mandats sont d'une durée de dix-huit mois. Son rôle est d'orienter les travaux du CNC, d'organiser les groupes de travail et d'en désigner les rapporteurs, de soumettre au ministre la désignation d'un expert qui proposera un rapport préparatoire sur les problèmes posés en groupes de travail, de discuter les textes ou projets européens[136]. Les réunions du bureau sont convoquées par son président et ont lieu une fois tous les deux mois[137].

Les membres du collège des consommateurs sont amenés à se réunir pour désigner les individus proposés au bureau, se positionner sur une demande d'avis ou sur un sujet qui sera soumis au vote du bureau du CNC. Les deux collèges se réunissent dans des groupes de travail tels qu'on a pu les évoquer à propos des missions du CNC et en session plénière. Ces dernières sont convoquées par le président du CNC qui statue sur l'ordre du jour après avoir consulté les membres du bureau. La prise de décision se fait à la majorité des voix, chaque membre du collège ayant une voix et chaque vote se faisant par collège. Enfin, le secrétariat du bureau est chargé de relever les décisions prises en session plénière[138].

---

[134] A l'origine, il s'agissait du rôle du Ministre de la consommation, ce ministère étant substitué par l'actuel Secrétariat d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme, des Services, des Professions Libérales et de la Consommation attaché au Ministère de l'économie, des finances et de l'Industrie.

[135] Cf. : Décret n°83-642, *op.cit.*

[136] Cf. : Arrêté du 23 mai 2011 portant sur la modification de l'arrêté du 14 mars 2005 relatif à la constitution, aux attributions et au fonctionnement du bureau du Conseil national de la consommation, art. 3. http://www.legifrance.gouv.fr/.

[137] *Ibidem*, art 4.

[138] Arrêté du 14 mars 2005 portant règlement intérieur du Conseil national de la consommation, Version consolidée le 18 mars 2005. http://www.legifrance.gouv.fr/.

Cette présentation des principales institutions cadres des organisations de consommateurs ne prétend pas à l'exhaustivité, cependant elle nous permet de situer le contexte institutionnel d'action de ces dernières. C'est dans ce même esprit, que nous tenons à présenter dans ces grandes lignes les cadres juridiques des organisations de consommateurs au Chili et en France, et plus spécifiquement en Moselle.

Chapitre IV : Présentation du cadre juridique des organisations de consommateurs

1. Cadre juridique des organisations de consommateurs en France et en Moselle

Les organisations de consommateurs doivent, afin d'exister légalement, se conformer à la loi du 1er juillet 1901 dite loi 1901 qui définit la nature et le rôle des associations de tout genre :

> « L'association c'est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices » Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (dernière modification août 2009)

Cette loi distingue deux types d'association : l'association de fait et l'association déclarée. Une association de fait n'est pas déclarée, elle peut percevoir des cotisations, ouvrir un compte chèques postaux ou bancaires mais ne jouit pas de la capacité juridique et ne peut percevoir de subventions publiques. Une association déclarée, quant à elle, jouit de la capacité juridique dès lors qu'elle est rendue publique par ses fondateurs. La procédure de déclaration de l'association est effectuée à la Préfecture ou Sous-préfecture dont dépend le siège social de l'association. Elle doit expliciter le titre

de l'association, ses buts, le siège social et les statuts de l'association (ce sont les règles d'organisation dont tout groupement a besoin pour fonctionner) ainsi que les noms, professions et domiciles des membres du bureau de l'association.

Les organisations de consommateurs que nous avons rencontrées sur le terrain sont reconnues d'utilité publique ce qui, outre la reconnaissance étatique de leur légitimité, a pour intérêt de pouvoir légalement percevoir des dons et des legs. Ainsi les associations de consommateurs se plient également au décret dit du 16 août 1901. En outre, pour obtenir la qualité d'associations reconnues d'utilité publique, ces dernières doivent être déclarées, prouver qu'elles fonctionnent depuis trois ans, constituer un dossier, et suivre des statuts imposés par le Conseil d'Etat.

> « La demande est adressée au ministre de l'intérieur ; il en est donné récépissé daté et signé avec l'indication des pièces jointes. Le ministre fait procéder, s'il y a lieu, à l'instruction de la demande. Il peut provoquer l'avis du conseil municipal de la commune où l'association a son siège et demander un rapport au préfet.
> Après avoir consulté les ministres intéressés, il transmet le dossier au Conseil d'Etat. » Décret du 16 août 1901 pris pour l'exécution de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (dernière modification mai 2008), article 12.

Il nous paraît utile ici de préciser, afin d'éviter toute confusion, que la qualification d'association reconnue d'utilité publique est à distinguer de celle d'association agréée. L'agrément bien que n'étant pas légiféré résulte d'une pratique récente propre à certains ministères qui réside en une forme de rapports privilégiés qu'un ministère souhaite disposer avec une association. C'est notamment le cas du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie dans son rapport aux associations de consommateurs agréées par le CNC.

La spécificité du droit local des associations en Alsace-Moselle doit être ici abordée étant donné que les associations de consommateurs françaises rencontrées sur le terrain se situent toutes en Moselle. En effet, les associations dont le siège social est localisé en Alsace et en Moselle ne suivent pas la loi de 1901 mais celle de 1908. Nous relevons, ici, les différences principales existant entre la loi 1901 et la loi 1908.

La première concerne la définition des buts de l'association. En effet, le droit général spécifie que les associations doivent être « *à but non-lucratif* », le droit local lui ne présente aucune restriction des buts.

La seconde dissemblance que nous avons pu noter entre le droit général et le droit local réside en la manière d'acquérir la personnalité juridique. En ce qui concerne le droit général afin d'acquérir une personnalité juridique l'association doit être composée de deux personnes, puis déclarée à la Préfecture et publiée dans le Journal Officiel. Dans le cadre du droit local, l'association doit être composée de sept membres au minimum pour pouvoir s'inscrire au Registre des associations auprès du Tribunal d'Instance, puis la déclaration est publiée dans un journal d'annonces légales.

La troisième distinction que nous relevons entre la loi de 1901 et celle de 1908 concerne la liberté d'association. Si la loi de 1901 permet aux associations une liberté « totale » c'est-à-dire qu'il n'existerait pas d'obstacle à la déclaration d'une association, la loi de 1908 prévoit un double contrôle à la déclaration d'une association. En effet, l'autorité administrative a la possibilité d'élever opposition à l'inscription d'une association au Registre des associations et, parallèlement, le Tribunal d'Instance exerce un contrôle judiciaire en vue de vérifier que les conditions d'inscription sont bien remplies.

Le quatrième point de différence entre ces deux lois réside dans le cadre juridique de l'organisation. La loi 1901 confère une liberté totale d'organisation aux associations tandis que la loi 1908 oblige ces dernières à avoir une direction et une assemblée des membres[139].

Autre texte législatif encadrant spécifiquement l'agrément des associations de consommateurs, il s'agit de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 dite Loi Royer. Cette dernière permet aux associations de se porter partie civile lors de procès. Il est précisé, dans le code de la consommation, que peuvent obtenir l'agrément les associations :

[139] Sur les spécificités du droit local concernant les associations : JOHO J., *Guide pratique des associations d'Alsace-Lorraine*, Colmar, Ed. Jean Joho, 2005 (1983).

« 1° Qui justifie à la date de la demande d'agrément d'une année d'existence à compter de sa déclaration ;
2° Qui, pendant cette année d'existence, justifie d'une activité effective et publique en vue de la défense des intérêts des consommateurs, appréciée notamment en fonction de la réalisation et de la diffusion de publications de la tenue de réunions d'information et de permanences ;
3° Qui réunit, à la date de la demande d'agrément, un nombre de membres cotisant individuellement :
a) Au moins égal à 10 000 pour les associations nationales, cette condition pouvant ne pas être exigée des associations se livrant à des activités de recherche et d'analyse de caractère scientifique ;
b) Suffisant, eu égard au cadre territorial de leur activité, pour les associations locales, départementales ou régionales.
Lorsque l'association a une structure fédérale ou confédérale, il est tenu compte du nombre total de cotisants des associations la constituant. » (Article R411-1, Créé par Décret n°97-298 du 27 mars 1997 - art. 1 (V) JORF 3 avril 1997)[140]

2. Cadre juridique des organisations de consommateurs au Chili

La dernière loi qui cadre les associations chiliennes, en vigueur depuis le 16 février 2011, date de sa publication, est la ley 20.500 sobre asociaciones y particpación ciudadana en la gestión publica / loi 20.500 sur les associations et la participation citoyenne dans la gestion publique. Celle-ci, bien que promulguée très récemment, a été présentée dès 2004 par le pouvoir exécutif et constituait déjà lors de notre enquête une forte référence pour les acteurs associatifs rencontrés. Comme son intitulé l'indique, cette loi vise à réguler la participation citoyenne en promouvant l'action associative tout en conférant aux associations un cadre juridique. Deux principes sont aux fondements de cette loi : la liberté d'association et le principe participatif.

La liberté d'association (existant dans la Constitution chilienne de 1980, encore en vigueur à ce jour) permet de créer des associations de tous types pouvant disposer d'une personnalité juridique. Elle sous-tend que nul ne peut être contraint d'adhérer à

[140] Article du code de la consommation :
http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000006293186&idSectionTA=LEGISCTA000006146632&cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20120625.

une association pour faire-valoir ses droits et que chacun dispose de la liberté de désaffilitation. La loi confère également aux associations une liberté relative dans le choix des buts et du type d'organisation de ces dernières.

> « Toute personne a le droit de s'associer librement à des fins légales.
> Ce droit comprend la faculté de créer des associations qui expriment la diversité des intérêts sociaux et des identités culturelles.
> Sont interdites les associations contraires à la morale, à l'ordre public et à la sécurité de l'Etat.
> Les associations ne peuvent réaliser des actes contraires à la dignité et aux valeurs de la personne, au régime de droit et au bien être général de la société démocratique.
> La loi 20.500 prévoit un cadre à ces associations dont les points principaux concernent la définition de la constitution, des buts, de l'organisation de l'association. » Ley 20.500, artículo 1.

La loi intègre la responsabilité de l'Etat dans le développement de la vie associative. Ce dernier se doit de promouvoir les initiatives associatives, garantir l'autonomie des associations et associer, en tant qu'organe consultatif, ces organisations au processus de décision.

Les associations doivent être constituées de deux personnes ou plus, elles devront inscrire leurs statuts au registre tenu par le Ministère SEGEGOB (Secretaria General de Gobierno / Secrétariat général du gouvernement) qu'elles jouissent ou non de la personnalité juridique. Les statuts doivent contenir, entre autres le nom et le siège de l'association, les fins et objectifs, les droits et les devoirs des ses membres, le type et le nombre d'assemblées annuelles.

La loi définit les associations d'intérêt public comme étant celles dont la personnalité juridique sans but lucratif a pour fin l'intérêt public (la défense des droits de l'Homme, l'assistance sociale, l'aide au développement, la défense de l'environnement etc.). Ces dernières ont recours à un financement de par leur qualification d'intérêt public.

> « Les subventions de renforcement des organisations d'intérêt public sont établies comme suit.

> Le financement se construira avec les apports, ordinaires ou extraordinaires, que la loi des subventions observe annuellement pour de telles activités et avec les apports de la coopération internationale reçue à n'importe quel titre.
> Nonobstant, ces organisations pourront également recevoir et transférer des subventions provenant d'autres organismes de l'Etat, tout comme des dons et autres apports attribués sans contrepartie.
> Les recours aux subventions devront être destinés au financement de projets et programmes nationaux et régionaux qui s'ajusteront à des fins spécifiques auxquelles fait référence l'article 15. Actuellement, le Conseil national des subventions fixera une quote annuelle pour chaque région, sur la base des critères de distribution déterminée par une résolution fondée.
> En outre, l'assignation à la Región Metropolitana ne pourra excéder les 50% du total des moyens transférés.
> Les dons et autres apports effectués sans contrepartie ne seront pas considérés dans la limite signalée dans le précédent paragraphe. » Ley 20.500, artículo 21

Le cadre juridique des associations chiliennes proposé dans cette loi est, dans ses grandes lignes, assez semblable au cadre juridique des associations françaises proposé par la loi 1901.

La deuxième loi qui cadre plus spécifiquement les associations de consommateurs chiliennes est la loi 19.496 votée le 7 mars 1997, principale loi de protection des consommateurs et à laquelle ADECOVAL a notamment participé à la rédaction à travers le CONADECUS. La loi 19.496 apporte à la fois un cadrage de l'activité associative et de ses composantes. En premier lieu, cette dernière entend définir l'essence et le rôle des organisations de consommateurs chiliennes :

> « Est considérée comme association de consommateurs, l'organisation constituée par des personnalités physiques ou juridiques, indépendantes de tout intérêt économique, commercial ou politique, dont l'objectif est de protéger, informer et éduquer les consommateurs et assumer la représentation et la défense des droits de ses affiliés et des consommateurs qui ainsi les sollicitent, tout ceci indépendamment de tout intérêt. » Ley 19.496, articulo 5

De même, L'article 8 de la loi 19.496 précise le champ d'action des organisations de consommateurs à :

> « Les organisations auxquelles cet article fait référence ne pourront exercer que les fonctions suivantes :

- Promouvoir cette loi de protection des consommateurs et ses régulations complémentaires.
- Informer, orienter et éduquer les consommateurs afin qu'ils puissent exercer leurs droits de manière adéquate.
- Etudier et proposer des mesures quant à la protection des droits des consommateurs ainsi qu'effectuer et appuyer des enquêtes dans le domaine de la consommation.
- Représenter ses membres et mettre en place des actions auxquelles se réfèrent cette loi de défense des consommateurs
- Représenter tant l'intérêt individuel que collectif des consommateurs face aux autorités juridictionnelles ou administratives, par le biais de la mise en place d'action et de recours.
- Participer au processus de fixation des tarifs des services conformément aux lois et règlements qui les régulent. » Ley 19.496, articulo 8

L'article 9 quant à lui spécifie très clairement les limites de l'action associative des organisations de consommateurs.

« En aucun cas les organisations de consommateurs pourront :

a) Développer des activités lucratives, à l'exception d'actions nécessaires au financement ou défraiement du coût du développement et de l'accomplissement des activités qui lui sont propres ;
b) Intégrer l'adhésion de personnalités juridiques qui se dédient à une activité entrepreneuriale ;
c) Recevoir des aides ou des subventions d'entreprises ou d'associations d'entreprises qui administrent des biens ou des services aux consommateurs ;
d) Publiciser ou diffuser des publicités guères informatives sur des biens et des services ;
e) Se dédier à des activités autres que celles signalées au précédent article.

L'infraction grave et récidivée des normes contenues dans le présent article sera sanctionnée par la dissolution de la personnalité juridique de l'organisation, après prononciation de la sentence par le tribunal de justice sans préjudicier les responsabilités pénales et civiles encourues par ceux qui la commettent. » Ley 19.496, articulo 9.

La loi prévoit également les catégories de personnes excluent de fait des conseils d'administration des associations de consommateurs :

« Ne pourront intégrer le conseil d'administration d'une organisation de consommateurs :

a) Celui qui aurait été déclaré en faillite coupable ou frauduleuse, jusqu'à ce que la faillite ne soit levée ;
b) Celui qui aurait été condamné pour délit contre la propriété ou pour un délit sanctionné par une peine afflictive, pendant la durée de la condamnation ;
c) Celui qui aurait été sanctionné comme récidiviste de plainte imprudente ou d'imprudence récidivée, conformément à l'article 55. »Ley 19.496, articulo 10.

« Ne pourront non plus prendre part au conseil d'administration d'une organisation de consommateurs toute personne exerçant des mandats d'élections populaires ni les conseillers régionaux. Les dirigeants d'une organisation de consommateurs qui sont à la fois propriétaires, actionnaires propriétaires de plus de 10% de l'intérêt social, directeurs ou cadre d'entreprises ou société qui ait pour objet la production, la distribution ou la commercialisation de biens ou de prestations de services à destination des consommateurs, devront s'abstenir d'intervenir à l'adoption d'accords relatifs aux questions qui interagirait avec leurs intérêts liés à leur condition de propriétaires ou cadres de ces entreprises. La contravention à cette interdiction sera sanctionnée par la perte du mandat dirigeant dans l'organisation de consommateurs, sans préjudice des éventuelles responsabilités pénales ou civiles possibles.
Les dirigeants répondront personnellement et solidairement par contravention et sanctions qui s'appliquent pour agissement qualifiés par le juge comme imprudents, quand ces derniers ont été exécutés sans accord préalable de l'assemblée. » Ley 19.496, articulo 11.

Ce volet de la loi normalisant l'activité associative des organisations de consommateurs montre le rôle prééminent de l'Etat (rôle par ailleurs renforcé par la loi de 2004) dans le développement de ces associations au Chili[141].

[141] MENDOZA H. M., « El movimiento de proteccion al consumidor y los efectos de la Ley 19.496 », Estudios de Administracion, vol.6, N°1, 1999.

Conclusion de la première partie

Cette présentation des organisations de consommateurs et des cadres de leurs actions nous permet de mieux saisir les enjeux sociaux et politiques portées par ces dernières. Si l'essor des associations de consommation s'ancre en France dans un contexte de reconstruction d'après-guerre, au Chili c'est la fin de la dictature conjuguée à la multiplication des biens immédiatement consommables, au développement des services et à l'augmentation générale du capital culturel des chiliens qui ont contribué à l'accélération de leur développement[142]. Tenir compte du contexte socio-historique, juridique et institutionnel dans lequel émerge un mouvement social tel que celui dans lequel s'inscrivent les organisations de consommateurs, est nécessaire à la compréhension de sa structuration internationale, nationale et ses répercussions sur les activités associatives à l'échelle locale.

[142] *Idem.*

Partie 2 : ESPACES MOBILISÉS ET RÉPERTOIRES D'ACTION ASSOCIATIVE. LES FONDATIONS D'UN CONTRE-POUVOIR ?

Introduction de la deuxième partie

Après avoir esquissé le portrait des associations étudiées et avoir présenté les contextes dans lesquels elles se développent nous tenons ici, dans cette partie transitoire qui nous permettra de mieux comprendre le fonctionnement et l'engagement associatifs au sein des associations de défense des consommateurs, à présenter les domaines dans lesquels elles interviennent ainsi que la manière dont elles défendent les droits et les intérêts des consommateurs. Cette partie, composée de trois chapitres, a donc pour objet de présenter les espaces ainsi que les répertoires d'action mobilisés par les associations de défense des consommateurs qui leur permettent de revendiquer la formation d'un contre-pouvoir.

Ainsi, dans le Chapitre V, nous nous proposons d'explorer les espaces que ces associations investissent. Nous verrons que si elles ont acquis une légitimité manifeste dans certains espaces du fait d'un investissement relevant de leurs traditions, d'autres espaces qu'elles tentent d'investir sont les lieux de mise en concurrence avec d'autres types d'associations.

Le Chapitre VI sera consacré aux répertoires d'action mobilisés par les associations de défense des consommateurs. Nous montrerons que ces répertoires peuvent s'ouvrir et se fermer au gré des situations.

Enfin, nous mettrons la focale, dans notre Chapitre VII, sur la manière dont les associations de défense des consommateurs se définissent comme des contre-pouvoirs.

Aussi, nous questionnerons leur positionnement dans l'espace marchand, leur rapport au pouvoir, de même que leur capacité de remise en cause des espaces marchands et de la société de consommation.

Chapitre V : Espaces de mobilisations et positionnements associatifs

Selon Lilian Mathieu « *toute nouvelle mobilisation occupe dès son émergence une position distincte (quoiqu'évolutive) à l'intérieur de l'espace des mouvements sociaux et se trouve « prise » dans des relations d'interdépendance qui l'unissent à d'autres unités contestataires.* »[143] Nous reprenons en substance cette idée en repérant les positions occupées par les associations de défense des consommateurs au sein des espaces structurés qu'elles investissent ou qu'elles cherchent à investir et dans lesquelles elles se mobilisent. Pour ce faire, nous nous appuierons principalement sur l'analyse générale des supports de communication externe des associations de défense des consommateurs. Nous ne cherchons pas ici à rendre compte de manière exhaustive des positions de chaque association dans chacun des espaces qu'elles occupent, ni de rendre compte de tous les domaines dans lesquels elles interviennent. Il s'agit ici d'esquisser la manière dont se structure leur action par l'occupation de ces espaces marchands et non marchands et d'introduire les éléments de convergences et de dissonances entre ces associations.

Nous verrons ici que si certains espaces semblent conquis par ces dernières du fait d'une mobilisation légitimée tant par les institutions que par les autres associations et organisations militantes, d'autres restent à conquérir.

[143] MATHIEU L., *L'espace des mouvements sociaux*, Paris, Editions du croquant, coll. « sociopo », 2012, p. 29. Pour la notion d'espace, voir également : MATHIEU L., « L'espace des mouvements sociaux », *Politix*, n°77, 2007/1, pp.131-151.

1. Des espaces traditionnellement investis par les associations de défense des consommateurs

Depuis leur création, les associations de défense des consommateurs ont investi prioritairement deux espaces : la consommation de biens et de services et le logement. Elles sont aujourd'hui, avec les associations spécialisées[144], les actrices de la société civile les plus légitimes à agir sur ces espaces.

1.1. La consommation de biens et de services

Les associations de défense des consommateurs ont pour objet principal de défendre et promouvoir l'intérêt des consommateurs dans l'espace marchand que constitue la consommation de biens et l'usage de services. Ainsi, elles expriment leurs revendications dans le but d'améliorer les conditions de consommation en exigeant la transparence des prix, la qualité et diversité des produits ainsi que la lisibilité et le respect des contrats[145]. Revendiquer la transparence des espaces marchands s'inscrit dans la volonté de l'ensemble des associations de défense des consommateurs à prendre part à l'entreprise normative des institutions encadrant ces espaces en participant à leur réglementation. Aussi, les associations de défense des consommateurs contribuent à la construction de règles destinées à garantir la transparence des prix ainsi que des contrats de vente.

Une des premières revendications des associations de défense des consommateurs est celle de la transparence des prix. Elles exigent un étiquetage lisible des prix (du produit tel qu'il est vendu mais aussi de son unité de référence, le prix à l'unité ou au kilogramme, par exemple) permettant aux consommateurs d'établir des

[144] Nous pensons ici, à titre d'exemple, aux associations de défense des consommateurs spécialistes des litiges avec les compagnies de téléphones, les fournisseurs d'accès internet, ou encore au DAL (l'association Droit au logement).
[145] FREIRE J., DIAS DA SILVA C., *Consumidores em movimento*, Lisboa, CIES-ISCTE, 1996, pp.58-59.

comparaisons et de faire des choix. Les combats menés en ce sens sont constants tant en France qu'au Chili car il s'agit bien d'établir des normes permettant la facilitation de la comparaison des prix. Ceci est l'objet d'un rapport de force prégnant avec les professionnels qui contournent la réglementation que ce soit de manière continue ou occasionnelle (pendant les périodes de soldes et de promotions).

S'ajoute à la normalisation des étiquetages des produits, la volonté de normaliser les contrats de vente. Aussi, les associations de défense des consommateurs dénoncent unanimement le manque de lisibilité des contrats de vente tant sur leur forme (dont la taille de la police est souvent minuscule et les pages très nombreuses) que sur le fond (langage juridique que peu de consommateurs maîtrisent) rendant peu accessible leur pleine lecture et leur compréhension.

La transparence des espaces marchands va également de pair avec la qualité des biens et des services. Domaine dans lequel les associations de défense de consommateurs jouent là encore un rôle normatif et revendicatif. Leur participation au sein des agences de normalisation (AFNOR pour la France, INN pour le Chili où les associations tentent d'y participer, ISO pour les normes internationales) est hautement stratégique puisqu'elles peuvent ainsi directement contribuer à la production de ces normes. En dehors de la production des normes elles veillent à leur diffusion et leur lisibilité. Tout comme pour les prix, les associations de défense des consommateurs revendiquent également une transparence quant à la qualité des produits vendus par l'étiquetage explicite de la composition de ces derniers ainsi que du lieu de fabrication et font campagne à ce sujet. Cette volonté de transparence de la qualité des produits est liée à la volonté de garantir la sécurité des consommateurs. En effet, qu'il s'agisse des jouets pour enfants[146], des produits alimentaires[147] et cosmétiques[148], les associations de défense des consommateurs invitent ces derniers à être attentifs aux labels permettant de

[146] À titre d'exemple, les multiples campagnes lancées par les associations de défense de consommateurs en France précédant les fêtes de fin d'année invitant les consommateurs à orienter leurs achats de cadeaux exclusivement vers les produits labellisés CE.

[147] Les scandales de la « viande aux hormones » ainsi que de la « vache folle » (en Europe) ont notamment contribué à la prise en compte de la problématique de la sécurité alimentaire.

[148] Concernant les produits cosmétiques, les associations alertent de manière récurrente les consommateurs sur les composants potentiellement toxiques de certains cosmétiques tels que les parabens et les sels d'aluminium, devançant ainsi les instituts de normalisation.

garantir que la production a respecté les normes en vigueur ainsi qu'à la composition des produits.

L'usage des services est l'objet d'approches très disparates entre associations de défense des consommateurs. Si certaines axent leurs revendications sur la qualité et le prix des services liés intrinsèquement à la mise en concurrence dans l'intérêt des consommateurs, d'autres avancent plutôt la revendication d'accessibilité et de démocratisation de ces services. Cette disparité est visible, notamment, s'agissant du domaine des transports, des énergies ainsi que des télécommunications. En effet, dans ces domaines UFC-QC tient une même ligne qui consiste à revendiquer la mise en concurrence en dénonçant les monopoles et les alignements des prix. La CLCV se positionne en matière de transport et des énergies en faveur du service public et des tarifs sociaux qu'elle revendique également pour les télécommunications. Ces positions sont, dans l'ensemble, partagées par ASSECO-CFDT et INDECOSA-CGT. Quant à Familles de France, l'association revendique dans le domaine des transports le développement d'offres tarifaires plus favorables aux familles et aux enfants et, fidèle à sa tradition antisyndicale, dénonce les grèves dans les transports publics dont les premières victimes seraient les familles usagères des transports. Au Chili, ADECOVAL se positionne en faveur de la création d'un service public des transports et de la distribution de l'électricité et du gaz. Les points de convergence sur ces thématiques existent cependant. En effet, toutes ces associations sont favorables à « faire jouer la concurrence » concernant le domaine des télécommunications et réclament plus de transparence sur les prix. De même, elles dénoncent toutes la hausse du prix des énergies qui impacte considérablement le pouvoir d'achat des consommateurs.

Faciliter le choix des consommateurs revient souvent à « faire jouer la concurrence » afin que les consommateurs puissent bénéficier des meilleurs prix. Ce principe de libre concurrence ou de concurrence « pure et parfaite » est propre aux logiques libérales[149]. Or, si la revendication consistant à rendre les espaces marchands plus transparents pour faciliter le choix des consommateurs est commune aux associations de défense de consommateurs, l'expression des finalités de cette

[149] Nous aurons l'occasion au cours du Chapitre VII de soulever l'hétérogénéité des positions des associations quant au libéralisme économique.

revendication ne fait pas l'objet du même consensus entre associations. En effet, certaines associations revendiquent, dans l'intérêt du consommateur, une mise en concurrence des biens et services et remettent en cause tout monopole, y compris étatique. Tandis que d'autres défendent avant tout l'idée selon laquelle tout consommateur, quel que soit son capital scolaire, devrait pouvoir maîtriser son budget en connaissant le coût réel des biens et services consommés ainsi que leur qualité.

1.2. Le logement

Les associations de défense de consommateurs ont également vocation à défendre les intérêts des consommateurs dans le cadre du logement qu'il s'agisse de la location ou de l'accès à la propriété[150]. Selon Cécile Péchu[151], le logement est un des principaux espaces de mobilisations des populations précaires.

En France, on situe historiquement les premières luttes conséquentes sur les questions de logement au XIXème siècle, dans les quartiers ouvriers où les revendications étaient liées à la hausse des loyers. Après la Seconde guerre mondiale, les revendications portées par les associations de locataires, dont font partie notamment la CSCV (devenue CLCV), sont axées sur « *la réquisition des logements vacants, l'arrêt des expulsions, ou encore le développement des logements sociaux.* »[152]. Aujourd'hui s'ajoute à l'ensemble de ces revendications, au sein de la CLCV, celle de la salubrité des logements. Du côté de Familles de France, l'association insiste sur sa conception du logement en tant que lieu où se construit la famille. Ses principales revendications portent sur l'adéquation entre la taille de la famille et celle du logement, la baisse de la taxe d'habitation pour les familles et le maintien des familles dans les logements sociaux y compris après le départ de certains membres. Quant à UFC-QC,

[150] Sachant qu'un consommateur adhérent d'une association et propriétaire d'un logement connaissant un litige avec un locataire ne peut être conseillé par l'association car cette dernière se place toujours du côté des « parties faibles » (cf. Chapitre VII).
[151] PÉCHU C., *Droit au logement : genèse et sociologie d'une mobilisation*, Paris Dalloz, 2006.
[152] DOIDY E., «Le logement décent et l'épreuve de la réquisition. A propos de la « précarité » des mobilisations de précaires. », in BOUMAZA M., HAMMAN P., *Sociologie des mouvements de précaires. Espaces mobilisés et répertoires d'action*, Paris, L'Harmattan, coll. : « Logiques sociales », 2007, p.81.

ses revendications en matière de logement se cristallisent principalement autour du respect des contrats de location et de vente des logements.

Au Chili, les luttes les plus marquantes sur la question du logement sont celles des *pobladores*[153] des années 1950 aux années 1980 qui occupaient des terrains et y construisaient des habitats de fortune, des quartiers entiers ont été ainsi construits que l'on appelle *poblaciones*[154]. Au sein d'ADECOVAL, beaucoup d'acteurs associatifs sont ou ont été des défenseurs de quartiers ayant des mandats de représentant de conseil de quartier. Ces défenseurs de quartier suivent une logique différente des *pobladores*, mettant en avant l'aspect social de leur action aux dépens du politique, leurs objectifs étant l'amélioration de la qualité de vie des habitants du quartier[155]. Aussi, l'association revendique des « logements dignes et sûrs pour tous »[156].

2. Des espaces à conquérir

Les associations de défense de consommateurs investissent des espaces sur lesquels d'autres organisations associatives peuvent sembler plus légitimes car cela fait partie de leur objet de création. À cela, nous y voyons deux enjeux majeurs, le premier est celui de la concurrence entre types d'associations sur un même espace et les conflits qui résultent d'une volonté de préserver son pré-carré d'un côté et d'en conquérir un autre de l'autre côté. Le deuxième enjeu est celui de la redéfinition de la consommation par les espaces sur lesquels ces associations veulent agir.

[153] En français « habitants ».
[154] BAROZET E., « De la démobilisation au réinvestissement « local ». Mouvements sociaux locaux et territoires au Chili », *Cahiers des Amériques Latines*, n°66, « Mouvements sociaux et espaces locaux », 2011/1, pp.80-81.
[155] *Ibidem.*
[156] La préoccupation liée à la sûreté des logements est lié aux risques sismiques de la région.

2.1. La défense de l'environnement

La défense de l'environnement est un espace sur lequel les associations de défense des consommateurs revendiquent leur légitimité du fait qu'il s'agit d'un élément du cadre de vie des consommateurs. Cet espace est largement investi par les associations spécialisées dans l'environnement, la défense de l'écologie et de la biodiversité. Aussi, dans cet espace, les associations de consommateurs, en concurrence avec ces associations spécialisées, doivent faire la preuve de leur légitimité à traiter ces questions, comme, par exemple, lors de leur participation au Grenelle de l'environnement. Aussi, elles inviteront les consommateurs à adopter une consommation favorisant la protection de l'environnement[157].

2.2. Le surendettement

Le surendettement constitue un espace occupé par les associations d'action sociale qui accompagnent les personnes en difficultés financières, notamment dues au surendettement, en particulier dans la constitution des dossiers soumis à la Banque de France. Les associations de défense des consommateurs s'engagent également dans cet espace en accompagnant les consommateurs dans leur montage de dossier mais aussi en revendiquant, unanimement, la fin des crédits revolving et l'arrêt de l'incitation au crédit à la consommation.

2.3. La santé publique

La question sanitaire, notamment dans le domaine alimentaire, est très importante au sein des associations de défense des consommateurs en France comme au Chili où la lutte contre l'obésité et le surpoids est importante. Les campagnes menées

[157] Nous reviendrons sur la diffusion de modèles alternatifs de consommation dans notre Chapitre VII.

pour une meilleure visibilité des apports nutritionnels des produits, la diminution de sel dans les repas préparés, pour l'équilibre des repas dans les cantines collectives, sont nombreuses et se heurtent frontalement aux associations de professionnels de l'agroalimentaire. Cet espace qu'elles investissent est initialement occupé par le corps médical et les associations pour la santé publique. Aussi, ces dernières adoptent un langage médicalisé pour évoquer ces risques sanitaires[158].

2.4. Le pouvoir d'achat.

La question du pouvoir d'achat est un des espaces où se polarisent d'un côté les associations de défense des consommateurs (hormis les associations syndicales) et les organisations syndicales. Car, si ces deux types d'organisations revendiquent la hausse du pouvoir d'achat ou, pour être plus exact, en dénoncent la baisse, les premières partent de l'exigence de maintien ou réduction des prix des biens de consommation quotidiens, les secondes, elles, mettent en avant l'augmentation des salaires[159].

L'étude des positions qu'occupent les associations de défense des consommateurs dans ces différents espaces montre combien les contextes économiques, sociaux et politiques dans lesquels se développent ces organisations orientent les associations vers l'investissement de nouveaux espaces. Cela permet également de mettre en évidence la singularité de ce type d'association dans l'ensemble du champ associatif qui peut générer une mise en concurrence entre différents types d'associations occupant le même espace[160]. De même, nous avons pu montrer l'hétérogénéité des

[158] Ceci nous renvoie avec force au questionnement d'Ulrich Beck sur la « *société du risque* » : BECK U., *La Société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Flammarion, coll. : « Champs », 2003.
[159] Bien qu'il arrive que des organisations syndicales appellent à bloquer le prix des carburants, de l'électricité et du gaz, c'est bien sur les salaires que se cristallisent leurs principales revendications.
[160] TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctorat de Sociologie, Université de Lille, 1982, p.128.

revendications posées par chaque association de défense des consommateurs. Il s'agit désormais de mettre en évidence la manière dont elles investissent ces espaces par la déclinaison des répertoires d'action qu'elles mobilisent.

Chapitre VI : Répertoires d'action associative

Après avoir rendu compte des espaces mobilisés par les associations de défense des consommateurs, nous interrogeons ici le « *répertoire d'action* »[161] associative afin de comprendre la manière dont se structure l'activité globale des associations. Ce répertoire d'action n'est pas figé, il s'ouvre (ou se ferme) au gré des victoires et des défaites éprouvées par le collectif redéfinissant constamment les moyens d'action des associations[162]. Aussi, dans un premier temps, nous exposerons les répertoires qui constituent les modalités d'action périphériques de ces associations pour nous centrer, dans un deuxième temps, sur les répertoires au cœur de l'activité associative.

1. Des modalités d'action périphériques…

Nous nous attacherons ici à rendre compte des répertoires mobilisés aujourd'hui à la marge par les associations de défense de consommateurs. Parmi ces actions

[161] Charles Tilly définit un répertoire d'action comme étant un ensemble « *de moyens d'agir en commun sur la base d'intérêts partagés*. ». TILLY C., *La France* conteste*. De 1600 à nos jours*, Paris, Fayard, Coll. Espace du politique, 1986, p.541.

[162] MATHIEU L., « Des mouvements sociaux à la politique contestataire : les voies tâtonnantes d'un renouvellement de perspective », *Revue française de sociologie*, vol. 45-3, 2004, pp.561-580.

périphériques mobilisées par les associations de défense des consommateurs, l'on trouve paradoxalement des actions propres au répertoire traditionnel de ce type d'associations ainsi qu'un répertoire propre au mouvement ouvrier.

1.1. Le répertoire traditionnel des organisations de consommateurs

Au sein du répertoire d'action traditionnel des associations de défense des consommateurs, l'on trouve les boycotts et les actions d'auto-réduction. Les boycotts qui ont appelé à cesser d'acheter un produit afin de créer un rapport de force avec le producteur et/ou le distributeur, celui-ci pouvant pâtir d'un manque à gagner en conséquence. C'est surtout au sein d'ADECOVAL que nous avons eu l'occasion de repérer des campagnes de boycott. En effet, l'association a participé à un appel au boycott des distributeurs de viandes aux hormones. De même, ADECOVAL a elle-même appelé à boycotter certaines enseignes qui n'appliquaient pas la réglementation en matière d'étiquetage des prix.

Les actions d'auto-réduction consistent à se présenter massivement aux caisses d'un magasin avec un ensemble de produits de nécessité quotidienne, en ne payant qu'une partie de la somme due (ou sans rien payer), en vue de redistribuer ces produits. Ces actions semblent être aujourd'hui oubliées des associations de défense des consommateurs, du moins pour celles que nous avons rencontrées, mais connaissent un véritable essor dans d'autres mouvements sociaux[163].

[163] Pour les boycotts, voir : BOZONNET J-P, « Boycott et « buycott » en Europe », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », pp.72-75. Des actions d'auto-réduction ont notamment eu lieu pendant le mouvement contre la réforme des retraites de 2003, le mouvement dit « du CPE » en 2006, puis lors des mouvements universitaires de 2007 contre la LRU et, plus récemment, lors du mouvement contre la réforme des retraites de 2010.

1.2. Un répertoire inspiré du mouvement ouvrier

La « *fascination syndic*ale »[164] dont fait état Jean-Yves Trépos dans sa thèse peut s'objectiver par la mobilisation d'un répertoire d'action propre au mouvement ouvrier qui regroupe les manifestations, sit-in, blocages et séquestrations de bailleurs. Bien qu'il ait laissé une forte emprunte au sein de la CLCV, notamment à Uckange comme en témoigne l'extrait d'entretien qui suit, ce répertoire semble avoir été écarté par l'ensemble des associations de défense des consommateurs en France.

> « (…) À l'époque, de Raymond Barre c'est une anecdote qui est assez croustillante parce que Raymond Barre qui à l'époque était Premier Ministre, vous étiez peut-être trop jeune pour le connaître parce qu'il est mort depuis. Donc c'était en 78 ou 79 et lui il avait dit « ben oui mais les consommateurs ils doivent faire jouer la concurrence et exiger des prix des commerçants». Bon ben nous on a dit « ok, on va exiger les prix des commerçants hein », donc avant c'était pas le Cora c'était (*inaudible*) enfin bon c'était pareil c'était là où il y a le Cora Mondelange et donc on est venu à 25-30 on a remplis des caddies de ce qu'on voulait effectivement acheter puisqu'on aurait pu acheter effectivement pour nous et puis on s'est pointé tous ensemble à la caisse enfin aux caisses. On a donc bloqué l'ensemble des caisses fallait quand même marquer le coup quoi hein et en laissant quand même 2-3 caisses, compte tenu que bien évidemment c'était un samedi après-midi donc il y avait 2-3 caisses donc c'était largement insuffisant donc il y avait une pagaille monstre et on a exigé 10% de remise. On a dit « ben c'est le Premier Ministre qui l'a dit qu'on devait négocier les prix donc nous ben voilà on demande 10% de réduction ». Et bien sûr ils ne nous ont pas accordé les 10% et bon enfin ça a un petit peu chauffé parce que les cadres du magasin essayaient de nous faire déguerpir, éventuellement en tirant les caddies dehors pour débloquer les caisses. Il y a eu des prises de parole pour expliquer aux autres consommateurs quelles étaient les motivations qui nous avaient poussé à faire ça et qu'en fait on défendait leur pouvoir d'achat quoi et qu'en fait on était de leur côté et qu'on était pas là pour les embêter quoi. Et bon bien sûr ça a tenu 1h -1h et demie et après on a laissé tous les caddies dans le magasin et on est parti, bon on a pas eu de réduction mais on a fait une action quand même. (…) On en a eu quelques-unes autres qui était de la même veine je dirai puisqu'on a bloqué le gérant d'un bailleur immobilier social Batigère à l'époque ça ne s'appelait pas comme ça mais bon c'est pareil, c'est la même chose. Puisqu'il y avait des problèmes de chauffage à Fameck où ça faisait plusieurs hivers que le chauffage pétait, donc tout à coup il y avait une canalisation qui pétait alors bien sûr il y avait tout un immeuble ou deux immeubles qui étaient pas chauffés où il y avait pas de chauffage et bien sûr c'était toujours l'hiver bien entendu parce que sinon on allume pas le chauffage. Et donc comme ça faisait déjà trois ans que c'était comme ça et que pour une semaine, 15 jours les gens n'avaient pas de chauffage donc il fallait qu'ils se débrouillent. Donc on en a eu marre et on a bloqué le gérant on lui a dit « maintenant on part pas tant que

[164] TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctorat de Sociologie, Université de Lille, 1982, p. 262-266.

vous aurez pas rétabli le chauffage par un moyen ou par un autre y compris par des chaufferettes électriques avec prise en charge bien sûr de la facture d'électricité par la société ». Donc ça a duré quand même de 9h le matin jusqu'à je sais plus 21h ou 22h le soir donc assez tard où enfin ils ont débloqué la situation en appelant EDF en demandant qu'ils amènent des petites chaufferettes électriques à toutes les familles. Ils se sont engagés à prendre à charge les factures d'électricité puisque c'était très consommateurs d'électricité les petites chaufferettes. Et puis en s'engageant à faire des réparations sérieuses de façons à ce que ça ne se reproduise plus les hivers suivants quoi. Et effectivement ça a été le cas, ils ont réparé comme il faut mais ça aussi ça a été un peu chaud. C'était même avant ça c'était vers les années 74-75. J'étais arrivé à la CLCV depuis quelque temps j'étais bon un peu surpris de l'action très dure parce que j'avais pas l'habitude de ça et moi j'étais un suiveur j'étais pas un leader. C'est vrai que j'avais déjà eu une expérience de ce type de manifestation dans la sidérurgie puisque la sidérurgie en 70-71 tout au début quand j'y suis arrivé, ils étaient déjà aussi en train de restructurer, ils fermaient l'usine de Knutange, ils fermaient une autre unité à Hayange. Et donc il y avait eu aussi des manifs assez musclées avec des CRS etc. donc on avait eu des petits entraînements à ce moment-là donc ça allait, ça me plaisait bien.(…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

On note ici les passerelles entre mouvement de défense des consommateurs et celui du mouvement ouvrier contre les fermetures d'usine. Bien que ces modalités d'action soient aujourd'hui marginales, y compris au sein de la CLCV, elles n'ont pas été pour autant totalement abandonnées. En effet, la CLCV Moselle, en tant que membre du Collectif de lutte contre la misère appelle à des rassemblements annuels le jour de la levée de la trêve hivernale. Elle a été présente également lors des dernières manifestations en solidarité aux personnes sans-papiers, lors du mouvement des retraites en 2010 ainsi que contre la fermeture des usines de la Vallée de la Fensch en 2011 et 2012. Elle n'est plus porteuse d'initiatives de ce type de mobilisation et va plutôt répondre aux appels initiés par d'autres organisations militantes.

ADECOVAL à Valparaíso quant à elle mobilise fréquemment ce répertoire aussi bien en réponse aux appels unitaires lancés par les organisations politiques et les centrales syndicales contre le néo-libéralisme qu'à leur propre initiative. Aussi, l'association est fréquemment porteuse d'appels à bloquer les grandes surfaces ne respectant pas les étiquetages ou les administrations ne respectant pas les droits des usagers. De même, l'association appelle à des rassemblements durant lesquels elle diffuse des tracts et fait signer des pétitions afin d'acquérir de nouveaux droits favorables aux consommateurs.

« (…) Si on se contente de discuter dans les commissions sans aller vers les citoyens qui sont tous des consommateurs ça ne sert à rien. Personne ne nous connaîtrait si on restait dans notre local en attendant que le Sernac nous envoie des consommateurs quand ils rencontrent des problèmes. Il faut qu'on aille là où les gens sont, c'est-à-dire dehors, dans la rue, dans les magasins, pour les toucher directement. On doit être visible parce que personne ne le fera pour nous. En plus, quand on fait ça on appelle les journalistes ça permet d'avoir un article et de toucher encore plus de personnes que celles qu'on a croisées lors de l'action. C'est aussi se réapproprier la rue qui nous était interdite pendant seize ans. Et puis, parce que la question est là, s'il existe encore des arnaqueurs, des escrocs, c'est parce que des personnes cupides ont eu l'opportunité de s'enrichir pendant ces années précisément. Il faut donc maintenant que cela cesse, donc nous les dénonçons sur la place publique pour petit à petit restreindre les opportunités de ces sans-vergognes. (…) » (Bénévole ADECOVAL, militant des mouvements sociaux (non encarté), saisonnier)

Ce bénévole d'ADECOVAL relève ici le souci de visibilité de l'organisation[165] à travers la mobilisation de ce répertoire d'action qui permet une apparition de l'association sur la place publique. Il s'agit également pour l'association d'aller vers les consommateurs qu'elle cherche à organiser en son sein.

2. … au cœur de l'activité des associations de consommateurs

Après avoir exposé les répertoires périphériques, nous arrivons au cœur de l'activité des associations de défense des consommateurs par l'explicitation des répertoires d'actions les plus mobilisés et les plus valorisés par ces dernières. Nous avons pu repérer deux répertoires centraux : l'information et l'éducation des consommateurs et la défense de ces derniers.

[165] Fabien Granjon souligne l'enjeu stratégique central que présente l'utilisation des outils médiatiques pour visibiliser les actions associatives. Par ailleurs, cette visibilité notamment médiatique est, selon Olivier Voirol, un enjeu de lutte. GRANJON F., « Les répertoires d'actions télématiques du néo-militantisme », *Le Mouvement Social*, n°200, 2002/3, pp.11-32. VOIROL O., « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique », *Réseaux*, n° 2005/1, pp. 89-121.

2.1. L'information et l'éducation des consommateurs

L'information et l'éducation des consommateurs est un répertoire d'action qui s'appuie sur la construction et la diffusion de savoirs associatifs par lesquelles les associations se positionnent en tant qu'expertes dans les espaces qu'elles souhaitent investir. Les enquêtes de prix, l'utilisation de plusieurs types de médias, les rencontres directes avec les consommateurs ou encore la conception de projets pédagogiques sont des actions menées dans le cadre de ce répertoire.

2.1.1. Les enquêtes de prix

Les enquêtes de prix constituent une véritable expérience de construction de savoirs propres aux associations de défense des consommateurs[166]. Ces enquêtes appellent au suivi d'un protocole conceptualisé par des dirigeants associatifs (souvent membres des bureaux nationaux des associations) et mis en œuvre par les acteurs associatifs locaux lorsqu'ils effectuent leur enquête. Cette standardisation permet notamment de faciliter la production d'enquêtes par des profils très hétérogènes en termes de capitaux scolaires ainsi que d'insister sur le caractère scientifique de la démarche. Ces enquêtes peuvent également être un point d'appui à des revendications portant sur un secteur particulier à l'instar de l'enquête sur les crédits revolving racontée par le Président d'UFC-QC Thionville.

> « (…) En début d'année, on a mené une lutte contre le crédit revolving. On a fait une enquête, nos bénévoles se sont présentés dans les enseignes en se faisant passer pour un consommateur lambda qui voulait acquérir un objet et qui voulait le financer et on attendait de voir ce qui nous proposait pour le financer. Et à chaque fois on nous proposait soit une carte de fidélité soit un crédit revolving. Donc on a compilé cette enquête, on l'a envoyé à la fédération nationale, les résultats sont sortis. Au niveau régional, on a fait pression sur les élus pour qu'ils posent des questions à l'Assemblée nationale pour faire évoluer la loi. Et au niveau médiatique j'ai organisé une

[166] LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M., « L'expertise comme question sociologique » *in* LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M. (Coord.), *L'expert associatif, le savant et le politique*, Paris, Ed. Syllepse, 2003, pp. 7-14.

conférence de presse. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Ces enquêtes ont vocation à être publiées sur ces « *dispositifs de médiation marchande* »[167] que sont les sites internet des associations et dans les magazines édités par les associations, ces magazines étant, pour beaucoup, principalement connus par la diffusion de celles-ci. Lorsqu'il s'agit d'une enquête liée à un axe de lutte important, la diffusion est plus large que les supports de communication propres aux associations de défense des consommateurs.

2.1.2. Utilisation de différents canaux de diffusion

Les associations de défense des consommateurs multiplient les canaux de diffusion de leurs informations afin de toucher un maximum de consommateurs. Parmi ces canaux de diffusion, les magazines qu'elles éditent et les médias de masse. Cette diffusion constitue un enjeu stratégique important tant pour le développement de l'association que pour acquérir une audience allant bien au-delà des adhérents.

Les magazines

Les magazines ont pour objectif de diffuser les informations récoltées et analysées par les associations. Qu'il s'agisse d'articles spécifiques au code de la consommation, aux questions sanitaires, de développement durable ou d'essais comparatifs de produits (beaucoup plus présents dans les magazines des organisations issues du courant consumériste que dans les autres organisations), le but premier est de transmettre des réflexes en matière de consommation et d'en assurer une diffusion suffisamment importante pour être lu par des consommateurs qui pourraient

[167] DUBUISSON-QUELLIER S., « De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace des choix dans la consommation », *L'Economie politique*, n°39, « Pour un nouveau modèle de consommation. », Trimestriel-juillet 2008, p.25. Voir également : DUBUISSON-QUELLIER S., « L'espace de choix des consommateurs », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », mars 2011, pp. 50-54.

potentiellement rejoindre une des associations, trouvant des points d'accord avec les principes ou les actions menées par celle-ci.

Les magazines sont également des outils identificateurs des associations. En effet, les magazines par leur format, les couleurs mises en avant mais aussi leur contenu permettent aux associations de défense des consommateurs de se distinguer les unes des autres.

Les sites internet

Les sites internet, véritables vitrines des associations, ont également une fonction identificatrices. Gratuits et accessibles à tous, ils sont aujourd'hui un support de communication indispensable[168]. L'architecture et le choix graphique des sites est significatif de l'image que les associations de défense de consommateurs veulent donner à voir, au même titre que leur nom et les slogans descriptifs. Ainsi, l'architecture du site d'UFC-QC met en avant l'expertise associative et son efficacité à répondre à des thématiques diversifiées, renvoyant ainsi l'action associative au « *monde industriel* »[169]. Tandis que le site de la CLCV est construit de façon à mettre en évidence la dimension militante de l'action associative tout en mettant en avant son ancrage dans les principes d'éco-citoyenneté du fait du choix des couleurs vertes et du choix d'un graphisme épuré, se situant ainsi plutôt dans le « *monde civique* »[170], tout comme les sites d'ASSECO-CFDT et d'INDECOSA-CGT. Enfin, le site de Familles de France renvoie au « *monde domestique* »[171] en affichant des photographies de familles souriantes et en mettant en exergue les rapports intergénérationnels.

Les médias de masse

« *Le temps pseudo-cyclique consommable est le temps spectaculaire, à la fois comme temps de la consommation des images, au sens restreint, et comme image de la*

[168] GRANJON F., « Les répertoires d'action télématiques du néo-militantisme », *Le mouvement social*, n°200, 2002/3, pp.11-32.
[169] BOLTANSKI L., THEVENOT L., *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.
[170] *Idem.*
[171] *Idem.*

consommation du temps, dans toute son extension. Le temps de la consommation des images, médium de toutes les marchandises, est inséparablement le champ où s'exercent pleinement les instruments du spectacle, et le but que ceux-ci présentent globalement, comme lieu et comme figure centrale de toutes les consommations particulières : on sait que les gains de temps constamment recherchés par la société moderne - qu'il s'agisse de la vitesse des transports ou de l'usage des potages en sachet - se traduisent positivement pour la population des États-Unis dans ce fait que la seule contemplation de la télévision l'occupe en moyenne entre trois et six heures par jour. »[172]

Cette citation de *La Société du Spectacle* de Guy Debord nous interpelle sur le rôle que joue la consommation d'images notamment publicitaires (et le cas échéant télévisuelles) dans le quotidien des personnes. Ce à quoi il nous faudrait ajouter les messages *audio*, les supports papiers, les multiples affichages dans l'espace public et virtuel sollicitant les consommateurs sans leur consentement. Il s'agit alors pour les associations de consommateurs de tenter de déconstruire ces milliers de messages quotidiens invitant à une consommation effrénée afin que les consommateurs puissent maîtriser leur rapport à la consommation. Des spots télévisés aux émissions de radios en passant par la presse écrite et internet, l'objectif pour les organisations de consommateurs est d'investir ces espaces afin de diffuser au plus grand nombre de consommateurs possible des informations sur les droits des consommateurs, ainsi que des conseils pour « mieux consommer »[173].

Cette nécessité d'investir les médias de masse pour exister est présente dans toutes les associations rencontrées sur le terrain. En effet, bien que les organisations relevant du courant consumériste aient un rapport aux mass médias plus intense que les autres du fait que ces derniers leur confèrent une autorité d'experts sur les questions de

[172] DEBORD G., *La Société du Spectacle*, Paris, Gallimard, coll. : « Folio », (1967) 1992, p.153. A cet égard, Guy Debord précise que l' « *américanisation* » des modes de vie représente la forme « *diffuse* » du « *pouvoir spectaculaire* » qui consiste en ce que les salariés soient incités à effectuer des choix entre une multiplicité toujours plus importante de marchandises. DEBORD G., *Commentaires sur la société du spectacle*, Paris, Gallimard, coll. : « Folio », (1988) 2008, p.21.

[173] MORALES LA MURA Q., « Contribuer à modéliser la figure du consommateur malin. Le rôle des organisations de consommateurs », in CLOCHARD F., DESJEUX D. GOUIN S., *Le consommateur malin face à la crise. Tome 1 : Le cadrage du client et les marges de manœuvre du consommateur,* Paris, L'Harmattan, coll. : « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », 2012, *à paraître.*

consommation, les autres organisations ne manquent pas d'utiliser ces canaux de communication.

L'intérêt principal et les limites de l'efficacité de cet investissement résident tous deux dans le fait de diffuser l'information au sein des mêmes espaces dans lesquels se concentrent intensément les messages publicitaires. Car bien qu'il soit intéressant de diffuser ces informations sur le terrain occupé par les publicitaires, on peut s'interroger quant à la réception des informations par les consommateurs[174]. En effet, les informations émises par les organisations de consommateurs via les médias de masse risquent de se trouver noyées dans une profusion de discours marchands. D'où l'enjeu stratégique pour ces organisations de produire des supports de communication qui leur sont propres.

Enfin, l'utilisation des médias de masse permet également de rendre visible les autres actions portées par les associations de défense de consommateurs. Comme le font remarquer Olivier Fillieule et Cécile Péchu, la diffusion d'informations par les médias de masse est « *un moyen institutionnel de réaliser des buts non institutionnels en communiquant avec les militants et les adhérents (au niveau interne), en étendant le potentiel de mobilisation par l'information d'une large partie de la population et en neutralisant les opposants potentiels par l'imposition du sens à donner à leur action*. »[175].

2.1.3. Les rencontres organisées par les associations

Outre le fait de rendre visible l'organisation associative en créant l'occasion d'un face à face avec des consommateurs, les rencontres organisées par les associations ont un but principalement pédagogique. Il s'agit, par l'échange direct, de renseigner les consommateurs sur leurs droits, les litiges rencontrés de manière récurrente mais aussi de contribuer à questionner les modes de consommation. Parmi ces rencontres

[174] *Idem.*
[175] FILLIEULE O., PÉCHU C., *Lutter ensemble. Les théories de l'action collective*, Paris, L'Harmattan, coll. : « Logiques Politiques », 1993.

organisées, nous distinguons deux formats : les réunions publiques et les ateliers « consommation ».

Les réunions publiques

Entre le meeting politique ou syndical et la conférence universitaire, les réunions publiques organisées par les associations de défense de consommateurs sont destinées à la fois à « éduquer » les consommateurs et à les motiver à rejoindre l'association. Elles traitent des problématiques liées aux questions de consommation en s'appuyant sur l'expertise associative, la connaissance du droit et en lançant des perspectives d'action ou de réflexion à engager collectivement à moyen ou long terme.

Les ateliers

Les ateliers se déclinent sous deux formes. La première comprend des ateliers théoriques, en petit nombre, qui permet à la fois la diffusion des savoirs associatifs telle que dans les réunions publiques et des discussions autour d'une question, une problématique suscitée par le format de ce type de rencontre.

> « (…) Moi, par rapport à ça comme je suis militant écolo, et que je suis dans des réseaux environnementaux sur des pôles qui travaillent aussi sur la question de la consommation. Moi mon rapport à la consommation, il va dans ce sens là. C'est-à-dire que ça renvoie à des projets d'éducation qu'on a sur Arry, donc de l'éducation qui rejoint l'éco-citoyenneté et du coup l'éducation à l'éco-citoyenneté rejoint l'aide aux familles liée à la consommation. C'est très souvent lié car c'est souvent par ignorance qu'on pollue, donc du coup on met en place avec le juriste de la fédération on va mettre en place des ateliers de sensibilisation pour les familles sur les thématiques du pouvoir d'achat et en essayant d'éduquer les citoyens à ne plus être seulement des consommateurs et à être plus des citoyens que des consommateurs. L'objectif c'est de bosser sur des thématiques de consommation respectueuse et surtout de montrer aux familles comment vivre mieux avec moins. Là le projet est en train de naître et à terme ce sera d'animer des conférences et de mettre en place des réunions de sensibilisations des familles. Cela pourra aussi se faire au travers des écoles, du périscolaire qu'on est en train de mettre en place. C'est encore en réflexion. On sait pourquoi, on ne sait pas quand mais là on réfléchit au comment on va mettre ça en place et vers quel public on va s'orienter pour atteindre notre cible, c'est-à-dire les familles. L'avantage qu'on a et c'est le relais c'est les gamins, on peut faire passer le message par les projets pédagogiques.(…) » (Directeur salarié de la Fédération

Familles de France Moselle, militant écologiste Green Peace, ancien bénévole d'une association d'éducation populaire)

Le Directeur de la Fédération mosellane de Familles de France décrit ici des ateliers théoriques permettant de lier les questions de consommation et de pouvoir d'achat à la défense de l'environnement.

D'autres types d'ateliers, plus pratiques, sont mis en place par certaines associations de défense des consommateurs telles qu'ADECOVAL et la CLCV Uckange. Pour la première il s'agit d'ateliers de bricolage à partir de matériaux de récupération dans lesquels les acteurs associatifs se réunissent dans les locaux (les ateliers sont ouverts aux personnes non-adhérentes) et fabriquent des objets à partir des matériaux qu'ils ont glanés. Le but étant de mutualiser les compétences pour que chacun puisse, de manière autonome, bricoler des objets et éviter d'acheter systématiquement. Dans le même esprit, la CLCV Uckange propose des ateliers couture, le but étant de permettre aux personnes, notamment en situation précaire, de faire elles-mêmes leurs propres vêtements et d'éviter de jeter systématiquement les vêtements usagés[176].

2.2. La défense des consommateurs

Défendre les consommateurs induit deux actions complémentaires. La première consiste à représenter les consommateurs dans l'arène publique[177], cela passe aussi bien par la prise de parole dans les médias (et notamment les *mass medias*) comme nous l'avons vu plus haut mais aussi par la participation aux différentes instances de concertation. La seconde consiste en des prestations de service à destination des consommateurs.

[176] Ces types d'ateliers gagnent du terrain dans d'autres types de mouvements sociaux et contre-culturels, qu'il s'agisse du freeganisme ou du « DIY » (Do it yourself !/ fait le toi-même !). Voir : HEIN F., *Do It Yourself! Autodétermination et culture punk*. Paris, Le passager clandestin, 2012.

[177] Daniel Cefaï et Dominique Pasquier définissent l'arène publique comme « *un lieu de débat, de polémique ou de controverse, de témoignage, d'expertise et de délibération où petit à petit émergent des problèmes publics* ». CEFAÏ D., PASQUIER D., « Les sens du public. Introduction. » in CEFAÏ D., PASQUIER D (dir.), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF, 2003.

2.2.1. Assurer leur représentation

Afin de défendre les consommateurs face aux « professionnels » les associations de défense des consommateurs sont amenées à représenter ces derniers en participant aux instances de concertation. Géraldine Pflieger, dans son étude portant sur le système de régulation de l'eau, montre que l'État comme les « professionnels » trouvent un intérêt à ce que les consommateurs soient représentés dans ces instances car cela leur permet de « *sortir du face à face en introduisant le point de vue d'un tiers* »[178]. Pour les associations de défense des consommateurs, il s'agit avant tout d'intégrer les dispositifs décisionnels afin que la figure du consommateur n'en soit pas écartée[179]. Aussi, comme le montrent les deux extraits d'entretien ci-dessous pour les associations de défense des consommateurs, la participation à ces instances représente un enjeu de crédibilité et une marque de reconnaissance institutionnelle de l'utilité sociale de l'association. Mais cela prend aussi l'allure d'une véritable lutte des places car les associations sont mises en concurrence entre elles pour siéger dans ces espaces stratégiques.

> « (…) Donc on avait quelque chose comme 1500 adhérents 1600, c'était très peu donc il fallait se faire reconnaître par tous les institutionnels en quelques sortes : les bailleurs sociaux, les commerçants etc. Donc c'était beaucoup plus dur qu'aujourd'hui. Aujourd'hui on est pratiquement reconnu partout. Même si c'était sans vouloir être prétentieux mais on a une assise quand même qui nous permet quand on veut d'être reçu à droite et à gauche par les administrations ou même au niveau national par le gouvernement, les ministres etc. On est reçu ce qui n'était pas le cas avant. A l'époque il fallait se faire une place au soleil en quelque sorte. Donc quand on écoute pas les gens à un moment donné l'action doit se durcir pour qu'on nous voit au moins et qu'on nous écoute donc c'est un peu ça le principe. Donc c'est vrai que là ça fait depuis 85 à peu près qu'on parle plus d'action vraiment musclée. (…)» (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

> « (…) Dans ce qui est défense et protection des consommateurs il faut être très actif, d'ailleurs on est connu pour ça. Et quand vous êtes connus dans ces commissions comme étant un membre actif qui apporte des idées et notamment des

[178] PFLIEGER G., « Domination du consommateur et résistance du citoyen. Les tensions entre les figures de l'usager au sein du système de régulation de l'eau en France. » *Flux*, n° 48-49, 2002/2-3, p.20-21.
[179] VALDEBENITO VERDUGO M.-P., « Del consumismo el consumerismo y al consumo responsable. Podemos hablar de un Nuevo tipo de consumidores? », Ponencia, Encuentro Pre ALAS, 50 años de Sociología en Chile, Santiago, nov. 2008. Voir également : GARCIA CANCLINI, N., *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1995.

connaissances, parce que les commissions sont renouvelées des fois et les places sont limitées alors si vous n'avez pas la compétence qu'il faut vous n'êtes plus retenus. Alors que si on est efficace, on nous appellera pour d'autres commissions et ça, ça fait partie justement de la représentativité. Une association qui ne va pas devant les administrations pour porter la parole, je ne sais pas ce qu'elle fait. La défense des consommateurs c'est aussi aller dans les administrations pour porter toutes les anomalies repérées par nous ou les usagers. (…) » (Juriste salarié de la Fédération Familles de France Moselle, bénévole à UFC-QC Metz)

Cependant, les entretiens menés avec les acteurs associatifs ont permis de saisir plusieurs obstacles à la participation des associations de défense de consommateurs à ces instances de concertation.

« (…) On représente les consommateurs dans les commissions. Aujourd'hui, à mon grand désespoir je suis le seul à siéger, j'aimerais bien déléguer mais ça ne se bouscule pas pour y aller. Il y a la commission des dépanneurs d'autoroute, c'est une commission qui se réunit pour donner des agréments à des professionnels, il y a la commission des taxis donc ça c'est une commission qui se réunit à la préfecture et c'est pour délivrer les licences de taxi, je siège également à la CDAC qui autorise les ouvertures des grandes surfaces et des autres commerces, et il y a une bénévole qui est une professionnelle de la santé qui représente les usagers au sein d'une clinique thionvilloise.(…) d'ailleurs j'oubliais que je siège aussi dans une autre commission c'est la commission consultative des services publics locaux de la mairie et de la communauté d'agglomération. Notre rôle au sein de ces commissions c'est d'être à l'écoute des usagers et de remonter les doléances que l'on entend sur le terrain. Notre démarche se fait dans l'intérêt des consommateurs. Parfois, il y a des incompréhensions de la part des adjoints ou des maires mais par exemple, à la CDAC, notre association est en procès avec certaines enseignes, je me vois mal donner mon accord pour l'ouverture de cette enseigne-là. Ensuite, tous les comptes rendus de ces commissions sont à la disposition des bénévoles, ils peuvent les consulter sans problème. Sinon je fais un rapport succinct au Conseil d'administration mensuel. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

« (…)Bon, en tant que salarié on n'est pas obligé d'adhérer à la philosophie de l'association mais on doit bien la défendre quand on est en représentation c'est pour ça que je ne trouve pas normal que ce soit à moi d'aller toujours seul aux commissions, normalement c'est aux militants de le faire pas aux salariés. Quand on a le même objectif ce n'est pas un problème parce que le but ce sera de porter l'association mais cela peut arriver que le salarié n'ait pas la même vision et là c'est problématique. Le problème c'est que là, il y a un abandon des militants, ils se reposent sur les salariés. Ça pour plein de raison parce qu'ils n'ont pas le temps, parfois les commissions sont très techniques et ils n'ont pas les compétences pour, quand vous êtes au milieu d'une concurrence quand vous êtes au milieu d'autres associations avec des professionnels c'est à qui prendra la parole, si vous n'avez pas des idées ou une connaissance pointue on ne vous écoutera pas. Donc les militants

n'ont pas envie d'y aller pour rester les bras croisés devant tout le monde. Chaque association a un créneau de prédilection, nous on travaille sur le logement alors si dans les commissions sur le logement je ne prends pas la parole, c'est mal barré. Dans ce qui est défense et protection des consommateurs il faut être très actif, d'ailleurs on est connu pour ça. Et quand vous êtes connu dans ces commissions comme étant un membre actif qui apporte des idées et notamment des connaissances, parce que les commissions sont renouvelées des fois et les places sont limitées alors si vous n'avez pas la compétence qu'il faut vous n'êtes plus retenu. Alors que si on est efficace, on nous appellera pour d'autres commissions et ça, ça fait partie justement de la représentativité. Une association qui ne va pas devant les administrations pour porter la parole, je ne sais pas ce qu'elle fait. La défense des consommateurs c'est aussi aller dans les administrations pour porter toutes les anomalies repérées par nous ou les usagers. (…) » (Juriste salarié de la Fédération Familles de France Moselle, bénévole à l'UFC-QC Metz)

« (…) Au début c'était dur d'y entrer et maintenant c'est eux qui font appel à nous quand ils ont besoin parce que c'est sûr que tout le monde ne se bouscule pas pour y aller parce que c'est du boulot et ce n'est pas payé mais il faut y aller alors des fois c'est les bénévoles qui y vont mais c'est en général en journée donc les bénévoles s'ils y vont faut les indemniser au bas mot. (…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

« (…) Et il y a une volonté, quand on regarde au niveau des institutions, le Conseil général, la CAF etc. quand ils font des réunions concernant le monde associatif ils les font en journée, ce qui fait que le bénévole ne peut pas être là, l'administrateur ne peut pas être là s'il travaille donc ils ont à faire qu'au Directeur. Quand on prend une fédération comme le COJEP, par exemple, qui est le regroupement de toutes les fédérations d'éducation populaire, c'est pareil. On ne devrait y retrouver que les administrateurs et on y retrouve que les salariés mis à part quelques associations familiales comme Familles rurales, Familles de France etc. où là c'est encore des administrateurs qui viennent, on ne retrouve que des salariés. Pareil pour l'UDAF qui est l'Union départementale des associations familiales, on n'entend jamais parler des administrateurs, on entend parler des directeurs, des délégués aux tutelles et on ne connaît même pas son Président. Ce qui est grave. (…) » (Secrétaire adjointe de Familles de France Moselle, Présidente de Familles Lorraine, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

Comme le montrent les extraits d'entretiens ci-dessus, un des premiers obstacles à la participation des associations de défense des consommateurs à ces instances de concertation réside dans le nombre restreint d'acteurs associatifs en capacité de représenter la structure associative. En effet, le niveau de technicité requis pour participer à ces instances ainsi que les horaires auxquels ont lieu les réunions limitent les possibilités des acteurs associatifs, notamment bénévoles, à y participer. Ce qui

explique que des salariés d'association puissent se trouver en situation d'y représenter l'association qui les emploient.

2.2.2. La prestation de service, activité majoritaire des associations de consommateurs[180]

> « (…) Ici, c'est 90% de résolution de litige et 10% de lutte. Malheureusement. Avant d'arriver ici je pensais que ce serait beaucoup plus que ça. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Cet extrait d'entretien illustre la centralité de la prestation de service au sein des associations de défense des consommateurs. Cette prestation de service au sein des associations de défense des consommateurs se concrétise par la tenue de permanences permettant de recevoir les adhérents dans le cadre de litiges de consommation[181]. Cependant, force est de constater que pour maintenir une activité ancrée dans le local, des associations élargissent leur offre de prestation de service à l'instar de la CLCV Uckange qui propose de l'aide aux devoirs aux enfants du quartier.

Comme nous l'avons exposé auparavant, les associations de consommateurs (et les associations en général) sont mises en concurrence tant en ce qui concerne leur place au sein des institutions que, comme nous le verrons dans notre Chapitre VIII, pour leur financement. Ainsi, les associations développent la prestation de service parfois aux dépens d'autres actions associatives et, parallèlement, survalorisent cette dernière en la mettant en évidence dans les supports de communication.

[180] Nous aurons l'occasion de revenir sur ce répertoire tout au long de ce travail.

[181] Il est, par ailleurs, intéressant de voir la manière dont s'est construite la notion de litige de consommation, notion principalement construite par ce type d'organisation qui en a fait son créneau. Voir : PINTO L., « Du « pépin » au litige de consommation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 76-77, « Droit et expertise », mars 1989, pp.65-81.

Par l'étude des répertoires d'action mobilisés par les associations de défense des consommateurs, nous avons pu saisir la manière dont se structurent les actions menées par celles-ci. Il s'agit alors d'interroger la formation d'un contre-pouvoir au regard des espaces et des répertoires d'action mobilisés.

Chapitre VII : Former un contre-pouvoir

Les associations de défense des consommateurs revendiquent toutes former un contre-pouvoir face aux professionnels. En intégrant les institutions propres à l'espace marchand, elles se positionnent en tant que représentantes de l'ensemble des consommateurs afin de défendre leurs intérêts. Quel est leur rapport au pouvoir ? Sur quels arguments s'appuient-elles pour s'identifier à un contre-pouvoir ?

Pour répondre à ces questions, nous nous proposons dans un premier temps de questionner leur positionnement dans l'espace marchand, la nature de leurs rapports au pouvoir ainsi que les points d'appuis rhétoriques de ce contre-pouvoir, pour, dans un deuxième temps, expliciter les points d'appui argumentatifs de ce contre-pouvoir et interroger en troisième lieu, leur capacité à agir sur les modes de consommation.

1. Associations de défense des consommateurs et rapport au pouvoir

En tant que membre de la société civile, comment se positionnent les associations de défense des consommateurs par rapport à la « *gouvernementalité* »[182]? Pour répondre à cette question, nous verrons la manière dont elles se situent dans les rapports de consommation, puis, dans un deuxième temps, nous mettrons la focal sur leur volonté d'autonomie.

1.1. Du côté des « faibles »

Au sein des associations de défense des consommateurs, les adhérents sont défendus en leur seule qualité de consommateur et d'usager. Bien que l'on puisse trouver une certaine hétérogénéité en termes de classes sociales dans l'ensemble des associations de défense des consommateurs qui impliquerait que les adhérents ne soient pas toujours en position de dominés en dehors des rapports de consommation, ce sont bien les consommateurs en tant que « parties faibles » qui sont défendus par les associations, comme le souligne la juriste stagiaire d'UFC-QC Metz.

> « (…) Le principe général c'est de défendre les parties faibles contre les parties qui sont en position de force à un moment ou à un autre. (…) C'est un terme juridique, je l'utilise couramment ici. En droit de la consommation, les parties faibles désignent les consommateurs car la plupart des contrats de vente ou dans tous les contrats dans le domaine de la consommation, ce sont des contrats d'adhésion parce qu'ils sont déjà pré-remplis. Donc partie faible parce que le consommateur n'a pas la possibilité de négocier les clauses du contrat. (…) » (Juriste stagiaire UFC-QC Metz, étudiante à l'école d'avocat de Strasbourg)

[182] Michel Foucault introduit la notion de « *gouvernementalité* » pour désigner *« l'ensemble constitué par les institutions, les procédures, analyses et réflexions, les calculs et les tactiques qui permettent d'exercer cette forme bien spécifique, bien que complexe, de pouvoir, qui a pour cible principale la population, pour forme majeure de savoir, l'économie politique, pour instrument technique essentiel les dispositifs de sécurité*. », FOUCAULT M., *Dits et écrits. Tome II : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001, p.655.

Ce terme à l'origine juridique prend un sens plus politique (au sens large du terme) au sein de ces associations pour qui se situer du côté des parties faibles c'est avant tout se positionner du côté des dominés, face aux dominants dans les rapports de consommation et de se constituer en contre-pouvoir.

> « (…) On est au cœur du quartier, d'un quartier difficile, classé ZEP donc un quartier où les gens ont énormément de problèmes financiers, intellectuels, sociaux terribles et nous on les défend, on les défend auprès des bailleurs aussi puisque notre activité concerne beaucoup les logements, les prix aussi, on fait des relevés de prix pour faire une comparaison. (…) C'est notre manière d'être du côté des plus faibles, de faire contre-pouvoir en quelque sorte. (…) » (Vice-Présidente CLCV Uckange, institutrice retraitée)

Nous notons que pour cette dirigeante de la CLCV Uckange, se positionner « du côté des plus faibles » a un sens tout autre que pour la juriste d'UFC-QC. Il s'agit là d'un positionnement politique face aux dominants qui semble dépasser les rapports de consommation. Ici, l'enquêtée relève une certaine homogénéité des adhérents du fait de l'implantation de l'association dans un quartier populaire d'Uckange cumulant les stigmates.

1.2. Une autonomie revendiquée

En 1982, Jean-Yves Trépos démontre que les associations de défense des consommateurs traversent alors un « *processus d'autonomisation* ». Celui-ci repose sur : « *l'existence de producteurs d'un nouveau type de biens symboliques (agents individuels et institutions), en même temps que d'instances de consécration pratiques ; l'existence d'un public (...) ; la transformation des adversaires, concurrents et*

dominants en « partenaires sociaux » (...) ; l'existence d'un enjeu spécifique : le contrôle de la consommation et par la même la définition légitime de ses limites. »[183].

Partant de cette base nous pouvons avancer qu'aujourd'hui le processus d'autonomisation est abouti. Cependant, il est toujours un enjeu de lutte dans le sens où les associations de consommateurs, revendiquant former un contre-pouvoir, ne peuvent se permettre d'être assimilées aux institutions dans lesquelles elles agissent par le biais de la participation aux différentes instances de concertation. Cet enjeu de lutte se traduit de différentes manières sur le terrain. La première consiste à cultiver l'indépendance de la structure associative en adoptant une posture critique vis-à-vis des pouvoirs publics tout en se rendant indispensable aux institutions.

> « (…) Les positionnements d'INDECOSA par rapport aux pouvoirs publics sont souvent des positionnements critiques par rapport aux problèmes de consommation abordés par les gouvernements. Les mesures prises par le gouvernement en matière de consommation sont souvent des mesures contraires aux intérêts du consommateur et du salarié, l'INDECOSA se positionne sur ces questions-là un peu comme la CGT pourrait le faire dans le domaine du salariat(…)» (Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, sympathisant du NPA et ancien militant de la Ligue communiste, agent de la DRCCRF Lorraine)

> « (…) Il vaut mieux que eux dépendent de nous plutôt que nous d'eux. Et ils dépendent de nous en tant que société civile parce que c'est ce qui prouve qu'on est en démocratie c'est qu'il existe une société civile qui peut se mobiliser même si beaucoup de choses sont critiquables dans nos institutions comme le centralisme, le manque de transparence, par exemple, si nous nous n'allons pas chercher on n'a pas les informations et ça, ce n'est pas démocratique, ce n'est pas non plus dictatorial attention, je ne dis pas ça mais ce n'est pas démocratique dans le premier sens du terme, mais ça je crois que ça n'existe nulle part malheureusement, mais on y arrivera en luttant. (…)» (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités), postier retraité)

Ici le Président d'ADECOVAL souligne un des rôles de l'association qui est celui d'être le garant d'un système démocratique dont la « *gouvernementalité* » ne peut se passer pour maintenir sa position. Il montre également que l'association n'est pas seulement une caution pour les institutions, elle permet également la démocratisation de

[183] TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctorat de Sociologie, Université de Lille, 1982, p 80-81.

la société notamment du fait de la mutualisation des informations qu'elle obtient en siégeant dans les instances de concertation.

Revendiquer son autonomie vis-à-vis du pouvoir c'est aussi s'attacher à ce que l'association soit indépendante des logiques partisanes (y compris en ayant des militants de partis politiques actifs en leur sein).

> « (…) Il ne faut pas tout confondre, je pense qu'une association c'est représentatif de la société civile donc c'est l'expression du peuple en dehors des structures classiques comme les partis ou même les syndicats. Ici, on est plus dans l'action sociale que politique, on aide les gens en les informant de leurs droits, en essayant de régler leurs problèmes à l'amiable. On les représente aussi dans les instances de concertation mais pas au même titre qu'un parti politique. Je suis bien placé pour le savoir étant donné que je suis dans les deux : un parti politique et la société civile. La question se situe du point de vue du consommateur par rapport aux industries, administrations et commerçants et non du point de vue d'une idéologie partisane. C'est important je crois de le dire, faut pas confondre sinon on ne serait plus représentatif des consommateurs mais des consommateurs du centre ou de gauche, on n'aurait pas de légitimité à parler pour tous. On représente les consommateurs point final. (…) » (Vice-Président d'ADECOVAL, ancien porte-parole de quartier, ancien représentant communal de la Democracía Cristiana (Parti démocrate chrétien), Président de CUPEMCHI (association de retraités), employé municipal retraité)

> « (…) Aujourd'hui la CLCV est agrémentée pour défendre les usagers, les citoyens dans le domaine du logement, de l'environnement et la CLCV a un rôle à jouer face aux politiques de droite ou de gauche qui, quand ils sont au pouvoir, ne font plus ce qu'ils avaient promis. Ce qu'on appelle la société civile est là pour veiller et faire changer les choses. La CLCV va voir des élus pour faire changer les lois, pas le parti socialiste. En tant qu'organisation importante d'organisation de consommateurs, on va voir les partis pour qu'ils changent la loi. Le groupe de pression a une plus grande place aujourd'hui, c'est un levier plus important qu'un autre. Et de par mon expérience, j'ai vraiment vu les choses changer. (…) » (Président de la CLCV Moselle, adhérent CFDT et ATTAC, ancien militant JOC et ACO, fonctionnaire catégorie B au sein l'Inspection académique Metz-Nancy)

Comme le montre ces deux enquêtés, l'indépendance vis-à-vis des partis politiques est essentielle à l'autonomie des associations parce que la finalité de tout parti politique est la prise de pouvoir. Aussi, une association doit pouvoir s'inscrire en contradiction quelles que soient les couleurs politiques ayant investi le pouvoir.

1.3. Les points d'appuis de ce contre-pouvoir

Nous mettons ici brièvement[184] la focale, à partir de l'analyse des discours des enquêtés, sur la manière dont ces derniers justifient la légitimité de leur présence au sein des instances de concertation, le fait de peser sur les débats qui y ont lieu et *in fine* de revendiquer un rôle de contre-pouvoir. Aussi, nous verrons que les associations de défense des consommateurs invoquent la force du nombre[185], de l'appartenance à plus « grand » que soit et de l'expertise[186].

1.3.1. La force du nombre

Le fait de se définir en premier lieu comme un contre-pouvoir face aux « professionnels » dans les rapports déséquilibrés de consommation, conduit les associations de défense des consommateurs à revendiquer leur capacité à représenter l'ensemble des consommateurs. Pour ce faire, les organisations de consommateurs s'appuient sur le nombre d'adhérents et leur intégration au sein des institutions, elle-même légitimée par le nombre d'adhésions, pour justifier leur autorité à parler au nom de tous les consommateurs. Ainsi, plusieurs entretiens auprès d'acteurs associatifs (notamment au sein de la CLCV) ayant vu se développer leur organisation, ont montré l'apparition d'une stratégie consistant à s'autocensurer et adopter un discours et des modalités d'action consensuels, évitant ainsi le risque de défection d'adhérents ne se reconnaissant pas dans le discours ou les modalités d'action et, également, de se couper des institutions qu'elles ont peinées à investir. Ceci est d'autant plus visible au sein des organisations de consommateurs s'étant construites à partir d'un discours contestataire et d'un répertoire d'action proche de la tradition du mouvement ouvrier (cf. Chapitre VI). Une baisse du nombre d'adhérents au sein d'une organisation étant assimilée à une perte de représentativité, les acteurs associatifs développent un répertoire d'action

[184] Nous aurons l'occasion de revenir sur ces trois points dans la suite de la thèse.
[185] Nous développerons plus amplement cet aspect dans notre Chapitre XIII.
[186] MORALES LA MURA Q., « Tensions et distensions des répertoires d'action associative », in KERSCHEN N., LEGRAND M., MESSU M., *Société civile et Europe* (titre provisoire), Paris, Éditions de l'Aube, 2012 *à paraître.*

permettant de maintenir un nombre d'adhérents constant à défaut de ne pouvoir l'augmenter. Au sein de ce répertoire d'action, la prestation de service tournée initialement vers la défense des consommateurs dans le cadre de litiges avec des professionnels, se verra attribuer une place centrale car elle permet d'appâter d'éventuels adhérents. L'invocation de la force du nombre est alors basée sur un nombre virtuel puisque ces adhérents constituent en réalité ce que Jean-Yves Trépos appelle dans sa thèse « *un public* »[187].

1.3.2. La force de l'affiliation à une organisation supranationale

L'affiliation à une structure internationale s'avère être une force considérable pour les organisations de consommateurs. Outre le fait de pouvoir par l'intermédiaire de ces structures se positionner au sein des sphères supranationales, cela peut leur conférer un poids au niveau local[188]. Ainsi, le Président d'ADECOVAL nous racontait qu'il invoquait ce type d'affiliation lorsqu'il se voyait refuser le droit de siéger dans une commission.

Cependant, parmi les acteurs associatifs rencontrés sur le terrain, seuls les dirigeants associatifs locaux font mention de l'affiliation de leur association à ces structures, les autres acteurs n'en ayant, pour la plupart, pas connaissance. Nous émettons alors l'hypothèse selon laquelle la participation aux instances décisionnaires internes à chaque organisation de consommateurs est uniquement, du moins pour ce qui concerne les questions internationales et/ou européennes, le fait des dirigeants associatifs. La méconnaissance par une majorité des acteurs associatifs de la portée de ces structures auxquelles est affiliée l'association dans laquelle ils agissent, peut expliquer le fait que les campagnes thématiques impulsées au niveau international ou communautaire et conceptualisées généralement par les bureaux nationaux puissent rencontrer des difficultés à être diffusées localement. De même, le fait que l'impulsion

[187] TREPOS J.-Y., *op.cit.*, 1982.
[188] FREIRE J., DIAS DA SILVA C., *Consumidores em movimento*, Lisboa, CIES-ISCTE, 1996, p.24.

de ces campagnes soit déconnectée des acteurs locaux renforce ces difficultés de diffusion locale car elles sont jugées trop éloignées des réalités et désincarnées.

1.3.3. La force de l'expertise associative

Enfin, comme nous l'avons vu dans notre Chapitre VI, les associations de défense de consommateurs développent, par leurs activités, des savoirs experts qui constituent un réel « équipement » sur lesquels elles prennent appui pour revendiquer leur rôle de contre-pouvoir[189].

> « Un contre-pouvoir face aux entreprises? « Contre-pouvoir, oui et non. Oui, parce que les associations, en particulier l'UFC Que choisir ?, ont accru leur capacité d'expertise et leur parole en est d'autant plus forte. Par exemple, nos actions réussies dans le domaine de la concurrence en matière de téléphonie. En revanche, nous n'avons pas de puissance financière. Notre puissance tient à notre capacité de mobilisation de l'opinion. » » (Défense Action Consommation n°113 - 2e semestre 2008)

Cette expertise est mise en avant au sein des instances de concertation comme gage de crédibilité des associations ainsi que dans la prestation de service, notamment dans le cadre des conseils en cas de litige. Cependant, force est de constater que la « capacité de mobilisation de l'opinion » mentionnée dans cet extrait de support de communication est plutôt faible en réalité et que cette expertise est très peu mutualisée dans le sens où le traitement des dossiers d'expertise ne donne pas lieu à une formation de l'adhérent pour qu'il puisse prendre lui-même en main ses potentiels futurs litiges de consommation.

[189] TREPOS J.-Y., « L'expertise comme équipement de la société civile », Questions de communication, 2002/2, pp.7-18 ; LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M., « L'expertise associative comme question sociologique », in LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M., *L'expert associatif, le savant et le politique*, Paris, Ed. Syllepse, 2003, pp. 7-14.

2. Agir sur les modes de consommation

Les associations de défense des consommateurs sont amenées à valoriser certaines formes de consommation[190]. Elles contribuent ainsi à modéliser des figures idéales du « consommateur nouveau » qui rompt avec l'archétype usuel du consommateur inconscient et inorganisé décrit par Jean Baudrillard dans *La société de consommation*[191]. Parmi ces figures nous trouvons le « consommateur malin » et le « consommateur responsable ». Il s'agit ici d'esquisser les contours de ces figures valorisées par les associations de défense des consommateurs puis de mettre en évidence les conceptions hétérogènes de la consommation véhiculées par ces associations.

2.1. Les figures du consommateur nouveau

Les figures du consommateur nouveau ont en commun un modèle de consommateur conscient de son action et ayant une capacité de réflexivité dans ce champ, permise notamment par la transmission de savoirs et d'outils pratiques que produisent les associations de consommateurs[192].

---

[190] Nous envisageons la consommation comme étant porteuse d'une double dynamique construite sur l'intégration sociale et sur la distinction sociale et, comme le dit Geoffrey Pleyers « *un espace d'expression de soi, de construction de sa personnalité et un vaste champ de l'exercice de la liberté de choix* ». PLEYERS G. « Consommation critique : des promesses de la modernité aux enjeux de l'âge global » in PLEYERS G. (dir.), *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Solidarité et société », 2011.

[191] BAUDRILLARD J., *La société de consommation*, Editions Denoël, coll.: « folio essais », (1986) 2008.

[192] MORALES LA MURA Q., « Contribuer à modéliser la figure du consommateur malin. Le rôle des organisations de consommateurs », in CLOCHARD F., DESJEUX D. GOUIN S., *Le consommateur malin face à la crise. Tome 1 : Le cadrage du client et les marges de manœuvre du consommateur*, Paris, L'Harmattan, coll. : « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », 2012, à paraître.

2.1.1. Le consommateur malin

Le consommateur malin est la figure communément valorisée par les organisations de défense des consommateurs quel que soit leur courant d'appartenance. Capable de mener des choix rationnels en matière de consommation définis par ses besoins réels, le consommateur malin est celui qui adopte des automatismes tels que la comparaison des prix entre plusieurs marques et magasins, qui prend en compte le coût énergétique de chaque produit. Pour ce faire, il lui faut intérioriser des ressources permettant d'effectuer ces choix tout autant que la réglementation des espaces marchands qui garantit la transparence des prix et la qualité des produits et des services consommables qui lui sont nécessaires. Les associations de défense des consommateurs mobilisent des répertoires d'action allant en ce sens. En effet, par leurs actions auprès des pouvoirs publics, elles tentent de contribuer à une réglementation des espaces marchands afin de rendre possible le choix conscient du consommateur. De même, par leurs actions informatives et éducatives comme les revues et enquêtes de prix, elles permettent l'acquisition des ressources et dispositions nécessaires à ce dessein. Il s'agit donc ici d'un premier niveau de conscientisation de la consommation.

2.1.2. Le consommateur responsable

Le consommateur responsable dont l'identité liée à ses pratiques de consommation répond à des dénominations variées telles que « consom'acteur », « éco-citoyen », « consommateur engagé ». Cette figure appelle à un degré de conscientisation plus élevé que celui du consommateur malin car il est le résultat d'un processus de politisation de l'action consommatrice[193]. En effet, le consom'acteur oriente sa consommation vers la recherche d'une éthique de production. Dans le même esprit, l'éco-citoyen est particulièrement attentif aux questions de défense de l'écologie et du

[193] Nous rejoignons en ce sens Nil Özçaglar-Toulouse lorsqu'elle écrit : « (…) *les consommateurs responsables ressentent une implication forte dans leurs comportements et leur accordent une signification au-delà de la qualité intrinsèque des pratiques de consommation*. » ÖZCAGLAR-TOULOUSE N., « Comment les consommateurs responsables perçoivent leur consommation », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », mars 2011, p.39.

développement durable. Le consommateur engagé, quant à lui utilise l'acte de consommer pour démontrer son pouvoir par le biais, entre autres, du boycott de certains produits ou de certaines enseignes[194].

Les associations de défense des consommateurs ne se reconnaissant pas dans une idéologie libérale d'un point de vue économique (ou d'un point de vue des mœurs) tentent de diffuser ces modèles de consommation alternatifs à la consommation de masse. Pour ce faire, il faut que l'association soit le lieu d'une forte socialisation sur ces questions. Leur répertoire d'action s'ouvre donc à des outils didactiques : tels que les ateliers de consommation, les forums, conférences, débats, afin d'ouvrir des espaces d'échanges propres à une consommation plus critique et à une critique de la société de consommation.

2.2. Des conceptions hétérogènes de la consommation

Dans notre Chapitre I, nous avons tracé dans leurs grandes lignes l'histoire des associations de défense des consommateurs rencontrées sur le terrain à partir de leur courant d'appartenance. Ces différents courants mettent en avant des conceptions très hétérogènes de la consommation. Nous postulons que c'est à partir de ces différentes manières de concevoir la consommation que se « cristallisent »[195] les figures du consommateur nouveau.

2.2.1. Le courant consumériste

Le courant consumériste est le plus connu des courants du mouvement de défense des consommateurs, ce qui a, par ailleurs tendance à invisibiliser les autres

[194] DUBUISSON-QUELLIER S., *La consommation engagée*, Paris, Editions Sciences Po. Les Presses, coll.: « contester », 2009.

[195] Nous reprenons ici la notion de « cristallisation » définie par Jean-Yves Trépos comme étant *« le passage à un état explicite (par thématisation ou valorisation ou dé-singularisation) d'une pratique sociale*. » TREPOS J.-Y., « L'expertise comme équipement politique de la société civile », *Questions de communication*, 2002/2, p.14.

courants. En effet, la confusion entre organisation de consommateurs et courant consumériste est assez fréquente, elle est aussi entretenue par les organisations s'inscrivant dans ce courant. D'influence anglo-saxonne et plus précisément étasunienne, sa particularité par rapport aux autres courants du mouvement de consommateurs est de défendre les intérêts des consommateurs envisagés seulement dans leur rôle de consommateur. La consommation est en principe ici avant tout considérée comme une pratique qui doit pouvoir être rationnalisée par le consommateur au moyen d'outils informatifs lui permettant de procéder à un choix réel. Ces principes sont mis en avant, entre autres, par les grandes structures internationales et communautaires relevant du consumérisme telles que CI et le BEUC. Ces organisations se structurent à partir d'une idéologie libérale tempérée par l'obligation, via des réglementations internationales et européennes, faite aux producteurs de garantir la sécurité des produits et aux commerçants et services celle de la concurrence et de la transparence des prix.

Sur le plan local on constate qu'UFC-QC, adhérente au BEUC et à Consumers International et Participa-AC adhérente à Consumers International adhèrent à la fois à cette idéologie et à cette manière de concevoir la défense des consommateurs. L'idéal type du consommateur le plus valorisé par ces associations est le consommateur malin.

Cependant, au sein de ce mouvement consumériste et adhérant aux mêmes organisations internationales évoquées ci-dessus, on retrouve la CLCV et ADECOVAL. Ces deux associations, dont la position des acteurs est clairement anti-libérale n'adhèrent ni dans les faits ni dans les discours à cette conception libérale de la défense des consommateurs. Pour exemple, elles sont souvent les premières à défendre coûte que coûte le service public comme le seul garant d'un service d'intérêt général de qualité et égalitaire, ce qui n'est pas le cas de l'UFC-QC ni de Participa-AC. Cette contradiction peut être comprise d'une part, à l'aune de l'historicité des associations (cf. Chapitre I) et de celles de leurs acteurs[196] (cf. Chapitre XII) et, d'autre part, par la nécessité de ces associations d'adhérer à ces hyperstructures pour intégrer les institutions européennes et internationales malgré des conceptions politiques

[196] Nombre des acteurs associatifs de ces deux associations sont syndicalistes ou ont participé à des mouvements sociaux.

divergentes. Ces deux associations ont tendance à valoriser une consommation citoyenne. En effet, au sein d'ADECOVAL, qui s'est illustrée dans une série d'appel au boycott de grandes enseignes, de distributeurs de viandes, et de lycées privés, la figure privilégiée est le consommateur engagé. Quant à la CLCV, notamment l'union locale d'Uckange où j'ai mené une enquête, l'idéal type le plus valorisé sera le consom'acteur convaincu des effets que la consommation peut avoir sur les modes de production.

2.2.2. Le courant syndical

Le courant syndical propose une stratégie de défense des droits des consommateurs salariés basée sur la volonté d'ouvrir l'action syndicale à d'autres pans de la vie quotidienne qui composent la vie des travailleurs. Ici, la consommation est envisagée comme un espace dans lequel s'exercent des rapports sociaux assimilables aux rapports salariaux. L'INDECOSA-CGT et l'ASSECO-CFDT Moselle sont plutôt cohérentes avec les principes majeurs du courant syndicaliste et tendent vers la valorisation avant tout de la figure du consommateur citoyen, en liant les conditions de travail des salariés à d'éventuelles actions de boycott.

2.2.3. Le courant familial

Le courant familial intègre les questions de consommation dans ses domaines d'intervention parce que ces dernières font parties intégrantes de la vie quotidienne des familles. Aussi, les questions liées à la consommation font souvent l'objet de discours moralisateurs produits par les associations composant ce courant. Familles de France défend un projet de société basé sur des valeurs morales dont on sent l'empreinte du christianisme ainsi que sur une organisation associative paternaliste et entrepreneuriale qui, par son discours valorise avant tout la figure du consommateur citoyen boycottant les produits dont les publicités font l'apologie d'une société perçue par cette dernière comme amorale. Cependant, il semble important de souligner que d'un point de vue très

local la fédération mosellane de Familles de France s'implique beaucoup sur les questions d'écologie et de développement durable du fait des sensibilités politiques d'un des deux directeurs, militant de Green Peace. Aussi, des actions éducatives à destination des enfants sont mises en place afin qu'ils deviennent des éco-citoyens.

Si la figure du consommateur malin est la figure communément valorisée par les associations de défense des consommateurs c'est parce qu'elle relève d'une forme de conscientisation *a minima* des consommateurs. Aussi, certaines associations de défense des consommateurs ont tendance à valoriser la figure du consommateur citoyen avec ces différentes variantes. Ces modèles sont principalement diffusés dans les productions éditées par les associations ainsi que lors des réunions publiques et ateliers que certaines d'entre elles organisent. Il nous faut cependant poser les limites de la diffusion de ces modèles. En effet, les associations de défense des consommateurs centrant essentiellement leur activité autour de la prestation de service, ces modèles ne sont perceptibles que pour une infime minorité d'acteurs associatifs, généralement les plus militants ou ceux disposant d'un capital symbolique élevé[197].

Nous avons pu mettre à jour les principaux appuis rhétoriques des associations de défense des consommateurs revendiquant former un contre-pouvoir. Celles-ci permettent de rééquilibrer, dans une certaine mesure, les rapports entre professionnels et consommateurs en portant les intérêts des consommateurs au sein des institutions. Cependant elles ne remettent pas toutes en cause ces espaces marchands et lorsque cette remise en cause a lieu, sa portée est plutôt faible par rapport au rôle régulateur que ces associations ont pris en développant la prestation de service.

[197] VALDEBENITO VERDUGO M.-P., « Del consumismo el consumerismo y al consumo responsable. Podemos hablar de un Nuevo tipo de consumidores? », Ponencia, Encuentro Pre ALAS, 50 años de Sociología en Chile, Santiago, nov. 2008, p.6.

Conclusion de la deuxième partie

Mettre en évidence les espaces qu'investissent les associations de défense des consommateurs nous a permis de comprendre que leur action s'étend bien au-delà d'une définition basique de ce qu'est la consommation de bien et de service. En effet, en investissant des espaces tels que l'environnement, la santé et le surendettement, elles contribuent à redéfinir la consommation, par la redéfinition constante des contours de leur action.

Il a également été intéressant d'interroger les répertoires d'action associative mobilisés par ces organisations. Cela nous a permis de montrer la variété peu connue des actions menées par celles-ci et de les situer par rapport au répertoire d'action global. Car en effet, si les associations de défense de consommateurs sont principalement connues pour leurs conseils personnalisés en cas de litiges, leurs spots télévisés et leurs magazines, le répertoire d'action de celles-ci est bien plus ouvert en réalité. Cependant, elles ont tendances à survaloriser ces modalités d'actions aux dépens d'autres jugées moins rentables, entre autres, en termes de capacité d'adhésions.

Enfin, nous avons vu que les associations de défense des consommateurs se définissent comme étant des contre-pouvoirs. Nous avons pu observer que les principaux appuis permettant aux organisations de consommateurs de se définir comme des contre-pouvoirs tels que la force du nombre (aussi bien le nombre d'adhérents que l'implantation nationale ou internationale), la représentation au sein des instances de concertation et de consultation, la professionnalisation et la revendication d'une

expertise associative ainsi que la diffusion de modes de consommation alternatifs à la société de consommation, présentent d'importantes limites qui créent des tensions parmi ces organisations que nous analyserons dans les prochaines parties.

Partie 3 : LE FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF DES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS A L'EPREUVE DE LEUR INSTITUTIONNALISATION

Introduction de la troisième partie

Loin d'être des actrices isolées, les associations de consommateurs déploient leurs actions dans un environnement institutionnel complexe que nous avons tenté de mettre à jour en première partie et dont nous avons montré quelques interactions dans le chapitre VI. Quelles sont les implications de ces interactions entre associations et institutions ? Comment s'organise la vie associative au sein des associations ? Cette partie se divise en trois chapitres dans lesquels nous interrogeons les modes de fonctionnement associatif identifiés au sein des organisations étudiées.

Dans le chapitre VIII nous expliciterons les enjeux de l'institutionnalisation des associations de consommateurs. Afin d'être reconnues par les institutions comme légitimes à agir sur les questions affairant à la défense des consommateurs et afin d'être en capacité matérielle d'agir, les associations de consommateurs sont amenées à formaliser leur action jusqu'à faire institution elles-mêmes et ce, malgré la volonté, pour la majorité d'entre elles, de conserver leur identité de contre-pouvoir.

Le chapitre IX porte sur la technicisation nécessaire de l'action associative. Il s'agira de mettre en évidence les différentes ressources dont disposent les associations leur donnant une capacité d'agir en cas de litiges, pour informer et éduquer les consommateurs ou au sein des commissions de concertations.

Le chapitre X, quant à lui, questionne le salariat associatif et ce qu'il génère en termes d'organisation du travail au sein des associations. Il s'agira ici de montrer les

porosités entre travail et bénévolat, les difficultés de gestion lorsque co-agissent une main d'œuvre salariée et bénévole ainsi que les tiraillements pouvant avoir lieu entre fonctionnement démocratique et fonctionnement gestionnaire au sein de ces associations. Aussi, nous montrerons comment certaines situations poussent les organisations à adopter des principes organisationnels propres au monde de l'entreprise.

Chapitre VIII : Les enjeux de l'institutionnalisation

L'institutionnalisation est ici appréhendée comme le double processus consistant, à la fois, à « entrer » dans les institutions et à formaliser de manière pérenne l'organisation du travail ainsi que les relations en son sein. Pour le premier, il s'agit nécessairement d'obtenir (ou conserver) une reconnaissance auprès des institutions afférant aux domaines de la consommation afin de pouvoir agir sur ces dernières. Ceci s'objective par des actes allant de l'agrément au siège dans les instances de concertation ou de consultation en passant par l'attribution de subventions. Nous ne reviendrons pas ici sur la manière dont les associations de consommateurs participent à ces instances (Chapitre VI). Nous souhaitons montrer en quoi cette « entrée dans les institutions » est porteuse d'enjeu politique. Cette volonté de prendre part aux institutions est loin d'être nouvelle, au contraire, pour certaines organisations de consommateurs cela constitue la base même de leur création tandis que pour d'autres il s'agit d'un lent processus de légitimation. Selon Joseph Haeringer et Samuel Sponem, « *l'histoire des associations ainsi que leur existence aujourd'hui ne sont pas dissociables de leurs relations avec les pouvoirs publics, moins parce qu'il s'agirait d'y chercher la source de leur évolution que pour prendre la mesure de leur capacité à traduire dans l'espace public, voire politique des questions relevant de l'espace privé. Porteuses d'attente et rendant*

visibles des besoins latents, elles gèrent aussi les réponses sous la forme d'activités de services »[198].

1. Exister auprès des institutions. De l'agrément à la représentativité

« *Entrer dans les institutions* » pour y « *faire entendre la voix des consommateurs* »[199] nécessite que les associations y soient autorisées par les Etats. Aussi, nous tenterons ici de montrer en quoi l'agrément est loin de n'être qu'une simple formalité administrative pour interroger la représentativité des associations.

1.1. L'agrément : premier pas vers l'institutionnalisation

Une fois l'association reconnue par l'Etat suite à l'enregistrement de ses statuts, une association de consommateurs doit être agréée pour pouvoir prétendre à défendre et représenter les consommateurs. La procédure d'agrément[200] d'une association peut s'apparenter à une routine administrative elle est néanmoins porteuse d'enjeux politiques pour l'association en question. En effet, sans cet agrément, l'association ne peut obtenir de financement de la DGCCRF pour la France ou du Sernac pour le Chili et surtout elle ne peut prétendre représenter les consommateurs au sein des instances consultatives et participatives ni saisir les tribunaux au nom de l'intérêt général du consommateur (pour les associations françaises). Bref, sa voix ne sera donc pas portée

[198] HAERINGER J., SPONEM S., « Régulation dirigeante et gouvernance associative », in LAVILLE J.-L., HOARAU C. (dir.), *La gouvernance des associations. Economie, sociologie, gestion.* Toulouse, Editions Erès, 2008, p230.
[199] Comme dirait le Vice-Président d'ADECOVAL, au cours de notre entretien formel.
[200] Cette procédure consiste, pour la France, à soumettre un dossier, auprès de la Direction départementale de la consommation, concurrence et répression des fraudes, justifiant d'une activité régulière et prolongée dans la défense des consommateurs (conseils, publications ou autres formes d'actions). L'agrément est obtenu plus facilement si l'association locale adhère à une structure nationale déjà agréée.

au sein des institutions, alors que pour la plupart des associations rencontrées il s'agit du cœur de leur action.

Bien que les conditions d'attribution de l'agrément aient été jusqu'ici suffisamment amples pour que les associations de défense des consommateurs puissent se développer[201], cette procédure d'agrément n'en est pas moins un moyen pour l'Etat de choisir ses interlocuteurs, de cadrer et de contrôler l'action associative. Or, dans un contexte de mise en concurrence des associations pour les financements mais surtout pour les places dans les instances de concertation (cf. Chapitre VI), il n'est guère étonnant que le contrôle des cadres d'exercices de la défense des consommateurs soit effectué par les associations de consommateurs elles-mêmes. Ainsi, l'ASSECO a été assigné en procès en représentativité par l'UFC-QC à propos des principes d'adhésion à l'association.

> « (…) Depuis la directive de 2004 nous sommes obligés de demander un complément d'adhésion aux adhérents CFDT de 3€ par an pour ceux qui veulent faire appel à nos services puisque l'UFC-QC a porté plainte contre l'ASSECO national en disant que ce n'était pas normal que les adhérents de la CFDT ne paient pas de cotisations à l'ASSECO alors que pour que l'ASSECO soit légitime il faut que les adhérents paient une cotisation. Le gouvernement Raffarin de l'époque a retenu la plainte de l'UFC-QC et l'ASSECO a été mis devant le fait accompli, si on ne le faisait pas on perdait l'agrément. Donc obligé de respecter cette règle, on l'a fait. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

L'agrément est en passe de devenir un enjeu d'autant plus important en France depuis la parution en 2009 du rapport intitulé « Mission relative au mouvement consumériste en France » rédigé par Dominique Laurent, conseiller d'État, à la demande de Luc Chatel alors Secrétaire d'Etat chargé de l'Industrie et de la Consommation (et porte-parole du gouvernement)[202]. En effet, ce rapport pointe un surnombre d'associations de consommateurs et remet en cause les critères d'agrément notamment sur des questions quantitatives : seuil plancher de nombre d'adhérents trop bas, couverture territoriale non exigée et sur des questions qualitatives : le fait que les

[201] Il faut rappeler qu'en France dès les années 1960 (comme au Chili dans les années 1990) l'État a contribué au développement des associations de consommateurs relevant notamment du courant consumériste par la création d'institutions telles que le CNC ou l'INC (cf. Chapitre III).
[202] LAURENT D., « Mission relative au mouvement consumériste en France », rapport commandé par Luc Chatel alors Secrétaire d'Etat chargé de l'Industrie et de la Consommation.

associations ne soient pas obligées d'avoir pour mission principale la défense des consommateurs (il vise ici directement les associations familiales, syndicales mais aussi la CLCV qui à un niveau local pourrait se trouver sur la tangente). L'on retrouve ici la tendance, décrite par Bernard Eme, à faire en sorte que « *les critères d'agrément et de conventionnement des associations [soient] de plus en plus gestionnaires.(…) Quantitatifs et comptables selon une logique unilatérale provenant de la sphère politico-administrative, ils ne laissent guère de place à la recherche de critères plus complexes, articulant les dimensions sociales, culturelles, économiques, et prenant en compte les externalités sociales et environnementales.* »[203]. Le rapport auquel on vient de faire référence préconise de réduire considérablement le nombre d'associations de consommateurs[204] notamment par la modification des conditions d'agrément. Les conséquences sur les associations de consommateurs seront, si les préconisations sont mises en vigueur, visibles à partir de 2016, lors du renouvellement des agréments, puisque certaines associations ne correspondant plus aux critères et n'ayant pas mis leurs statuts en conformité avec ces derniers, disparaîtront du paysage des associations de consommateurs agréées.

1.2. Être ou ne pas être représentatif

Les associations de consommateurs que nous avons rencontrées se déclarent unanimement représentatives des consommateurs. Certaines, les plus puissantes localement (CLCV Moselle) ou nationalement (UFC-QC) vont jusqu'à revendiquer la position d' « association la plus représentative des consommateurs ». L'argument le plus souvent soulevé est celui de la force du nombre (cf. Chapitre VII) :

> « (…) Déjà le nombre d'adhérents, si on regarde au niveau national on a déjà 130 000 adhérents. C'est la plus grosse de France, ce n'est pas rien. On a aussi un avantage par rapport aux autres associations, c'est qu'on publie un mensuel tiré à plus de 450 000

[203] EME B., « Les associations ou les tourments de l'ambivalence », in LAVILLE J -L., CAILLE A., CHANIAL P., DACHEUX E., EME B., LATOUCHE S., *Association, démocratie et société civile*, Paris, Ed. La Découverte/M.A.U.S.S. / C.R.I.D.A, coll. : « Recherches », 2001.
[204] C'est une tendance que l'on retrouve dans d'autres secteurs du monde associatif, d'où la tendance à la polarisation des associations, se regroupant en hyperstructures pour survivre.

exemplaires, donc ces 450 000 ne sont pas tous adhérents de l'association, donc on pourrait les additionner et on arriverait presque à 600 000. Mais c'est vrai que 600 000 sur 65 millions de consommateurs ça ne fait qu'1%. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

La représentativité induit également le fait de représenter les consommateurs au sein d'instances de concertation. Cette question porte un enjeu stratégique au sein des associations de consommateurs. Pour certaines organisations, telles qu'UFC-QC, il s'agit d'un fait établi. Pour d'autres, telle qu'INDECOSA-CGT Metz, il s'agit d'un « objectif »[205] qui ne peut faire l'économie d'un réel développement de la structure associative. A cet égard, l'entretien formel que nous avons effectué auprès du coordinateur de la CLCV Moselle est très riche. Militant au sein de la CLCV depuis les années soixante-dix, devenu salarié dans les années quatre-vingt, il a pu voir l'évolution de l'association dont il a été acteur. Il montre comment la CLCV Moselle est entrée dans un processus d'institutionnalisation.

« (…) C'est à force d'années de travail pour faire en sorte qu'on soit reconnu. Ca ne vient pas comme ça en 6 mois ou un an. En fait, on avait peut-être trop une connotation revendicatrice et pas assez consensuelle, institutionnelle. On était toujours marqué comme des empêcheurs de tourner en rond, des manifestants, des contestataires parce que c'est vrai qu'on a fait quelques coups mais tout doucement dans les années 80 on a commencé à participer et à investir les commissions départementales ou les organismes dans lesquels il fallait qu'on soit présent. Par exemple, en 83 les premières élections auxquelles on a participé dans les organismes HLM. Avant ça on n'avait aucun élu parce qu'on ne s'était même jamais présenté à une élection parce que tout bêtement on était plus revendicatif et peu l'esprit de participer concrètement à la gestion des affaires tout simplement. Donc en 83, on se présente aux élections on avait eu 3-4 élus et tous les 3 ans on se présentait aux élections pour être un peu partout et quand on regarde dans les organismes HLM aujourd'hui on est partout pour vous dire le cheminement qui s'est fait. On est déjà reconnu du fait même qu'on siège dans les organismes par cet organisme-là. Parce qu'en 82-83 quand on regarde les commissions départementales qui dépendent de la préfecture on était dans aucune commission et on a commencé à dire qu'il fallait prendre notre place parce qu'il est normal que les représentants des usagers aient leur place. Dans la commission pour la mise en place de taxis, la commission pour l'ouverture de cinéma enfin toute sorte de commission sur le logement aussi. On a postulé dans toutes sortes de commissions. (…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

[205] Cf. : l'entretien formel avec le Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, sympathisant du NPA et ancien militant de la Ligue communiste, agent de la DRCCRF Lorraine.

Cet extrait d'entretien montre le travail qu'il a fallu mener pour être reconnu des institutions et pour y entrer. L'extrait d'entretien suivant est un exemple canonique de ce qu'induit le « rôle institutionnel ».

> « (…) Une fois qu'on est plus reconnu et qu'on est plus dans le rôle d'institutionnel parce qu'on siège plus dans les structures et on manifeste moins par définition, on est plus reconnu parce qu'à la fois on est dans les institutions et on est un peu plus fort qu'avant parce qu'on est plus nombreux. Donc on est plus présent à l'intérieur et ils voient bien ce qu'on fait et ce qu'on dit et qu'on n'est pas des loups. (…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

Ceci vient corroborer en partie l'analyse que Michel Wieviorka faisait déjà en 1977 : « *l'action de l'État peut avoir pour effet d'enrayer une éventuelle remise en cause de l'ordre établi par un mouvement de consommateurs dont les hypothétiques tentations pour la subversion sont endiguées par toutes sortes de mesures à caractères intégratif, jouant sur les inclinations à participer ou sur les tentations de l'argent (subventions)* »[206]. Néanmoins les bénévoles militants de la CLCV Moselle et de l'union locale d'Uckange affirment ne pas délaisser pour autant le rapport de force. Il faut noter que ce rapport de force s'exprimait différemment dans les années soixante-dix et quatre-vingt : dans l'intervalle, on aura pu assister à une pacification des mouvements sociaux. En outre, l'exemple d'ADECOVAL au Chili montre que la participation aux instances de concertation (dont les acteurs sont conscients des limites) et les rapports étroits avec les institutions telles que le Sernac n'empêchent pas de recourir à des actions subversives, radicales ou spectaculaires. Cela dépend donc du contexte social, historique et politique dans lequel évolue l'association et, certainement, de l'importance et du crédit que cette dernière donne aux instances de concertation.

[206] WIEVIORKA M., *L'État, le patronat et les consommateurs*, Paris, PUF, coll. « politiques », 1977, p.204.

2. Les conditions matérielles d'existence des associations

Afin de comprendre comment se stabilise (ou non) l'action associative, il convient de porter notre regard sur les conditions matérielles d'existence des associations de consommateurs. Ainsi nous interrogerons les financements des associations ainsi que les lieux dont elles disposent pour organiser leurs actions.

2.1. Les financements des associations. Le développement du financement par appel d'offre

« Quiconque nourrit un homme est son maître » Jack London (1902)[207]

Le financement de l'activité associative est une question épineuse dans l'ensemble du monde associatif, les associations de consommateurs n'en étant pas épargnées. Les associations rencontrées sur le terrain ont toutes recours à des subventions publiques et privées (bien que cela soit plus rare) pour fonctionner. Il s'agit, évidemment, d'une nécessité pour couvrir les frais de fonctionnement de l'association mais aussi d'un gage de reconnaissance de l'utilité de leur action, de la part des financeurs dont elles ne sauraient se passer. Entre volonté de maintenir leur indépendance et assujettissement nécessaire pour subsister, les modes de financements des associations sont l'objet de questionnement de la part des acteurs associatifs qui dénoncent le fait de passer de plus en plus de temps à chercher des financements aux dépens de l'action associative elle-même.

En France, toutes les associations de consommateurs agrémentées bénéficient d'une subvention de base de la DGCCRF pour leur fonctionnement. Au Chili, le principal (et l'unique concernant nos terrains) financeur des associations de consommateurs est le Sernac par le biais d'un appel à projet. Ce mode de financement

[207] LONDON J., *Quiconque nourrit un homme est son maître*, Paris, Les Editions du Sonneur, (1902) 2009.

est de plus en plus fréquent en France à l'instar de l'appel d'offre ou du financement par objectif. Ils induisent une forte concurrence entre les associations ainsi que l'exigence de rationnaliser l'activité associative afin de répondre à l'obligation de résultats.

> « (…) Le Sernac nous donne une subvention annuelle de fonctionnement mais bien sûr ce n'est pas quelque chose qui nous est dû et d'ailleurs cela nous donne que très peu de marge de fonctionnement. Pour l'obtenir il faut présenter un projet qui rentre dans ce que l'Etat attend des associations comme la nôtre c'est-à-dire l'information et l'éducation des consommateurs avant tout. Cela nous convient donc on le fait si on était pas d'accord avec ça on se débrouillerait sans. Il ne faut pas être trop dépendant de l'Etat sinon on ne peut plus rien faire après. A une époque on avait demandé des locaux au Sernac et on en a eu un mais le local nous a été retiré je ne sais pas pourquoi, ça n'empêche que c'était la même année où on avait été très combatif pour la loi du consommateur. C'est pour ça par exemple que nous on se contente maintenant de ne demander que la subvention de fonctionnement sur projet et plus rien d'autre. (…) » (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités), postier retraité)

Ici, le financement par projet est considéré comme étant un gage d'indépendance de la part de l'association vis-à-vis du pouvoir car il s'agit d'un échange de procédés. L'association propose de gérer un service d'intérêt général qui fait partie de ses activités principales et est payée en retour. Cette conception du financement est certainement imprégnée de l'expérience de la perte du local. En revanche pour Participa-AC il s'agit là de répondre à l'attente institutionnelle en proposant une activité *ad hoc* en vue d'obtenir une subvention.

> « (…) On a deux activités au sein de Participa-AC, la première c'est moi qui m'en occupe principalement parfois avec une bénévole qui a étudié le droit aussi c'est les conseils juridiques aux consommateurs. Alors évidemment, être avocat ça aide à être crédible vis-à-vis des consommateurs mais ça ne suffit pas pour le Sernac puisqu'il faut développer des actions d'information et d'éducation des consommateurs. Donc on fait des conférences dans les écoles mais ça c'est une autre bénévole qui s'en occupe. En fait je suis le seul bénévole régulier, les autres sont plus des bénévoles ponctuels. On se réunit de temps en temps pour élaborer les projets à soumettre au Sernac et puis discuter un peu de tout, de rien. Ce n'est pas très formel. L'activité principale de l'association c'est le conseil juridique. (…) » (Président Participa-AC, avocat)

Le Président de l'UFC-QC Thionville décrit les multiples apports financiers que perçoit l'association. Cet extrait d'entretien montre la manière dont se construisent les

rapports entre élus locaux et dirigeants associatifs. Ces derniers contraints de démarcher des élus pour obtenir des financements, se trouvent désavantagés dans cette relation déséquilibrée.

> « (…) Alors ensuite dans les changements, le gros changement qu'il y a eu c'est le déménagement de nos locaux. Il faut dire que j'ai harcelé la mairie pendant un an pour qu'ils nous trouvent de nouveaux locaux mais tout affichait complet, ils ne pouvaient pas faire de miracle, rien n'était disponible. Donc avec l'aval du conseil d'administration, je me suis tourné vers un bailleur privé et c'est comme ça qu'on est venu dans ce local. Le coût du loyer, charge comprise s'élève à 635€ donc il est bien évident que j'ai fait des demandes de subventions. Je me suis entretenu avec le Directeur général des services de la ville de Thionville qui pense que la subvention sera à hauteur à peu près de 50% du montant du loyer et de toutes les charges: donc gaz et électricité. Mais il faut d'abord que ça passe au Conseil municipal parce que c'est pas le Directeur des services de la ville qui peut nous attribuer la subvention. Donc en fonction de tout ça, avec le budget fonctionnement ça passe largement. Il faut savoir que les seules ressources de nos associations ce sont les adhésions de nos cotisants, les dons et la subvention de la DGCCRF. Donc pour les cotisations, ça se fait au niveau local, c'est l'association locale qui détermine le montant de l'adhésion, ce n'est pas la fédération. (…) Et puis, pour les dons il y a plusieurs cas de figure ça peut être des personnes qui sont satisfaites de la résolution de leur litige et de la façon dont il a été traité et qui font un don à l'association, ça peut être aussi quand à chaque fin d'année on relance les adhérents pour leur adhésion, il y a des personnes qui au lieu de mettre 23€, ils vont mettre 30 ou 50€. On en bénéficie pas de subvention de fonctionnement. Par contre, pour l'installation dans ces locaux, là j'ai rencontré le maire de Yutz qui est aussi Président de la communauté d'agglomération et Vice-Président du Conseil général. Donc je l'ai rencontré pour lui demander une subvention pour l'installation dans les nouveaux locaux, c'est justement lui qui au sein du Conseil général préside la commission pour l'attribution de subventions pour les associations, donc il m'a promis qu'on aurait quelque chose et j'ai aussi demandé des subventions à notre fédération. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

La Vice-Présidente de la CLCV Uckange, quant à elle, parle d'assujettissement aux collectivités locales et émet des doutes quant à la viabilité de ce type de financement, s'il y avait un changement de majorité au sein de la municipalité (PS). Les inquiétudes émises par cette actrice associative confirment ici ce que Solange Passaris et Guy Raffi soulèvent en pointant une certaine forme de « *clientélisme* » ou « *d'affinités politiques* » quant à l'attribution de subventions municipales. Les auteurs avancent également le fait que la décentralisation accentue « *le face à face des associations/*

collectivités locales » ce qui peut avoir des incidences directes sur les sources de financements des associations[208].

> « (…) Au départ nous étions autonomes financièrement parlant et nous vivions sur nos propres ressources et puis depuis quelques années, le gouvernement supprimant énormément de subventions on a été obligé de faire appel à la municipalité, ce qui nous embête bien. Et du coup, on est un petit peu assujettis bien qu'on ait une entière liberté de faire ce qu'on veut. Mais jusqu'à présent ça fonctionne comme ça parce que la municipalité est ce qu'elle est mais si un jour elle venait à changer et être d'un autre bord, à ce moment-là je ne sais pas si on pourrait faire toujours les mêmes choses. Ca c'est un énorme problème quand on n'est pas totalement libre. La CLCV au niveau national est une entité très importante qui est loin de se cantonner à l'aide aux devoirs mais au niveau local il faut bien faire avec les moyens de bord. L'assujettissement est avant tout financier, on ne nous demande pas de faire telle ou telle chose, c'est simplement financièrement on est obligé de demander parce que même quand on emploie des emplois aidés, on n'a pas la possibilité d'avoir de l'argent et il faut demander étant donné que les contrats aidés par l'Etat sont de moins en moins nombreux. Sinon, il n'y a pas d'intervention de la municipalité à un autre niveau, pas de pression non plus, pour le moment, faut voir sur la durée. (…) » (Vice-Présidente CLCV Uckange, institutrice retraitée)

Quant au coordinateur de l'Union départementale de la CLCV Moselle, une part importante de son poste est allouée à la recherche de financements et au montage de projets tant cela demande du temps et une professionnalité certaine pour que ceux-ci soient acceptés. Les financements par objectifs appellent à ce que les associations rendent compte de la manière la plus précise possible de leurs activités et fassent preuve de créativité pour répondre aux attentes des financeurs.

> « (…) Il y a deux types de financements différents. D'une part, l'Union départementale est financée plus par les subventions publiques, il y a une partie qui va au niveau départemental et une partie qui va au niveau national, ça représente environ 25% du montant de notre budget. Ensuite on a des subventions de la CAF mais ça c'est historique parce qu'avant on était une association familiale. Après-Guerre, c'était plus une association d'entraide des familles et à ce moment-là on a été démarcher auprès de la CAF donc aujourd'hui c'est vrai que c'est une subvention qui reste parce que ça fait 40 ans qu'on l'a donc c'est difficile de nous l'enlever mais je crois que si on devait la demander aujourd'hui pour la première fois on ne l'aurait pas. Il y a aussi la DGCCRF, ça vient du national vers le département. On a aussi une subvention de l'Etat, c'est aussi très ancien c'est deux valeurs postes, donc c'est deux postes mais quand on sait qu'ils nous donnent 3000-4000€, c'est pas un poste

[208] PASSARIS S., RAFFI G., *Les associations*, Paris, Editions La découverte, coll. « Repères », 1984, p. 76.

ça. Ca, ça date des années 80 où ils donnaient cette subvention là mais il fallait qu'on cherche un complément du poste pour embaucher quelqu'un donc on a pris comme complément le financement CAF qui était à l'époque un financement de fonctionnement, aujourd'hui c'est un financement d'objectifs donc il faut remplir des objectifs pour l'obtenir. Avant pour la CAF c'était une subvention donc de fonctionnement, il nous la donnait et on faisait ensuite un compte rendu d'activité et ça leur convenait, aujourd'hui ils nous ont fixé des objectifs et il faut remplir un certain nombre de critères pour bénéficier de ces subventions. Donc déjà ça a évolué et le jour où on ne remplit plus ces critères on n'a plus rien.

Quels sont ces critères ?

En gros, parce que là je ne les ai plus en tête c'est faire de l'animation dans les quartiers, défendre le droit au logement, c'est des choses qu'on faisait déjà mais qu'il faut qu'on poursuive complètement dans le sens où ils nous le demande. Quand on dit droit au logement ça veut dire recenser les logements insalubres, faire en sorte que les gens retrouvent éventuellement un logement ailleurs et obtenir des travaux des propriétaires. Avoir un fond documentaire à disposition des structures et en plus de ça ils voudraient qu'on fasse des animations dans les quartiers alors que dans des quartiers il y a des fois des centres sociaux, des MJC des choses comme ça et il nous faudrait deux ou trois personnes de plus pour faire ça. Sinon pour les subventions c'est à peu près tout. (…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

Enfin, le Président d'ASSECO-CFDT expose ici un mode de financement plutôt atypique, à savoir le conventionnement avec un comité d'entreprise.

« (…) Donc on a d'une part des cotisations des adhérents et d'autre part on a signé des conventions avec des comités d'entreprise ce qui nous fait une autre entrée d'argent en échange, on rend service aux salariés de l'entreprise concernée. Ce sont des entreprises dans lesquelles nous sommes implantés en tant que CFDT, où la CFDT est majoritaire. En fait il y avait un besoin de faire appel à une association pour les salariés sur des questions de consommations plutôt que de toujours faire appel aux syndicalistes de l'entreprise. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

Le développement du financement de l'activité associative par appel à projet, par appel d'offre et par objectif suppose la nécessité, pour les associations, d'être en capacité de rendre compte de leurs activités et d'anticiper les résultats de celles-ci. Ceci sous-tend une rigueur administrative, proche des modèles bureaucratiques où s'exerce la « *domination légale-rationnelle* »[209], qui peut s'avérer chronophage aux yeux des acteurs associatifs répondant à ces contraintes. Aussi, cet alourdissement des contraintes

[209] WEBER M., *Economie et société vol. 1. Les catégories de la sociologie.*, 1921, Paris, Plon, coll. « Agora les classiques », 1995, pp. 289-336.

administratives dans l'activité globale de l'association, reposant sur les épaules d'un nombre très limité d'acteurs, pourrait altérer son fonctionnement démocratique par l'effet dissuasif qu'il génère tant en termes de rotation des mandats qu'en termes d'engagement de potentiels bénévoles et militants (cf. Chapitre XIII).

2.2. Les locaux associatifs. Sédentariser l'action, un enjeu de crédibilité et de développement

Les locaux associatifs représentent un enjeu important pour la croissance des associations. En effet, cela favorise un ancrage local, le lien social ainsi que la potentialité d'une socialisation, notamment, sur les questions de consommation comme en témoigne ce bénévole d'ADECOVAL.

> « (…) Du temps du local, dès que je descendais au plat (centre-ville) j'y passais pour saluer et passer un bon moment avec mes camarades d'ADECOVAL, il y avait toujours du monde les après-midis. Tout ça c'était vraiment sympa parce qu'on rencontrait des personnes, on discutait, on buvait un thé ou mangeait des *empanadas*, il y avait un lien entre nous et ça c'est important. Le lien c'est ce qui importe le plus quand on crée une association ou qu'on veut en faire partie, c'est pour créer ce lien entre les gens qui se perd pour beaucoup de raisons. La première, je pense, c'est un traumatisme qui, pour moi, n'a pas été dépassé au Chili, celui de la dictature. Quand on se méfie de son voisin et qu'on a peur de parler, de dire qu'on n'est pas d'accord avec ceci cela, on ne crée pas de lien au contraire, on évite de créer des liens. J'ai grandi dans cette ambiance, comme beaucoup de chiliens. Ce qu'il nous faut aujourd'hui c'est créer des espaces où peuvent se créer des liens entre les gens, pour reprendre confiance en nous et élever notre auto-estime. Le local c'était ça. Bon aujourd'hui je passe à Cupemchi de temps en temps même si je suis loin d'être retraité, ils prêtent le local à un peu tout le monde ici donc je passe mais ce n'est pas pareil qu'avant parce que même si on discutait de tout et rien aussi, on discutait aussi de tel ou tel commerçant qui a arnaqué ou de tel ou tel décret sur la consommation qui est passé. On avait de grandes discussions sur la place trop importante qu'occupe la consommation dans nos vies et comment faire pour ne pas être toujours en train de consommer et de s'endetter. Tout ça c'est ce que je recherche dans une association de consommateurs, le fait de ne plus avoir de local à nous fait que ces discussions-là sont moins évidentes. Il n'y a que quand on se réunit formellement ou quand on fait des conférences et des séminaires qu'on discute de tout ça. C'est un regret, un grand regret parce que ça participe aussi à la formation de l'esprit en tant que militant consumériste. (…) » (Bénévole d'ADECOVAL, militant des mouvements sociaux (non affilié), travailleur saisonnier)

L'importance de l'ancrage local est également apparue lors de notre enquête au sein de la CLCV Uckange. Son implantation au cœur d'un quartier populaire particulièrement stigmatisé et classé Zone d'Education Prioritaire a, à la fois, eu des incidences sur son développement mais aussi sur la spécificité des actions engagées (cf. ChapitreVI).

Un local associatif est aussi un point fixe, qui permet aux consommateurs désireux de s'orienter vers une structure associative de se repérer facilement. Cette sédentarité donne à voir une certaine stabilité de la structure associative, ce qui est un gage de sérieux tant de la part des consommateurs que des pouvoirs publics. Au-delà des représentations positives que peut susciter le fait de disposer d'un local associatif propre à l'association ou *a contrario* des représentations négatives lorsque l'association n'en dispose pas, il convient de montrer en quoi la présence ou l'absence d'un local associatif permet ou limite l'action associative. En effet, suite à la perte de leur local associatif, ADECOVAL est hébergé dans les locaux de CUPEMCHI, une association de retraités dont le Président est le Vice-Président d'ADECOVAL et le Vice-Président est le Président d'ADECOVAL. Ces locaux hébergent également des associations culturelles. Leur cuisine destinée initialement à une cantine pour les retraités est fréquemment mise à disposition lors de grèves, comme ce fut le cas pour *el movimiento de los pingüinos* [210] et les grèves de marins pêcheurs.

> « (…) Ce local est le local de CUPEMCHI mais comme tu as pu le constater nous partageons avec beaucoup d'associations ou de personnes parce que malheureusement ici les associations souffrent d'un manque de reconnaissance de l'Etat même s'il y a du mieux depuis Madame Bachelet.
> **Un manque de reconnaissance (…)**
>
> Je ne sais pas si c'est la formule adéquate mais je dis ça parce qu'il me semble que si on tient un discours sur la démocratie en disant que la société civile doit être entendue et qu'on doit encourager le développement des associations pour développer cette démocratie, vois-tu ? Alors il me semblerait logique qu'on leur

[210] Le mouvement des pingouins désigne la lutte lycéenne ayant eu lieu en 2006 pour une éducation publique, gratuite et de qualité. Ce mouvement, qui a beaucoup marqué Valparaíso et le Chili, était très présent dans les discussions informelles dans le local qui a pris, à ce moment précis, un tournant plus politique par la mise à disposition des cuisines. Ce mouvement de jeunesse a interpelé la société civile sur le fait que la lutte pouvait permettre un meilleur avenir et sur la nécessité de re-politiser les discours et l'action de cette dernière. Pour une analyse de ce mouvement, voir : GÓMEZ LEYTON J.-C. 2006 « La rebelión de las y los estudiantes secundarios en Chile. Protesta social y política en una sociedad neoliberal triunfante », *OSAL* nº 20, Buenos Aires, mayo-agosto 2006.

> donne les moyens de fonctionner, non ? Et ce n'est pas le cas, un local, des subventions ce serait un minimum. (…) » (Trésorière d'ADECOVAL, secrétaire salariée de CUPEMCHI (association de retraités) et artisane)

La perte du local propre à l'association est vécue comme un manque de reconnaissance de l'action portée par ADECOVAL de la part des pouvoirs publics. Bien que les acteurs soient parvenus à amener vers l'association des consommateurs qui fréquentaient le local en tant que retraités, les profits[211] de cette situation sont bien maigres si on les rapporte aux inconvénients. En effet, bien qu'un emploi du temps d'occupation des locaux fût mis en œuvre, cela ne permettait pas à l'association d'être présente dans les locaux tous les jours de la semaine. Aussi, nous pouvions rencontrer des membres d'ADECOVAL les mardis, mercredis et jeudis matins et sur rendez-vous pour les conseils en cas de litige. Les réunions de bureau et de bénévoles se déroulaient en soirée et devaient être prévues en amont pour réserver une des salles. Ces contraintes temporelles ne permettaient pas une activité continue de l'association et ce, malgré la présence continue dans les locaux du Président et Vice-Président ainsi que de la Trésorière d'ADECOVAL, salariée par CUPEMCHI.

L'UFC-QC Thionville a connu des problèmes organisationnels similaires lorsqu'elle n'avait pas de local propre. En effet, l'UFC-QC Thionville tenait une permanence hebdomadaire dans une salle municipale durant laquelle les bénévoles accueillaient les consommateurs rencontrant des litiges, géraient le courrier et répondaient aux appels téléphonique. Les dossiers de litiges étant le plus souvent gérés à domicile par manque d'espace.

> « (…) Avant il y avait un fonctionnement, avant le public était reçu dans l'ancienne salle qui était une salle municipale, le Président recevait des gens un par un, les gens lui exposaient leurs problèmes et il les orientait en fonction de leur litige vers un conseiller litige spécialisé. A mes yeux, l'aberration c'est que pour certains litiges c'est dur d'en parler mais en parler devant tout le monde dans la grande salle et ensuite s'entendre dire au bout d'un quart d'heure « vous allez tout réexpliquer à tel conseiller », ça c'est une aberration. (…) Quand on était dans les anciens locaux, on tenait une permanence une après-midi par semaine mais au vu du nombre d'adhérents et au vu du nombre de litiges, ce n'était pas suffisant. Et accueillir deux

[211] Ces profits n'ont pas connu une longévité importante puisque nous apprenions la mise en sommeil de l'association en 2010.

jours de suite les personnes dans ces locaux, ce n'était pas possible. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Lorsqu'elle a emménagé dans ses propres locaux, l'activité de l'association a pu s'intensifier en passant rapidement d'une permanence hebdomadaire à trois permanences, puis cinq en l'espace de trois ans. Ce développement de l'activité a permis l'augmentation du nombre d'adhérents, donnant plus de poids à l'association locale.

S'il n'est pas inconditionnellement essentiel à l'existence d'une association, un local associatif reste un moyen matériel dont il est difficile de se passer. Ce dernier est à la fois un marqueur de l'identité d'une association à l'échelle locale, un lieu de socialisation sur les questions traitées par l'association, un gage de crédibilité de tout en favorisant une stabilisation de l'organisation de l'action associative.

3. Devenir partenaire des institutions et faire institution?

Qu'il s'agisse d'agrément, de siège ou de moyens matériels d'existence, nous l'avons vu les associations de consommateurs nouent des rapports étroits avec les institutions étatiques et locales. L'analyse de nos entretiens a fait apparaître que les relations entre pouvoirs publics et associations étaient le plus souvent qualifiées par l'« interdépendance », puis l' « assujettissement ».

« (…) C'est un petit peu une relation d'interdépendance. On a besoin d'eux (des pouvoirs publics) pour nous soutenir dans nos projets moralement et financièrement et je pense qu'eux ont besoin de nous aussi pour justifier telle ou telle enveloppe budgétaire. (…) On en est dépendants parce que là par exemple mon poste est financé par la région et un peu la fédé, après il y a des postes qui sont pris en charges par le département, par les collectivités territoriales. On est dans le système et on est en interdépendance avec tous ces gens parce que c'est nos collègues de travail entre guillemets. C'est eux qui nous font vivre aussi un peu. (…) » (Directeur salarié de la Fédération Familles de France Moselle, militant écologiste Green Peace, ancien bénévole d'une association d'éducation populaire)

Cet extrait d'entretien avec le directeur salarié est significatif de la manière dont les associations perçoivent cette « interdépendance », bien qu'ici n'est décrite que la dépendance de l'association vis-à-vis des pouvoirs publics, allant jusqu'au partenariat avec les institutions puisqu'il identifie leurs agents et élus comme des « collègues de travail ». Dans un contexte où, comme le dit Marie-Hélène Bacqué « *la modernisation des institutions conduit la puissance publique à se tourner vers un secteur associatif ou communautaire, pour partie issu des mouvements sociaux, lui déléguant des pans entiers de la gestion sociale* »[212], il nous paraît nécessaire d'interroger ce partenariat au sein des associations de consommateurs.

A Valparaíso, ADECOVAL fait office de sas pour le Sernac dans le sens où les consommateurs rencontrant des litiges pouvant être réglés à l'amiable passent d'abord par l'association qui fera le nécessaire pour répondre à la demande de ces derniers[213]. Conscients de permettre au Sernac de désengorger leurs services, ils estiment en tirer un avantage dans le rapport de force.

> « (…) On est en contact constant avec le Sernac, lorsqu'une personne a un problème avec un commerçant, un industriel, une administration il vient nous voir envoyé indirectement par le Sernac puisqu'on est sur leur site internet. Si le problème peut se résoudre à l'amiable alors on le fait si ce n'est pas possible on passe le dossier au Sernac. Ca leur rend service parce qu'ils ont énormément de travail et donc là tout est exposé il n'y a plus qu'à faire. C'est eux qui vont au tribunal, nous on n'a pas les connaissances pour mais par contre après nous on se charge de le dénoncer sur la place publique et ça c'est important pour que d'autres consommateurs ne se fassent pas avoir. (…) » (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités), postier retraité)

Au sein de la CLCV Uckange, du fait de leur ancrage fort dans le quartier populaire, de la sympathie qu'ils génèrent mais aussi du rapport étroit entre la municipalité et l'association, une tendance à la confusion entre association et institution est tout aussi fréquente qu'irritante pour les acteurs associatifs.

---

[212] BACQUÉ M.-H., « Action collective, institutionnalisation et contre-pouvoir : action associative et communautaire à Paris et Montréal », *Espaces et Sociétés*, N°123, 2006/1, p.70.

[213] Ceci est également pour eux l'occasion de présenter les principes et valeurs portés par l'association ainsi que le fonctionnement interne.

« (…) Et pourtant ici, les gens qui sont dans la merde il y en a plein, d'ailleurs quand on fait de la consommation ou du logement ou de l'accompagnement scolaire c'est aussi un peu du social qu'on fait. Quand je vois qu'il y a des assistantes sociales qui reçoivent des gens qui sont dans la merde, c'est leur boulot, elles sont formées pour ça, et elles nous les envoient, je me dis qu'il y a quand même un problème. Des personnes qui sont endettées, en voie d'expulsion et moi en tant que personne, je me demande comment on peut laisser des personnes dans la merde quand on est assistante sociale, nous on est une association de consommateurs on n'est pas là pour les sortir de la merde ou pour leur filer du blé pour parler plus cru mais c'est des choses qui me révoltent. Que les assistantes sociales leur disent d'aller voir une association de consommateurs, peut-être que nous on les aidera. Alors s'ils ont un problème avec un bailleur ou un problème administratif on les aide mais l'assistante sociale est quand même payée pour ça, et ça, ça m'énerve. Je ne comprends pas pourquoi elles font ça ! (…) » (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière (bénévole) CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz)

Ces relations partenariales (souvent déséquilibrées, il faut le dire) avec les institutions, requièrent une formalisation de l'action associative qui passe nécessairement par une hiérarchisation des relations internes et une professionnalisation des acteurs. La formalisation de l'action associative se révèle aussi contrastée au gré des structures observées. Elle est souvent l'objet de tensions du fait de la volatilité de la contingence et de la détermination des acteurs à préserver la spécificité associative de leur organisation malgré la nécessité, pour exister, de rationnaliser l'action associative[214]. Les tâches administratives et gestionnaires qui en découlent, deviennent alors nécessaires à la structure associative ainsi construite. En effet, les associations de consommateurs, agréées et financées par des tiers, sont contraintes de répondre à des obligations de résultats que ces derniers exigent sous peine de perdre une grande part de leurs moyens matériaux d'existence. Comme l'explique Jean-Louis Laville[215] c'est afin de répondre aux impératifs gestionnaires sous-jacents que les associations adoptent un certain nombre de mesures visant à réglementer le fonctionnement associatif et tendant à calquer un modèle bureaucratique, dans la mesure où les associations recherchent une certaine prévisibilité et anticipation des résultats de leur action.

[214] MORALES LA MURA Q., « Tensions et distensions des répertoires d'action associative. Questions autour de l'institutionnalisation des organisations de consommateurs », (à paraître).
[215] LAVILLE J.-L., « L'association : ni entreprise, ni administration », in BLOCH-LAINE F. (dir.), *Faire société. Les association au cœur du social*, Paris, Syros, coll. : « alternatives sociales », 1999.

Chapitre IX : Capitaliser des ressources pour techniciser l'action associative

1. Professionnaliser l'action associative en professionnalisant ses acteurs

Avant d'analyser comment ces processus de professionnalisation agissent sur l'organisation associative, il apparaît nécessaire de préciser ce que nous entendons par « professionnalisation », qui, comme tout concept a à son effectif plusieurs acceptations qui sont liées aux postures théoriques empruntées par les sociologues.

Le concept de professionnalisation nous renvoie avec force aux théories fonctionnalistes et notamment au travail de Talcott Parsons faisant référence à la profession de médecin[216]. La professionnalisation est, pour les fonctionnalistes, le processus permettant à un groupe de passer de l'exercice d'une « *occupation* » à l'exercice d'une « *profession* » qui est à lier avec la notion de prestige de l'activité considérée alors comme « *profession* ». Ce processus consiste en premier lieu en l'acquisition de connaissances formelles nécessaires par des études universitaires aboutissant à un diplôme sans lequel l'exercice de la profession serait interdit ce qui implique un monopole certain de l'exercice de la profession. Il consiste également en la reconnaissance de l'utilité et de la nécessité sociale de ce qui était une occupation et en

[216] PARSONS T., *Éléments pour une sociologie de l'action*, Paris, Plon, 1955, pp. 197-238.

la définition d'une déontologie en laquelle un groupe devenu professionnel se reconnaît et s'identifie[217].

Les interactionnistes rompent avec le courant fonctionnaliste en s'opposant à l'idée selon laquelle les activités prestigieuses détiendraient une forme de monopole de la professionnalité et du professionnalisme. Ils s'attachent notamment à étudier des « *métiers modestes* »[218] et à démontrer que ces derniers font également appel à des connaissances et compétences techniques et un code éthique. La notion de professionnalisation se construit alors dans l'interaction et est définie à partir de la reconnaissance sociale de la professionnalité de l'acteur au sein d'un groupe social.

La professionnalisation des associations est loin d'être un phénomène nouveau, conséquence de l'engagement des associations « *dans la création de services et d'activités collectives pour améliorer la vie quotidienne, réguler les problèmes sociaux et développer la vie sociale de voisinage (dans les domaines de la santé, de l'éducation populaire, l'assistance juridique, etc.)* »[219] amorcée dans les années soixante et s'étant intensifiée dans les années quatre-vingt, il n'en reste pas moins un objet qui interroge ces organisations aujourd'hui encore. En effet, comme le soulignent Marie-Christine Combes et Pascal Ughetto[220], les associations sont partagées entre la nécessité de faire preuve d'efficacité en se professionnalisant et celle du monde entrepreneurial.

Nous considérerons ici la professionnalisation des associations de consommateurs comme étant un double processus d'acquisition et de développement

---

[217]DUBAR C., TRIPIER P., *Sociologie des professions*, Paris, Armand Colin, coll. : « U », 1998. Voir également PARADEISE C., « Les professions comme marchés du travail fermés », Sociologie et sociétés, vol. XX, n°2, octobre 1988, pp. 9-21.

[218] Nous reprenons ici l'expression d'Everett C. Hughes dans HUGHES E.-C., « Métiers modestes et professions prétentieuses : l'étude comparative des métiers » in *Le regard sociologique. Essais choisis*, textes rassemblés et présentés par CHAPOULIE J.M., Paris, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 1996.

[219] BACQUE M.-H., « Action collective, institutionnalisation et contre-pouvoir : action associative te communautaire à Paris et Montréal », *Espaces et Sociétés*, N°123, 2006/1.

[220] COMBES M.-C., UGHETTO P., « Travail et organisation dans les associations : un autre regard sur la professionnalisation », Février 2008. Version en ligne : http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/36/98/05/PDF/AssociationTravailProfessionnalisationCombes_Ughetto.pdf consultée le 21/09/2011. Voir aussi: COMBES M.-C., « La professionnalisation des associations : une entrée par le travail. », Communication au 3° congrès de l'Association française de sociologie (RT 35 Sociologie de l'engagement, de la vie associative et du bénévolat), Paris, 14-17 avril 2009. Version en ligne : http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/37/31/03/PDF/2009AFS-RT35-Combes_Ughetto.pdf [consultée le 21/09/2011]

des compétences pouvant être considérées comme professionnelles des acteurs engagés[221] ainsi que de mobilisation et valorisation au sein des associations, des compétences professionnelles acquises au cours de la trajectoire scolaire et professionnelle des engagés. Ce processus s'accompagne de la nécessité croissante d'une reconnaissance sociale de l'expertise et de la capacité de gestion des acteurs associatifs, garante de l'efficacité et de l'utilité publique de l'association et, *a fortiori* de la pérennité de l'action associative ainsi que de son développement[222].

1.1. Acquérir et développer des ressources considérées comme compétences professionnelles au sein du monde associatif

Afin de mieux comprendre comment l'association peut être considérée comme un vecteur de développement des compétences, il est fondamental de définir au préalable le concept de compétence professionnelle. Malgré son emploi courant, la notion de compétences professionnelles revêt une complexité certaine tant dans l'effort de définition qu'elle demande que dans son analyse empirique. Cette complexité est étroitement liée au fait qu'il n'existe pas une seule et vraie définition de ce qu'est la compétence, d'où le « *débat sociétal* »[223] dont elle est l'objet. C'est pourquoi il est nécessaire de s'accorder, au moins brièvement, sur ce que nous entendons par compétences professionnelles. Bien que paraissant être un ensemble flou, la définition des compétences professionnelles est étroitement liée à l'adaptation à la situation dans laquelle elle est évoquée et aux tâches attribuées dont doit faire preuve un individu que l'on qualifierait alors de compétent[224].

[221]BALZANI B., *Insertion par l'activité économique et gestion de la précarité : l'exemple du dispositif des associations intermédiaires*, Thèse de Sociologie, Université de Nancy 2, 2003.
[222] EME B., « Les associations ou les tourments de l'ambivalence », in LAVILLE J -L., CAILLE A., CHANIAL P., DACHEUX E., EME B., LATOUCHE S., *Association, démocratie et société civile*, Paris, Ed. La Découverte/M.A.U.S.S. / C.R.I.D.A, coll. : « Recherches », 2001, pp. 27-58.
[223]TREPOS J.-Y., *Sociologie de la compétence professionnelle*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, coll. « Espace social » ? 1992.
[224] TREPOS J.-Y., *op. cit.*, 1992, p. 16.

S'engager activement dans une association de consommateurs inclut souvent une phase d'apprentissage ou de formation à la vie associative[225]. C'est pendant cette phase d'apprentissage que le « *novice* »[226], nouvellement engagé, prendra connaissance des valeurs véhiculées par l'association, de l'organisation formelle et informelle du travail en son sein, du répertoire d'action mobilisé, de la place de l'association qu'il intègre au sein de l'ensemble de la structure sociale, ainsi que les actions que ce dernier mènera au sein de cette association. Cette formation est présente dans la plupart des associations de consommateurs du fait, notamment, du maniement d'outils juridiques mais aussi parce qu'elle est essentielle à la construction d'une cohésion entre les différents membres engagés. Cependant, elle se réalise de différentes manières selon l'organisation qui la mène mais aussi selon la place et le rôle que le membre engagé aura au sein de l'association.

> « (…) Mais c'est aussi le dévouement de ses bénévoles, qui a permis à l'association de vivre et de se développer. Ils lui consacrent au moins une demi-journée chaque semaine et leur formation est assurée par l'expérience qu'ils acquièrent à l'examen des cas soumis avec l'aide des autres bénévoles, par une documentation abondante et des stages organisés par l'Union fédérale. (…) » (Page d'accueil du site internet d'UFC-QC Thionville : http://www.ufcquechoisir-thionville.fr/qui-sommes-nous.php)

> « (…) Depuis deux ans, il y a des formations régionales, il y a des gens de Thionville, qui sont fait par des responsables d'autres associations et qui sont des formations de base sur les litiges. Et pour les gens plus impliqués, il y a des formations nationales. Mais sinon un nouveau bénévole qui arrive, on lui remet un petit livret d'accueil et on le met à l'accueil et petit à petit il s'adapte. (…) » (Secrétaire UFC-QC Metz, ancien Vice-Président de la Fédération nationale des étudiants en sciences, Professeur émérite des Universités)

La formation de l'acteur associatif, qu'il soit nouvellement engagé ou déjà bien aguerri, fera parfois l'objet d'une organisation formelle en amont et d'une transmission didactique des outils et concepts nécessaires à l'action associative des organisations de consommateurs:

[225] SIMONET-CUSSET M., «Penser le bénévolat comme travail pour repenser la sociologie du travail », *Revue de l'IRES*, n°44, janvier 2004.
[226] BECKER H.S., *Outsiders, Etudes de sociologie de la déviance*, 1963, Paris, A.-M. Métailié, 1985.

« (…) Ce sont les associations locales qui expriment leurs besoins de former leurs militants pour répondre à la complexité des règles de droit qui changent très vite et qui ont besoin de renouveler leurs connaissances. Donc l'association locale exprime son besoin de formation, on demande à la fédération nationale qui donne l'autorisation et l'association locale, à ce moment là, prend en charge l'organisation. Elle invite les bénévoles qui ont besoin d'être formés, trouve le local adéquat pour faire la formation, s'occupe des réservations d'hôtel, des remboursements de frais de déplacements et moi j'interviens avec une autre personne pour faire la formation, qui dure en général une journée. (…) » (Juriste salarié Fédération Familles de France Moselle, conseiller juridique bénévole à l'UFC-QC Metz)

« (…) On en a assez régulièrement, localement c'est la CLCV Yutz qui organise les formations. C'est des formations thématiques sur les taxes ou d'autres thématiques. Sinon on peut aussi aller les mardis à la CLCV de Yutz, tous les mardis, quand vous avez un problème avec un dossier, vous venez avec vos courriers et on vous montre comment rédiger un courrier. Sinon ici c'est la responsable consommation qui fait la plupart des formations. Mais j'ai vraiment acquis sur le tas et puis après le droit, la consommation, une fois qu'on a les bases c'est de la logique. (…) » (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière (bénévole) CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz)

« (…) J'ai connu ADECOVAL par ses conférences qui sont quasiment des cours magistraux avec des spécialistes sur des choses précises qui touchent les consommateurs. Celle qui m'a fait adhérer portait sur les crédits de consommation, c'est un phénomène de société très répandu ici, les gens vivent au dessus de leurs moyens parce que tout les y incite : les publicités, les magasins, les banques jusqu'à ce qu'ils se retrouvent complètement étranglés par les crédits et vient le surendettement. En réalité, ce sont des formations destinées d'abord aux militants d'ADECOVAL mais qu'on ouvre à tout le monde parce que laisser une porte ouverte permet de nous faire connaître. Selon le thème développé on a plus ou moins de personnes qui ne sont pas adhérentes qui viennent. Par exemple, nous nous sommes retrouvés entre nous pour toutes les formations que nous avons fait sur la nouvelle loi du consommateur bien qu'elle était ouverte au public mais là ce sont des questions peut-être trop spécialisées, il faut déjà être intéressé par la défense du consommateur. (…) » (Bénévole ADECOVAL, membre du Partido socialista (Parti socialiste), travailleuse sociale)

Dans d'autre cas, la formation du novice est tirée directement de la pratique même de l'action associative, qui elle même est conduite collectivement. Ici, la formation sera bien plus le fait d'une interaction entre le novice et les autres membres de l'association, presque invisible aux yeux des acteurs car non formalisée, ce mode de formation est très répandu et valorisé au sein des associations de consommateurs rencontrées sur le terrain.

« (…) Dans le milieu associatif il existe des formations très classiques et spécifiques mais la chance qu'on peut avoir c'est qu'avec les cas qu'on étudie tous les jours, l'échange d'informations, comment on a réagit, comment on résout tel ou tel problème c'est la formation principale. Donc c'est plus de la formation sur le tas qui est importante dans l'association, on fait plus de la formation par l'expérience que des formations scolaires. (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

« (…) Je me suis formée sur le tas en faisant, c'est plus pratique. Et puis quand j'ai besoin de conseil je demande toujours à la secrétaire ou à une autre bénévole qui est là depuis plus longtemps que moi. (…) » (Bénévole CLCV Uckange, ancienne syndicaliste CFTC de l'industrie automobile, agente d'accueil dans une association d'action sociale)

« (…) Déjà à la base je n'ai aucune formation juridique donc il faut bien que je me renseigne, et mon livre de chevet c'est le code civil et le code de la consommation. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Tout au long de sa trajectoire au sein de l'association, le membre engagé peut connaître plusieurs modes de formations comme en témoigne ces extraits d'entretiens avec un salarié de la CLCV, anciennement bénévole dans la même organisation ainsi que celui avec le Président d'UFC-QC Thionville:

« (…) Quand on m'a proposé de tenir une permanence alors que j'avais pas de connaissance particulière en droit donc j'ai dit « ben je sais pas si je peux mais bon si je peux je veux bien faire ». Bon c'est vrai que j'ai lu un petit peu d'abord les brochures, les bouquins et il y avait un certain nombre de guides à l'époque. Et puis après j'ai fait quelques formations quand même au niveau national, que ce soit à l'INC que ce soit à la CLCV donc des formations juridiques de base au moins. Et puis après c'est dans les, dans les bouquins que j'ai appris le reste quoi hein. Et faut dire que bon ça c'est bien passé ; j'ai tenu des permanences et je peux même dire que depuis j'ai quand même recruté pas mal de juristes ici qui ont des licences ou des maîtrises de Droit et je pense pas avoir beaucoup de lacunes par rapport à eux si ce n'est sur des aspects peut être plus droit pénal. En droit pénal c'est vrai qu'il faut là plus bien maîtriser le sujet mais sur le droit civil, droit commercial ça pose pas de problèmes. (…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

« (…) les nouveaux conseillers on les mets en binôme quelques mois avant de les laisser gérer. Ensuite il y a des formations dispensées par notre fédération et des formations dispensées par le CTRC. Au CTRC, il y a cinq ou six formations par an, ils ont des thèmes très précis et on envoie les bénévoles qui sont intéressés par la formation. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Cette formation est nécessaire, remarque Lionel Prouteau[227], à la prévention de tout « *sentiment d'incompétence* » qui pourrait démotiver la personne nouvellement engagée. La mobilisation des outils juridiques pose des difficultés, qui bien que surmontables, semblent être un frein au développement des associations de consommateurs (en terme de nombre de membres actifs) lorsque ces dernières valorisent l'action de conseil juridique aux dépens d'autres actions effectuées ou pouvant être effectuées (enquêtes, tâches administratives, organisation d'événements et de manifestations).

> « (…) On ne peut devenir spécialiste du droit de la consommation sans avoir été formé. C'est peut-être aussi pour ça qu'INDECOSA a du mal à se développer parce que c'est pas évident, il faut vraiment s'investir pour pouvoir travailler la question. Pour moi, c'est plus facile évidemment. INDECOSA organise des formations, il y a une cellule ou un groupe de formateurs qui organisent des formations régulièrement. (…) » (Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, sympathisant du NPA et ancien militant de la Ligue communiste, agent de la DRCCRF Lorraine)

> « (…) C'est sûr que les personnes qui n'ont pas de formation en Droit, c'est difficile pour eux. (…) Et puis, nous en tant qu'associations les règles de Droit sont importantes mais on n'est pas obligé de tout savoir et il y a des bénévoles qui sont là depuis assez longtemps donc ils en savent déjà beaucoup à l'heure actuelle et ils en apprennent tous les jours, ils se renseignent ils sont tous abonnés à des revues juridiques, ils m'envoient même des choses par mail, donc ils essaient de se mettre le plus à jour possible. (…) » (Juriste stagiaire UFC-QC Metz, étudiante à l'école d'avocat de Strasbourg)

Pour Roger Sue[228], l'activité associative qu'il désigne comme étant le « *secteur quaternaire* » est, selon lui, une sphère économique dans laquelle la production et le développement des facultés de l'individu sont privilégiés. Le profil de jeunes « *en cours de qualification* » s'engageant auprès d'associations que repèrent S. Amadio, X. Engels et H. Jory, dans leur rapport de recherche[229], démontre à juste titre que l'activité associative est constructrice non seulement de capital social, du fait d'un élargissement du réseau social quasi évident, mais elle est également constructrice de compétences

[227] PROUTEAU L., « Les chemins du bénévolat », *Futuribles*, décembre 1997.
[228] SUE R., *Renouer le lien social. Liberté, égalité, association*, Paris, Editions Odile Jacob, 2001.
[229] AMADIO S., ENGELS X., JORY H., « L'association fait-elle partie de l'économie sociale et solidaire?». Rapport commandité par la Délégation interministérielle à l'innovation sociale et l'économie sociale, piloté par la Préfecture de la région Lorraine (Secrétariat général pour les affaires régionales), Convention DIISES-Lorraine n°24, in *Cahiers de recherche de la MIRE*, n°16, avril 2003, p.62.

professionnelles qu'un acteur peut faire valoir sur le marché de l'emploi, à l'instar de l'étudiante à l'école d'avocat et stagiaire au sein d'UFC-QC ainsi que du directeur salarié de la Fédération Familles de France qui a été recruté pour son expérience bénévole dans une association d'éducation populaire:

> « (…) Je voulais profiter de mon stage pour essayer de voir le plus de matière possible parce que même en cours lorsqu'on va voir certaines choses on ne voit pas tout en profondeur parce qu'on n'a pas le temps. Et UFC est une association de défense des consommateurs qui balaie vraiment un éventail de litiges qui va du droit à la construction, tout ce qui concerne les opérateurs de téléphonie, les contrats de vente donc il y a plein de choses à voir. A chaque fois on a un litige différent alors on essaie de se renseigner et d'actualiser nos connaissances sur pleins de choses. Et c'est un autre point de vue parce que quand on est avocat, on ne va pas prendre forcément la défense de la partie faible c'est pour ça aussi que je veux faire un stage après au tribunal pour avoir le point de vue des magistrats. Et ces points de vue me permettront vraiment après d'exercer la profession au mieux. (…) » (Juriste stagiaire UFC-QC Metz, étudiante à l'école d'avocat de Strasbourg)

> « (…) Mon expérience en tant que bénévole a nourri mon expérience professionnelle, ça m'a enseigné la capacité d'écoute, la considération des autres, le goût du contact, du service, une sorte d'impartialité, de neutralité. Quand on bosse dans l'associatif on compose avec tous les gens de la société et on apprend à savoir parler à tout le monde et surtout ça développe l'aspect créatif, ça a développé mon imaginaire. Un animateur c'est un adulte de 8 ans avec des responsabilités d'adulte. Et pour moi là c'est pareil j'ai 8 ans avec des responsabilités d'adulte. (…) » (Directeur salarié de la Fédération Familles de France Moselle, militant écologiste Green Peace, ancien bénévole d'une association d'éducation populaire)

Ce dernier extrait d'entretien montre combien le secteur associatif constitue un espace social « *dans* [lequel] *les coûts de conversion entre carrière professionnelle et militantisme se sont singulièrement abaissés, dans ce jeu d'importation et de réemploi de compétences et de ressources*. »[230].

Au-delà de l'enrichissement individuel que peut apporter l'acquisition et le développement des compétences professionnelles, la construction des compétences professionnelles au sein des associations demeure une plus-value (symbolique puisque s'agissant d'organisations à but non lucratif) pour l'association qui, de ce fait, légitime ses actions auprès des pouvoirs publics ainsi que des potentiels adhérents en s'appuyant

[230] GAÏTI B., ISRAËL L., « Sur l'engagement du droit dans la construction des causes », *Politix*, vol.16, n°62, Deuxième trimestre 2003, p23.

sur les compétences professionnelles des acteurs. Nous avons montré que la formation à la vie associative au sein des organisations de consommateurs rencontrées sur le terrain revêt un caractère polymorphe. Il nous faut considérer qu'elle vise aussi, en plus de la transmission de savoirs et savoir-faire techniques, la construction d'une identité collective essentielle à la réalisation du projet associatif. La construction d'une identité collective peut s'objectiver par l'usage d'une rhétorique commune aux agents associatifs. Ce « *travail d'argumentation* »[231], pour reprendre l'expression de Catherine Paradeise, met en exergue des normes et des valeurs véhiculées dans les discours des agents tels que le désintéressement financier, la « *contribution à l'intérêt général* »[232] ou encore, le « *don de soi* »[233]. Cela permet de distinguer l'activité associative des autres activités économiques, et parallèlement, cela permet aux acteurs associatifs de s'identifier au groupement associatif. C'est en cela que la formation interne constitue, comme le souligne Jacques Ion, un enjeu stratégique important au sein des associations. De même, l'accès aux formations organisées à l'échelle nationale agit sur les carrières associatives puisqu'il se révèle être une porte d'entrée vers des mandats d'encadrement de l'organisation associative[234]. En outre, ce sont généralement les acteurs les plus engagés au sein de l'association qui se rendent à ces formations pour lesquelles ils « montent à Paris » ou «se rejoignent à Santiago »[235].

Après avoir explicité les processus d'acquisition des savoirs et savoir-faire associatifs et leurs enjeux, il convient de s'intéresser à la manière dont les associations usent des compétences professionnelles préalablement acquises dans le domaine du travail.

---

[231] PARADEISE C., « Rhétorique professionnelle et expertise », *Sociologie du travail*, n°1, 1985, p. 22.
[232] QUEMIN A., « Les rhétoriques professionnelles comme ressources : analyse dynamique du discours des commissaires-priseurs », *UTINAM*, n°23, 1997, p. 80.
[233] BONNIN J.-C., « Créer une logique d'entraide. Une association médico-sociale », in HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.
[234] Voir ION J., « Modes d'engagement et savoirs associatifs : petit coup d'œil dans le rétroviseur » in LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M. (Coord.), *L'expert associatif, le savant et le politique*, Paris, Ed. Syllepse, 2003, pp. 21-26.
[235] Expressions fréquemment employées par les acteurs qui sont assez significatives quant au symbole qu'elles dégagent. En France « *on monte à Paris* » (alors que l'on est en Moselle) cela peut exprimer la vision hiérarchique de l'organisation dont les sièges sociaux se trouvent à Paris. Au Chili, « *on se rejoint à Santiago* », ici cela peut exprimer une vision centraliste des organisations, qui par ailleurs fait l'objet de beaucoup de critiques de la part des acteurs chiliens.

1.2. Mobiliser des compétences acquises en milieu professionnel

L'analyse des modes de « recrutement » des acteurs associatifs (bénévoles et salariés) est révélatrice de l'usage de leurs compétences par l'association. Pour Sabrina Amadio, Xavier Engels et Hervé Jory l'entretien effectué auprès du futur membre de l'association lors de son entrée au sein de l'association tend à calquer le modèle de l'entretien d'embauche entrepreneurial, dans lequel le recruteur testera les compétences de son interlocuteur afin de les mettre en adéquation avec certains types d'activités ou d'actions associatives, opérant ainsi une sélection des individus désireux de s'engager. Autrement dit, l'attribution des activités et des responsabilités se fait en fonction de ce que le recruteur aura reconnu comme étant des compétences. Bien souvent, le type de poste occupé dans la vie professionnelle au sens strict, ou bénévole (puisque considérée comme expérience professionnelle) est un des facteurs qui détermine le type d'activité que le membre engagé mène au sein de l'association bien que ce ne soit pas le seul.

> « (…) Il y a beaucoup de bénévoles qui ont un parcours professionnel qui leur permet de se spécialiser dans certains types de litiges. J'en ai pour preuve, il y a ici certains bénévoles qui sont spécialisés dans la téléphonie, c'est des anciens salariés de France Télécom, on a un bénévole qui est spécialisé dans l'immobilier c'est un ancien syndic, on a des bénévoles qui sont spécialisés dans les litiges avec EDF et ce sont des anciens salariés d'EDF. (…) Le profil qu'on recrute chez les enquêteurs c'est des personnes qui veulent donner de leur temps mais ponctuellement. Une enquête a lieu sur une période très courte, elle peut durer quinze jours et après il n'y a plus rien pendant deux mois. Donc la personne, on la prévient avant, elle fait son enquête. Et parfois, les bénévoles administratives participent à des enquêtes. Une fois, on a eu une enquête commandée par la fédération, c'était un relevé des prix dans la grande distribution, on n'avait pas assez de monde, il y avait beaucoup de magasins et beaucoup de références à relever et effectivement elles ont participé à l'enquête. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Ce fait implique une forme de « *continuité de l'activité professionnelle de l'individu dans son champ de compétences techniques* » au sein de l'association dans un cadre moins contraignant que celui du *labour*[236]. Il permet également d'envisager une reproduction sociale des « *habitus* »[237] au sein de l'association. En effet, les acteurs ayant une position socialement dominante ont de fortes chances de détenir une position

[236] AMADIO S., ENGELS, X., JORY H. *op. cit*., pp. 62-63.
[237] BOURDIEU P., *Questions de Sociologie*, Paris, Edition de minuit, 1980.

dominante dans la structure associative et vice-versa. De même les dispositions acquises dans le monde du travail peuvent être valorisées au sein des associations.

Parmi ces dispositions, les connaissances théoriques notamment juridiques acquises soit dans le monde académique ou dans le monde du travail sont très valorisées au sein des organisations de consommateurs qui jonglent bien souvent entre le code de la consommation et le code civil. Qu'il s'agisse du bénévole d'UFC-QC salarié en tant que juriste au sein de Famille de France Moselle ou du Président d'INDECOSA Moselle qui est inspecteur de la DGCCRF, leur parcours de formation ainsi que les emplois qu'ils occupent leur apportent un socle de connaissances juridiques et une expertise du code de la consommation qui les rendent indispensables au sein des associations.

> « (…) Et puis j'ai un certain avantage par rapport à d'autres militants INDECOSA c'est que j'ai une connaissance des réglementations dans le domaine de la consommation et d'autant plus que j'ai eu des fonctions comme responsable contentieux où j'ai monté des dossiers et suivi les procédures jusqu'au passage au tribunal et la sanction judiciaire. Donc j'ai une vision très globale des litiges et des procédures. J'ai une vision assez large que ce soit le droit pénal, le droit civil et le droit administratif. (…) » (Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, sympathisant du NPA et ancien militant de la Ligue communiste, agent de la DRCCRF Lorraine)

Les compétences liées à la gestion comptable ainsi que de l'organisation du travail dans le domaine professionnel apportent également des ressources nécessaires au développement organisationnel de l'association :

> « (…) Bien que je n'aie pas d'expérience juridique, mais je pense avoir une certaine expérience professionnelle dans le domaine de la consommation qui peut être utile. Ceci d'autant plus que l'UFC de Metz a 1000 adhérents et que les problèmes de litiges à résoudre n'est que la partie visible de l'iceberg qui est toute la gestion, toute la vie de l'association. Donc il est bon d'avoir d'autres compétences que la résolution juridique de litiges, comme par exemple des compétences de comptabilité et surtout en management, c'est important. (…) » (Secrétaire UFC-QC Metz, ancien Vice-Président de la Fédération nationale des étudiants en sciences, Professeur émérite des universités et Directeur d'une école d'ingénieur)

La résolution de litiges implique également la maîtrise de compétences rédactionnelles qui est directement à lier avec le « capital scolaire » des acteurs associatifs.

> « (…) C'est un peu la même chose quand on tient les permanences consommation, bon c'est vrai que les boulots que j'ai fait ont pas mal aidé aussi, comme je rédigeais les courriers pour le lycée ou les compte rendus de Conseil d'administration pour le lycée, je pouvais rédiger les courriers pour les litiges avec les professionnels ou les propriétaires privés, j'étais plus à l'aise que quelqu'un qui n'a jamais été derrière un bureau. (…) » (Président de la CLCV Moselle, adhérent CFDT et ATTAC, ancien militant JOC et ACO, fonctionnaire catégorie B au sein l'Inspection académique Metz-Nancy)

Enfin, le monde du travail est une instance de socialisation dans laquelle les individus incorporent des manières d'être. Aussi avoir « le contact facile », « le sens du service » sont loin d'être innés et tout aussi valorisés que les autres types de compétences professionnelles que nous avons citées.

> « (…) Les principales qualités pour être Président d'une association c'est d'aimer les gens, avoir le contact facile. En tant que postier, j'étais obligé d'aller vers les gens de faire leur connaissance, j'allais chez eux, dans leur foyer. Un postier connaît toutes les familles du quartier, les femmes n'ont pas peur de lui ouvrir la porte et ça, ça fait beaucoup. (…) » (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités) postier retraité)

> « (…) En tant que fonctionnaire j'ai été habitué à être au service de la population, j'étais au service d'Etat civil donc je recevais beaucoup de monde dans la journée donc on est très sociable et ça c'est nécessaire dans une association. Ensuite, je ne suis pas en difficulté face aux lectures ou aux écritures administratives donc ça aussi c'est bien pour faire avancer les choses. (…) » (Vice-Président d'ADECOVAL, ancien porte-parole de quartier, ancien représentant communal de la Democracía Cristiana (Parti démocrate-chrétien), Président de CUPEMCHI (association de retraités), employé municipal retraité)

La forme de l'entretien d'accueil marque la volonté des associations à utiliser au mieux les compétences de chacun dans une organisation pré-définie, ce qui confère une légitimité et une sorte de label de qualité à leurs actions. Les compétences génératrices de légitimité qui sont davantage sollicitées par les associations sont l'« *implication* », la

« *communication* » et le « *savoir-faire* »[238] relèvent Jean-Louis Laville et Renaud Sainsaulieu dans leur analyse socio-technique de l'activité associative. L'extrait d'entretien qui suit raconte l'entretien d'accueil de l'actuelle secrétaire salariée alors qu'elle rencontrait pour la première fois les membres de l'association pour y agir en tant que bénévole suite à la parution d'une annonce dans le journal local lançant un appel au bénévolat.

> « (…) on m'a posé des questions sur mon parcours scolaire, sur mes emplois précédents, quels étaient mes domaines d'intérêt et on m'a proposé un poste de secrétaire en bénévolat. Et on m'a demandé quand je pouvais commencer et comme j'étais disponible, j'ai commencé tout de suite, hop, dans le bain. Et puis comme j'avais connu une rupture au niveau professionnel, pour me remettre vraiment au goût du jour il me fallait une activité nouvelle. Donc pour me remettre sur les rails et voir de quoi le monde était fait de nouveau parce que comme dit j'avais mis tout ça entre parenthèses pendant deux ans quand même donc c'était un peu la galère. (…) » (Secrétaire administrative salariée d'UFC-QC Thionville, ancienne secrétaire bénévole UFC-QC Thionville)

L'entretien d'accueil est ici très semblable à un entretien d'embauche au cours duquel la candidate a décliné quelles étaient ses qualifications (parcours scolaire et professionnel) et ses motivations (« domaines d'intérêts »). À cet égard, force est de constater que l'attribution du « poste »[239] bénévole de secrétaire renvoie de manière très directe à la trajectoire professionnelle de l'enquêtée qui a occupé des postes de secrétaire, assistante comptable et standardiste au sein de différentes administrations tout en étant comptable de formation. Il nous faut également relever l'enjeu social pour l'enquêtée que constitue l'intégration en tant que bénévole au sein de l'association. Faisant suite à une « rupture professionnelle » et une période de deux ans de chômage, l'intégration en tant que bénévole au sein de l'association constitue pour l'enquêtée une manière de s'intégrer à nouveau dans le monde du travail.

---

[238] LAVILLE J.-L., SANSAULIEU R., « Les fonctionnements associatifs », in LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R. (dir.), *Sociologie de l'association. Des organisations à l'épreuve du changement social*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Sociologie économique », 1999, p. 281.

[239] Nous reviendrons sur le vocable appartenant au champ lexical du travail et de l'entreprise.

L'enjeu de la valorisation des compétences des acteurs, ainsi que, par ricochet, de leur « *capital culturel* » et « *symbolique* »[240] est de répondre à la fois au projet associatif (sans lequel elles n'auraient pas lieu d'être) et aux attentes du public et des partenaires sociaux (sans lesquels elles ne peuvent être.) C'est en cela que réside la nécessité exprimée par les acteurs d'avoir en son sein des membres faisant preuve d'une compétence certaine acquise au sein du domaine professionnel dans lequel ils exercent ou ont exercé[241].

Néanmoins nous tenons à souligner, comme l'ont fait à juste titre Jacques Ion et Bertrand Ravon[242], qu'un recrutement de membres bénévoles axés sur les compétences personnelles et professionnelles qui ferait l'économie d'une adhésion réelle de ces membres aux valeurs véhiculées par l'association, peut se solder par une remise en cause profonde du projet associatif et de ce qui constitue jusqu'alors les bases de l'identité collective de l'organisation.

2. Mobiliser des ressources politiques et militantes

Il serait réducteur de prétendre que seules les compétences professionnelles seraient valorisées au sein des organisations de consommateurs institutionnalisées. En effet, les perspectives de développement de l'organisation et de pérennisation de l'action associative appellent nécessairement à une forme de « *compétence politique* »[243]. Cette dernière définie notamment par Alfredo Joignant comme étant la capacité « *permettant au sujet de rendre pratiquement intelligibles des objets, agents,*

[240] BOURDIEU P., *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Editions du Seuil, coll. « essais », (1996) 2007.
[241] SIMONET-CUSSET M., *op.cit.*, 2004.
[242] Voir l'article : ION J., RAVON B., « Causes publiques, affranchissement des appartenances et engagement personnel », *Lien social et Politiques*, n°39, 1998, pp.59-71.
[243] JOIGNANT A., « Compétence politique et bricolage. Les formes profanes du rapport au politique », *Revue française de science politique* 2007/6, Volume 57, pp.799-817.

espaces et situations que les taxinomies établies définissent comme politique »[244]. C'est pourquoi le « *capital politique* », le « *capital social* » et le « *capital militant* » sont des dispositions particulièrement valorisées au sein du monde associatif.

2.1. Le capital politique

Le « *capital politique* », envisagé selon Pierre Bourdieu comme « *une forme de capital symbolique, crédit fondé sur les innombrables opérations de crédit par lesquelles les agents confèrent à une personne (ou à un objet) socialement désignée comme digne de créance les pouvoirs mêmes qu'ils lui reconnaissent* »[245], est proche du concept wéberien d' « *autorité charismatique* »[246]. Au sein des organisations de consommateurs, ce type de capital est essentiellement détenu par les dirigeants associatifs :

> « (…) J'ai des facilités à nouer des liens et puis avec mon passé de porte-parole et de syndicaliste j'ai appris à prendre la parole en public autant face à mes pairs que face aux officiels. (…) Et être dirigeants d'une association en demande d'autres [dispositions] comme le fait de pouvoir se faire entendre, de savoir comment amener des adhésions. (…) » (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités) postier retraité)

Il est par ailleurs très fréquent que les détenteurs de capital politique soient très rapidement sollicités dès lors qu'ils s'engagent, par les bénévoles, les militants, les administrateurs ou les dirigeants associatifs eux-mêmes, en vue d'assurer un mandat :

---

[244] *Idem*, p800. Ici Alfredo Joignant s'appuie à la fois sur la théorie de l'habitus de Pierre Bourdieu (BOURDIEU P., *op.cit*., (1996) 2007), sur celle de l'identité dispositionnelle de Bernard Lahire (LAHIRE B., *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan, 1998) ainsi que sur les travaux de recherche de Daniel Gaxie.

[245] BOURDIEU P., *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, Editions du Seuil, coll. : « Essais », 2001, p.241.

[246] WEBER M., *Economie et société /1. Les catégories de la sociologie*, Paris, Plon, coll. : « Agora les classiques », (1971) 1995.

« (…) Donc un jour, j'ai pris ma carte et je suis devenu adhérent à la CFDT mais comme je suis un homme de conviction et quand je me lance dans quelque chose je ne fais pas semblant, j'y vais à fond, les dirigeants à l'époque ont décelé chez moi quelqu'un qui était capable donc on m'a proposé de me présenter aux prochaines élections professionnelles. Il ne fallait pas me le dire deux fois, j'ai dit oui. Donc après au fur et à mesure j'ai découvert le fonctionnement de la CFDT, les structures qui la composent, la ligne directrice était fixée donc ça a été très rapide. En 1996 j'ai été élu Délégué du personnel on m'a tout de suite mit les pieds à l'étrier dans les locaux où vous êtes aujourd'hui à l'interpro donc j'ai fait du juridique donc pendant un an je me suis imprégné des textes juridiques et j'ai défendu mon premier salarié aux prud'hommes à Sarrebourg donc l'année suivante. En 1997 j'ai été élu Délégué syndical, puis secrétaire adjoint de l'union locale, en 1998 j'ai été élu membre de l'Union départementale de la Moselle. En 2000, membre du Conseil régional de Lorraine de la CFDT et en 2001 j'ai été élu Secrétaire général de la CFDT du sud mosellan, ça a été très très vite. (…) Et un jour, je monte sur Metz pour une réunion et le Secrétaire général avait une proposition : que l'ASSECO Moselle soit déménagée à Sarrebourg parce que Sarrebourg était beaucoup plus dynamique que Metz et qu'à Metz il y a plein d'associations de consommateurs et l'ASSECO Moselle n'a aucune visibilité, à Sarrebourg il y a une dynamique où l'ASSECO Moselle pourrait émerger beaucoup plus facilement. La condition *sine qua non* c'est que je sois Président. C'était le deal, il était d'accord pour donner plus de moyens à l'ASSECO, pour transférer le siège à Sarrebourg mais il fallait que je sois Président. Donc on m'a mis un bébé dans les bras et je n'ai rien demandé, j'ai pris le bébé. (…) Je suis arrivé là-dedans, j'avais une responsabilité à prendre, construire une équipe, un conseil d'administration à former, il fallait partir sur de nouvelles bases, chercher des financements. Et tout ça sans suivre de formations sur le droit à la consommation. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

2.2. Le capital social

Nous nous intéressons ici au « *capital social* » ainsi qu'au « *capital social de type politique* »[247], à savoir celui qui s'acquiert au sein des organisations politiques, syndicales ou associatives, dont disposent certains acteurs associatifs. De même que pour le capital politique, les individus détenteurs de capital social et *a fortiori* les détenteurs de capital social de type politique, élevés au sein des associations de consommateurs ont tendance à assumer des mandats au sein de ces dernières. Les entretiens que nous avons effectués auprès des acteurs associatifs montrent comment, dans la pratique associative, le capital social est activé par les acteurs.

[247] BOURDIEU P. *op.cit*. (1996) 2007, p.33.

La mobilisation la plus fréquente de ce type de capital est destinée au développement de l'association afin que cette dernière puisse s'appuyer sur la force du nombre. En effet, qu'il s'agisse de former un conseil d'administration ou de construire une structure associative, le transfert de capital social acquis dans d'autres organisations devient nécessaire aux acteurs à l'instar de ces dirigeants associatifs d'ASSECO Moselle et d'ADECOVAL.

> « (…) Donc première étape, j'ai pris connaissance des statuts de l'association qui prévoit un Conseil d'administration, donc le CA a été renouvelé à 100%. J'ai cherché mes contacts, j'ai pris mon téléphone et je leur ai dit qu'il y avait un challenge à relever, un conseil d'administration à monter, j'ai développé mes arguments et j'ai trouvé mes neuf personnes. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

> « (…) Lorsqu'on a créé ADECOVAL j'en ai parlé à la moitié du monde. Comme je te le disais tout à l'heure j'étais syndicaliste avant la dictature. J'ai rencontré à cette période beaucoup de personnes à Santiago notamment. Au début des années 90, un ancien camarade m'a appelé, il essayait de reprendre contact avec les personnes qu'il avait connues. Il voulait développer en province des organisations de consommateurs pour défendre le peuple face aux industriels et gros commerçants. C'est ainsi que tout commença, des gens étaient motivés on avait des contacts à Santiago, je savais déjà que certains de mes compagnons seraient intéressés par ce type de mouvement alors je me suis dit que j'allais le faire. (…) » (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités) postier retraité)

> « (…) J'ai été porte-parole de quartier pendant très longtemps, je connais donc tous les gens de mon quartier, quand on a créé l'association je n'ai pas hésité à en parler dans mon quartier pour que les gens viennent, participent ou qu'ils appellent quand ils en ont besoin. Si on veut qu'une association fonctionne, il faut connaître beaucoup de monde et savoir les mobiliser. Quand je dis beaucoup de monde c'est aussi bien d'en bas que d'en haut, connaître les membres du conseil municipal, du Sernac c'est nécessaire aussi pour être soi-même informé de ce qu'il se passe. Les informations vont très vite, de plus en plus vite pour nous qui sommes une majorité de vieux, ce n'est pas toujours évident donc de connaître certaines personnes bien placées nous permet d'agir à temps et de faire le nécessaire. (…) » (Vice-Président d'ADECOVAL, ancien porte-parole de quartier, ancien représentant communal de la Democracía Cristiana (Parti Démocrate-Chrétien), Président de CUPEMCHI (association de retraités), employé municipal retraité)

Le transfert de capital social peut également venir en appui à une action concrète menée par l'organisation de consommateurs tels que l'appel à des manifestations ou aux

élections des représentants des locataires comme en témoigne le Président de la CLCV Moselle, qui n'a pas hésité à mobiliser son réseau de connaissances rencontrées tant dans le champ syndical que le champ politique et associatif:

> « (…) Et quand on s'est retrouvé confronté la CSCV aux élections HLM, on voulait qu'il y ait des représentants des locataires CSCV partout et forcément il y avait des endroits où on n'avait pas de section locale donc je me souviens avoir été à Sarreguemines pour monter une liste là où on n'avait pas de section donc évidemment on a fait jouer nos réseaux. On regarde si on connaît des gens de la JOC, de l'ACO ou de la CFDT qui habitent là. Et c'est vrai que les contacts que j'ai pu avoir à la JOC, à l'ACO ou ailleurs, ça a servi, on a utilisé ce réseau pour faire avancer le schmilblick. (…) » (Président de la CLCV Moselle, adhérent CFDT et ATTAC, ancien militant JOC et ACO, fonctionnaire catégorie B au sein l'Inspection académique Metz-Nancy)

Dans une perspective semblable, le capital social acquis dans le milieu professionnel, en l'occurrence le milieu journalistique, peut également permettre de donner une certaine visibilité aux actions associatives par leur médiatisation :

> « (…) Bon j'interviens aussi lors de conférences ou de séminaires organisés par ADECOVAL et j'appelle toujours mes anciens collègues journalistes pour qu'ils médiatisent tout ça. Aujourd'hui on n'existe pas si on ne passe pas dans le journal donc on le fait. Je les appelle aussi si on fait un sit-in ou une manifestation. En fait, parfois je les appelle alors que je suis absent d'un événement mais juste parce que je sais qu'ADECOVAL va faire ci ou ça donc j'appelle et ils viennent. Le Président connaît bien certains journalistes ici aussi mais surtout de la presse écrite, c'est important alors avec mes connaissances quand on fait quelque chose on est sûrs que cela sera dans plusieurs journaux locaux et régionaux que ce soient par la presse, la télévision ou la radio. Les journalistes ont beaucoup de boulot, entre cinq ou six événements ils ne pourront parler que d'un seul donc c'est nécessaire de les connaître pour faire passer l'information. C'est comme ça. (…) » (Bénévole d'ADECOVAL, membre actif de Foto, cine club Valparaíso (association culturelle), reporter graphique et photographe retraité)

Enfin, le financement des organisations de consommateurs étant un véritable enjeu de survie de l'organisation associative et de pérennisation de l'action, le capital social de type politique peut s'avérer être un véritable atout notamment quand ce dernier est acquis au sein des institutions représentatives telles que la Municipalité :

« (…) On connaît déjà mieux les moyens de la municipalité et si on a besoin de subventions on sait à qui s'adresser. On connaît mieux les moyens qu'on nous donne. (…) » (Responsable consommation bénévole CLCV Uckange, conseillère municipale)

2.3. Le capital militant

Le « *capital militant* » est un ensemble de dispositions acquises au gré des engagements militants dans le champ associatif, politique et syndical pouvant faire l'objet d'une reconversion dans un autre champ et permettant à ses détenteurs de s' « *orienter* » dans le champ politique. Selon Frédérique Matonti et Franck Poupeau, le capital militant peut être considéré comme un véritable « *capital scolaire de substitution* »[248]. Ceci est particulièrement visible auprès des syndicalistes ou anciens syndicalistes qui agissent au sein des organisations de consommateurs. En effet, le syndicalisme ayant pour principe originel « *l'émancipation des travailleurs sera l'œuvre des travailleurs eux-mêmes* », les formations et les pratiques syndicales construisent de véritables ponts vers les savoirs académiques.

« (…) D'ailleurs en tant que responsable d'une section syndicale ça apporte beaucoup, parce qu'on a des formations et ce qui peut servir aussi des formations syndicales sur les mandats de DP, au CE et tout ça. Ça aide aussi, par la suite, à l'association, ça aide à la réflexion, ça aide au bureau, à tenir des réunions, ça aide à beaucoup de choses. Et puis, à tout ce qui est base d'économie aussi il n'y a pas que la partie industrielle, un syndicat ne s'occupe pas que des outils ou des problèmes sanitaires d'hygiène dans les usines, il y a tout l'aspect économique sur lequel le syndicat agit. (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

« (…) Et la défense des droits des travailleurs je connais, je sais lire un texte de loi chose que tout le monde ne sait pas faire et même si ici à ADECOVAL on n'accompagne pas au tribunal, c'est toujours utile parce qu'on est là pour renseigner d'un point de vue individuel mais aussi pour informer et éduquer les consommateurs d'un point de vue plus collectif. Et pour ça, il y a un minimum de dispositions intellectuelles à avoir pour défendre et informer les gens. (…) » (Président d'ADECOVAL, ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI (association de retraités) postier retraité)

[248] MATONTI F., POUPEAU F., « Le capital militant. Essai de définition. », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°155, 2004/5, pp. 4-11.

De même, l'expérience d'un mandat municipal tel que celui de maire d'une commune permet, de par la pratique gestionnaire que le mandat suppose, d'acquérir des ressources comparables à des compétences professionnelles bien qu'elles soient acquises dans le champ politique.

> « (…) Pour moi c'est pratiquement une continuité de quand j'étais maire. Les gens viennent me voir parce qu'ils ont des problèmes. Chaque cas que je vois et que j'ai résolu pour moi c'est une grande satisfaction. Quand on voit des gens qui arrivent là quasiment en pleurant et qu'on arrive à résoudre leur problème ça me rappelle le vieux pépé ou la vieille mémé qui avait oublié de payer ses impôts, je passais un coup de fil et c'était 10% même si ce n'était que 15 ou 20€ pour eux, c'était quelque chose d'énorme. Je pense qu'il faut aimer résoudre les problèmes des gens. Et puis il faut quand même des compétences. Alors bien sûr, il y a des compétences liées au droit, article un tel article un tel, mais pour moi le plus important c'est le contact. Parce qu'il m'arrivait de téléphoner à un magasin pour un problème qui ne voulait pas s'arranger. Quand vous téléphonez à un magasin et que vous êtes cool avec lui et que vous lui expliquez la situation, il va certainement être plus compréhensif et plus ouvert que si vous dites "article 372 du code civil" ça, ça passe moins bien tout ça. Mais il faut quand même connaître le code civil et tout ça. A la mairie, vous avez quand même le code civil à côté de vous, les lois que vous connaissez etc. Donc il y a quand même beaucoup de secteurs que je connaissais à partir de là. (…) » (Bénévole d'UFC-QC Thionville, ancien Président d'association de parents d'élèves, ancien maire d'une petite commune mosellane, chef de service retraité de la sidérurgie)

Ces extraits d'entretiens sont significatifs de la manière dont le capital militant agit objectivement au sein des organisations de consommateurs. Ce capital intériorisé dans le champ militant se traduit par des savoirs et savoir-faire, des compétences politiques, ainsi que par des manières d'être cohérentes avec l'action associative.

La valorisation des compétences professionnelles des acteurs (acquises dans le monde du travail ou dans le milieu associatif même) permet un développement de la structure associative tant bien par l'élargissement du champ d'action de l'association que par l'augmentation conséquente du nombre d'adhérents. Ceci renforce le positionnement des associations à l'égard des pouvoirs publics à représenter les consommateurs dans le cadre de leur défense. La quête de légitimité auprès des pouvoirs publics sous-tend la mise en exergue de l'efficacité de la prestation de service et génère un alourdissement des tâches administratives (recherche de subventions, comptabilité des activités mises en place) ce qui s'avère chronophage. Afin de répondre à l'exigence d'efficacité de la prestation de service ainsi qu'à la nécessité de gestion du

temps, les associations de consommateurs (tout comme des associations d'autres types : culturelles, sportives ou médico-sociales) font appel à un personnel salarié.

Il paraît ici nécessaire de prendre en considération le contexte économique et social dans lequel se déroule ce processus de professionnalisation. En effet, comme nous l'avons souligné auparavant, les rapports entre les associations de consommateurs et les pouvoirs publics en France contraignent ces dernières à faire preuve de résultats. Cette obligation de résultats amène ces associations à adopter une logique d'efficacité au nom de laquelle l'activité associative se verra réglementée. C'est dans un contexte de concurrence entre les associations sur le marché des subventions attribuées par les pouvoirs publics, qu'émerge cet impératif d'efficacité que nous pouvons relier à ce que Luc Boltanski et Laurent Thévenot[249] nomment le « monde industriel » dans lequel la valeur dominante est l'efficacité.

L'« *encastrement politique*», dont fait état Jean Louis Laville[250], de l'activité économique des associations, que nous avons évoqué ci-dessus, contraint ces dernières à adopter, au risque de perdre leur identité, un certain nombre d' « *équipements* », pour reprendre le terme de Jean-Yves Trépos[251], leur permettant de revendiquer leur efficacité. Cette logique d'efficacité se manifeste par un souci organisationnel tendant à calquer le modèle entrepreneurial. En cela, la répartition et la réglementation accrue en milieu associatif constituent des équipements hors pairs justifiant l'efficacité de l'action associative.

[249] BOLTANSKI L., THEVENOT L., *op.cit.*, 1991. Les auteurs présentent, entre autres, dans leur ouvrage une typologie incluant six mondes : le « *monde de l'inspiration* », le « *monde domestique* », le « *monde de l'opinion* », le « *monde civique* », le « *monde marchand* » et le « *monde industriel* ».
[250] LAVILLE J.-L., « L'association : ni entreprise, ni administration », in BLOCH-LAINE F. (dir.), *Faire société. Les associations au cœur du social*, Paris, Syros, coll. : « alternatives sociales », 1999.
[251] TREPOS J.-Y., *Sociologie de l'expertise*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 1996.

Chapitre X : Quand l'association devient entreprise et le bénévolat devient travail

1. Le salariat associatif pour assurer une prestation de service de qualité

Bien que les représentations consistant à envisager le monde associatif comme étant exclusivement ou principalement le fait de « militants » ou de « bénévoles » persistent, le salariat associatif s'est fortement développé depuis les années 1980 dans tout type d'association[252]. En effet, selon une enquête de l'INSEE parue en 2009, le secteur associatif employait en 2006 1,7 millions de salariés ce qui représente 7,6% de l'emploi salarié total[253]. Selon Jean-Louis Laville les associations ne pouvaient échapper au recours à une main d'œuvre salariée car elles produisent des services, qui, dans la sphère entrepreneuriale privée, donnent lieu à des créations d'emploi. Ainsi, mises directement en concurrence avec des entreprises, les associations reposant uniquement sur l'engagement bénévole risqueraient d'être lésées[254]. Les travaux de Matthieu Hély quant à eux montrent que le développement du salariat associatif est lié

[252] HELY M., « A travail égal, salaire inégal : ce que travailler dans le secteur associatif veut dire. », Sociétés *contemporaines*, n°69, 2008/1, pp.125-148.
[253] GAUDRON G., « L'économie sociale emploie un salarié sur dix en 2006 », *INSEE* n°1224, Février 2009.
[254] LAVILLE J.-L., *Une troisième voie pour le travail*, Paris, Desclée de Brower, coll. « Sociologie économique », 1999.

aux « *mutations de la fonction publique* » puisque l'activité associative constitue « *une forme alternative de service de l'intérêt général* »[255]. Ceci nous amène, à l'instar d'Emmanuelle Marchal, à penser les associations en tant qu'« entreprises associatives », c'est-à-dire comme des organisations « *juxtaposant deux dispositifs distincts et autonomes, celui d'une association et celui d'une entreprise, dont les intérêts peuvent diverger totalement* »[256]. Selon Matthieu Hély, « *Le concept d'« entreprise associative » fait référence au passage de l'association déclarée dont les règles sont fixées par la loi 1901 et composée de bénévoles à l'association employeur d'au moins un salarié. Il s'agit effectivement d'un changement significatif dans le mode de régulation des relations internes au groupement qui justifie l'usage d'une notion spécifique à cette forme d'organisation, puisque le Code du travail y devient, en principe, applicable.* »[257].

1.1. Assurer la continuité de l'action associative

Au sein des associations, le salariat associatif répond à la fois à un déficit de main d'œuvre militante et bénévole et à l'exigence de professionnalité et de technicité auxquelles sont contraintes les associations du fait de leur mise en concurrence tant en ce qui concerne les financements que pour leur place au sein des instances consultatives et participatives. En effet, le développement du financement par appel d'offre et par projet a accentué cette mise en concurrence des associations entre elles, contraintes de démontrer que l'expertise et la technicité qu'elles développent répond au mieux aux attentes des financeurs. Ces financements, essentiellement axés sur la prestation de service, sont nécessaires aussi bien au maintien (et développement) des emplois (initialement créés pour répondre à la demande de prestations de service) ainsi qu'à la

[255] HELY M., *Les métamorphoses du monde associatif*, Paris, PUF, coll. : « Le lien social », Janvier 2009.
[256] MARCHAL E., « L'entreprise associative entre calcul économique et désintéressement », *Revue française de Sociologie*, 33-1, 1992.
HELY M., *op.cit*., 2009, p.99. Voir également ALIX N., CASTRO S., *L'entreprise associative*, Paris, Economica, 1990.

pérennité de l'action associative et, par conséquent, à leur capacité de représenter l'ensemble des consommateurs[258].

Les associations se trouvent alors dans l'obligation de développer leur activité en étendant leur domaine de compétences afin de se rendre indispensables localement. Ce développement de prestations de service représente une charge de travail importante et un volume horaire qui dépasse le temps total investi par les bénévoles. Cela explique en partie le choix émis par ces associations de recourir à un personnel salarié censé garantir une certaine continuité dans l'activité associative. Ceci pallie donc à la fois au *turn-over* et à d'éventuelles défections de bénévoles, ainsi qu'aux incertitudes liées aux engagements aléatoires ou encore manque d'effectifs bénévoles. Comme le notent Solange Passaris et Guy Raffi, « *être salarié, c'est apporter à l'association sa compétence technique et son temps professionnel*. »[259]. Ainsi, les entretiens menés auprès des membres du bureau de l'association locale UFC-QC Thionville sont assez révélateurs de ce type de problème rencontré par les associations. En effet, l'association a connu une série de départs d'anciens bénévoles et l'arrivée de nouveaux suite au changement de bureau de l'association locale qui a marqué un changement organisationnel profond en son sein. Le nouveau bureau présidé par un bénévole alors récemment engagé au sein de l'association décide de modifier l'organisation au sein de l'association notamment en divisant le travail (accueil, administratif et règlement de litiges), en créant des instances de contrôle et en utilisant les moyens de communication dont l'association disposait sans en faire l'usage (courriel et intranet). S'ensuit la volonté de renforcer les liens avec la fédération nationale mais aussi avec les associations locales à l'échelle départementale et régionale. Puis, l'ouverture du local (cf. Chapitre VIII) a permis d'augmenter la fréquence des permanences et, par ricochets, augmenter le nombre d'adhésions du fait d'une prestation de service développée. Cependant, cette nouvelle organisation a causé, selon les membres du bureau de l'association locale, la défection de plusieurs bénévoles tout en en attirant d'autres. Afin

[258] MORALES LA MURA Q., « Institutionnalisation des organisations de consommateurs et répertoires d'action associative. Approche sociologique des tensions au sein des associations de consommateurs à l'échelle internationale, européenne et locale. », Colloque « Société civile et européanisation/internationalisation des politiques sociales », Nancy, octobre 2011.
[259] PASSARIS S., RAFFI G., *Les associations*, Paris, Editions La découverte, coll. « Repères », 1984.

de pérenniser l'activité associative malgré les incertitudes de la contingence, une secrétaire bénévole a été embauchée en CAE au sein de l'association.

> « (…) Alors suite à ma prise de fonction, j'ai modifié tout le fonctionnement, là on a fait un virage même pas à 180 mais à 360°. (…) Donc j'ai décidé de tout changer le fonctionnement en mettant en place un fonctionnement. J'ai mis trois personnes à l'accueil qui accueillent les gens, leur font remplir un formulaire et après la personne est orientée vers un conseiller litige. Ca a permis de mettre les gens plus à l'aise et en même temps de fluidifier l'attente du public. Donc ça a été le premier changement que j'ai opéré. Le deuxième changement, avant chaque conseiller litige rédigeait un courrier à la partie adverse qui était frappé par le secrétariat et le courrier était envoyé sans être lu, ni signé par le Président. Donc ça, ça ne me plaisait pas parce que ça engageait le consommateur, l'association et donc le Président et il pouvait y avoir une erreur. Donc j'ai créé une commission litige. Cette commission était composée des conseillers litiges et des membres du bureau mais c'est surtout des conseillers litiges, on se réunissait tous les lundis, chacun exposait les litiges des personnes qu'il avait reçus et s'il avait fait un courrier à la partie adverse, il lisait ce courrier. Pour moi cette commission litige a deux avantages, le premier c'est que ça permet aux conseillers de voir quels litiges sont traités. Ca a permis de voir qu'on avait pas mal de litiges avec les fournisseurs d'accès internet et la téléphonie mobile, avant on ne le savait pas. Ca permettait de savoir avec qui on avait des litiges, de quelles façons étaient traités les litiges. Et le deuxième avantage, c'est que quand on a de nouveaux bénévoles qui veulent occuper cette fonction de conseillers-litiges, cela facilitait leur intégration dans l'équipe. Après comme vous l'avez vu on a créé un poste de secrétaire administrative. (…) Donc pour moi, la priorité c'était d'avoir cette permanence téléphonique pour pouvoir renseigner les gens au téléphone, mais pas traiter un litige: ça la loi nous l'interdit, on ne peut traiter les litiges que de nos adhérents. Donc j'ai instauré une permanence téléphonique tous les après-midi de 14h à 16h qui était tenu par des bénévoles. Et évidemment le problème c'était de trouver des bénévoles disponibles pour assurer cette permanence. Donc il va sans dire qu'il y avait des jours où au téléphone c'était un répondeur. Donc je me suis dit que ça ne pouvait pas continuer comme ça et j'ai vu que je pouvais ouvrir un poste en CAE, donc je me suis engouffré dans cette brèche. Avec une salariée, on pourra tenir des permanences tous les jours de 10h à 12h et de 14h à 16h. En plus de son travail administratif. (…) »
> (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Bien que l'entretien avec cette secrétaire administrative salariée souligne la centralité du lien social au sein de son travail[260] (qu'il ne s'agit aucunement de remettre en cause), l'observation[261] de son travail a permis de mettre en évidence le large

[260] « Je fais le lien entre les adhérents, la relation entre le Président, les défenseurs et les autres bénévoles, comme ils ne sont jamais là tous en même temps, il faut faire le lien. J'ai aussi une mission de fidélisation des adhérents, je les relance pour qu'ils ré-adhèrent à l'association parce que nous on vit avec leurs deniers. » (Extrait d'entretien avec la secrétaire administrative salariée UFC-QC Thionville, ancienne secrétaire bénévole UFC-QC Thionville).

[261] Observation du 5/11/2009 ;17/11/2009 ; 19/11/2009.

éventail d'activités s'apparentant bien souvent à du « *sale boulot* »[262], pour reprendre l'expression d'Everett C. Hughes. En effet, le travail valorisé dans les associations de consommateurs étant ce qui a trait directement à la défense des consommateurs (le suivi de litiges, les enquêtes, la représentation des consommateurs dans les instances consultatives et participatives ou dans les médias), le travail administratif est perçu comme une contrainte aussi peu épanouissante que nécessaire à la pérennité de l'association et, par conséquent, confiée à la personne salariée. Or, son travail consiste tout aussi bien à établir des liens entre les bénévoles, les adhérents et les membres du bureau qu'à relever le courrier, tenir les permanences téléphoniques (et agir comme un filtre en renseignant au prime abord les consommateurs et comptabiliser les appels reçus[263] (afin de justifier de son activité mais également de l'activité de l'association), saisir les courriers, relever les courriels et les transférer, accueillir les consommateurs[264], mener des enquêtes de prix[265] et entretenir les locaux.

Au sein de la CLCV Uckange, la secrétaire salariée présente un profil semblable. Recrutée parmi les bénévoles de l'UL CLCV Yutz, celle-ci accompli un éventail d'activité similaire à celui de la secrétaire d'UFC-QC Thionville auquel s'ajoute un rôle de gestion de la main d'œuvre des animatrices périscolaires[266]. Cette dernière est également Trésorière de l'association et, est donc devenue bénévole au sein de l'UL CLCV Uckange suite à son embauche. Cette position ambivalente entre travail salarié et bénévole, assez répandue dans le monde associatif, peut poser question car, quelles sont

[262] En anglais « dirty work », HUGHES E.C., *op.cit.*, 1996.
[263] Les appels sont comptabilisés dans un cahier et un décompte est effectué tous les mois : « Au mois d'août, il y a eu 189 appels, au mois de septembre 240 appels, au mois d'octobre 280 donc c'est quand même grandissant. » (Extrait d'entretien avec la secrétaire administrative salariée UFC-QC Thionville, ancienne secrétaire bénévole UFC-QC Thionville).
[264] L'accueil permet d'agir comme un filtre évitant de surcharger le travail des bénévoles en questionnant les consommateurs sur la nature de leur litige et en expliquant aux non-adhérents le fonctionnement de l'association, notamment l'obligation d'adhésion pour être conseillé.
[265] « C'est la deuxième (enquête) que je fais comme il n'y a pas beaucoup d'enquêteurs alors je compense. Il faut un laps de temps pour le faire et je n'allais pas les laisser dans la mouise alors je me suis proposée pour les faire, parce que c'est la fédération qui commande les enquêtes sur une période deux semaines. On a des fiches et on n'a plus qu'à suivre, pour que l'enquête soit faite partout en France. Ensuite elles sont expédiées à Paris et elles sont traitées là-bas. Certaines enquêtes on les fait ici, à la demande du Président ou du Vice-Président on les publie dans le magazine local. » » (Extrait d'entretien avec la secrétaire administrative salariée UFC-QC Thionville, ancienne secrétaire bénévole UFC-QC Thionville).
[266] Observation du : .13/10/2009 ; 22/10/2009 ; 03/11/2009

les frontières (aussi poreuses soient-elles dans ces situations) entre l'engagement associatif et le travail gratuit [267] ?

> « (…) Et moi je suis un peu les deux (bénévole et salariée). Parce que je suis salariée mais je n'ai pas arrêté d'être bénévole pour autant. Donc sur mon poste de salariée, je fais 35h et en tant que bénévole c'est ce que je fais en dehors des horaires de travail. Notamment aux assemblées générales et aux réunions en dehors des heures de bureau. L'avantage que j'ai c'est que comme je suis salariée et étant la trésorière de l'association, cela me permet de gérer la trésorerie sur mon temps de travail. J'ai la chance de pouvoir le faire. (…) Je passe de l'un à l'autre. Je compte pas vraiment mes heures de travail. On se réunit une fois tous les quinze jours avec les bénévoles et le Président. Là le Président préside cette réunion, il présente ce qui est fait sur Uckange, présente quelques chiffres c'est ce qu'il y a de plus intéressant là j'y vais en tant que bénévole, en tant que trésorière, et on a des réunions avec les salariés que j'organise une fois par mois et en fonction des besoins de salariés, s'il y a quelque chose qui va pas entre salariés on peut faire une réunion extraordinaire mais sinon c'est juste une fois par mois. Pour les salariés ce n'est qu'une équipe d'animation donc les réunions tournent autour des besoins en terme de matériel surtout. (…) »
> (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz)

1.2. Garantir l'expertise du conseil et de l'information

Comme le montre Sabrina Sinigaglia-Amadio dans sa thèse, outre la garantie de continuité de l'activité associative, certaines associations recherchent une main d'œuvre salariée experte gage de la qualité de leur prestation au regard, des « financeurs », « *partenaires locaux* » et des adhérents[268]. C'est le cas que nous avons rencontré à différents niveaux au sein de Familles de France et de l'UFC-QC Metz où le travail des juristes permet de consolider l'expertise de la prestation de service des associations dans le cadre des conseils et suivis de litiges des adhérents. Néanmoins leur travail effectif varie d'une association à l'autre et il en va de même pour leur statut par rapport à l'emploi[269].

---

[267] Nous reprenons ici une question centrale de l'ouvrage de Maud Simonet: SIMONET M., *Le travail bénévole. Engagement citoyen ou travail gratuit ?*, Paris, La dispute, coll. : « travail et salariat », 2010.
[268] SINIGAGLIA-AMADIO S., *Une approche sociologique du travail associatif dans les quartiers dits sensibles : de l'expérience à l'expertise*, Thèse de doctorat de Sociologie, Université Paul Verlaine de Metz, 2007, pp. 182-184.
[269] Nous aurons, dans ce même chapitre, l'occasion de nous centrer sur la multiplicité des types d'emploi au sein des organisations de consommateurs.

Au sein de la Fédération mosellane de Familles de France, le juriste salarié tient des permanences ayant vocation à conseiller et suivre les litiges des adhérents. Il est également le conseiller juridique de l'association tant concernant les questions liées au code du travail étant donné que l'association emploie des salariés que pour des questions juridiques inhérentes aux activités associatives. Car force est de constater que la défense du consommateur est une activité mineure au sein de la fédération, pourtant agréée en tant qu'association de consommateurs. Cet agrément est justifié notamment par le fait qu'un juriste tienne des permanences axées sur la défense des consommateurs ce qui permet à la fédération de représenter légitimement les consommateurs au sein d'instances représentatives et consultatives. Il met en place des formations à destination des associations familiales fédérées au sein de Familles de France axées, entre autre, sur le code de la consommation et le code civil. Enfin, il est fréquemment amené à représenter la fédération au sein des instances représentatives et d'adopter ainsi les positions politiques de Familles de France, ce qui peut paraître schizophrénique compte tenu de son activité bénévole et militante au sein d'UFC-QC Cela s'explique à la fois par le manque de bénévoles disponibles au sein de la fédération, de la défection d'un certain nombre d'entre eux dans ce genre d'action portée par l'association et par une volonté politique d'envoyer un expert au sein de ses commissions afin de crédibiliser l'association et de défendre au mieux sa position face aux institutionnels et aux élus.

> « (…) Je suis d'abord un conseiller juridique des associations adhérentes, donc je les conseille pour les adhérents qui viennent les voir et il y a des gens qui viennent directement me voir ici qui ne sont pas adhérents de la structure associative. Et puis il faut dire que maintenant toutes les associations se comportent comme des entreprises, c'est vrai qu'il faut qu'elles aient des garanties. Admettons qu'un des gamins se blesse c'est nous qui devons assumer. Donc le conseiller est là aussi pour sécuriser l'association, s'ils ont des gros projets ils sont obligés de venir me demander et je les conseille afin qu'ils ne soient pas hors-la-loi et de diminuer les risques par rapport aux responsabilités engagées. C'est comme les entreprises : maintenant, dans les entreprises il n'y a pas de décision importante qui soit prise sans demander l'avis du juriste parce que la législation est devenue tellement compliquée que même les juristes parfois, il faut qu'ils ouvrent les codes pour savoir. Donc maintenant on parle toujours de sécuriser l'activité de l'association pour permettre la bonne continuation de l'activité et de ne pas engager sa responsabilité, c'est ça les enjeux. Donc avant de prendre une décision il faut qu'elle réponde aux contraintes légales afin de ne pas engager sa responsabilité.(…) Moi j'interviens dans celle (commission) qui s'occupe du logement, notamment une importante qui est la relation entre locataires, propriétaires dans le cas de litiges et on essaie de trouver un arrangement amiable entre le locataire et le propriétaire. Je suis également dans une commission de

médiation, c'est une commission où il n'y a que les associations et des bailleurs des logements sociaux. Quand une personne faisait une demande de logement et qu'il ne recevait pas de réponse des bailleurs sociaux au bout de 18 mois on se réunissait pour voir pourquoi et convaincre le bailleur. J'interviens également au nom de Familles de France à la maison de la Justice de Woippy. Là, plusieurs associations interviennent chacune dans son créneau spécifique, moi je fais de la consommation tout ce qui est banque, assurance, vente, achat. Les autres associations faisaient du logement, de l'aide aux victimes, c'est très varié. Donc nous à Familles de France on tient une permanence consommation et on fait partie du comité de pilotage de la maison de la Justice qui se réunit une ou deux fois par an. Il y a dans ce comité, des associations, il y a le greffier, il y a le chargé de maison de Justice, des représentants des avocats, c'est assez large quand même. On fait également partie du Conseil départemental d'accès au droit, c'est une instance qui est dirigée par le Président du Tribunal de grande instance et par le Procureur de la République et qui siège une fois par trimestre environ. C'est une instance comme son nom l'indique pour favoriser l'accès au droit des citoyens, elle va mener des actions innovantes qui permettent aux gens d'accéder à leurs droits. (…) » (Juriste salarié Fédération Familles de France Moselle, conseiller juridique bénévole à l'UFC-QC Metz)

Cet extrait d'entretien montre combien les responsabilités légales des associations influent sur le fonctionnement associatif. Comme dit précédemment, les associations entretiennent des rapports avec les pouvoirs publics qui leur attribuent des agréments et des subventions leur permettant de pérenniser et maintenir leurs actions. Il s'agit également, pour l'Etat et les collectivités territoriales, de déléguer aux associations des missions qui pourraient leur incomber. Nous pensons notamment à notre terrain *porteño* où le Sernac a fortement incité au développement d'association de consommateurs dans l'idée notamment qu'elles puissent servir de « filtre » aux agents du Sernac dans les cas de litiges opposant des consommateurs aux professionnels[270]. Aussi, les associations sont appelées à rendre compte de leur activité et justifier de l'utilisation qu'elles font de l'argent public. Afin que ce dernier soit considéré comme correctement utilisé, les associations vont mettre en avant un registre apparenté au « *monde industriel* » justifiant de leur efficacité d'action[271]. Ceci va générer une « *obligation de technicité* » et de « *professionnalité* »[272] des acteurs qui pose problème dans une perception purement bénévole de l'activité associative, propice aux

[270] Notre terrain au sein d'ADECOVAL nous a par ailleurs montré que bien que remplissant ce rôle de « filtre », ou « soupape » des pouvoirs-publics et des administrations, cela n'empêche pas les associations de s'inscrire dans le « monde civique », pour reprendre la typologie de Luc Boltanski et Laurent Thévenot, à condition qu'elles sachent insuffler un sens politique aux actions qu'elles mènent.
[271] BOLTANSKI L, THEVENOT L., *op.cit.*
[272] LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R., *op. cit.*, 1999.

contingences comme le souligne le coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle :

> « (…) Et je vois comment c'est les réunions de bureau, on perd des fois beaucoup de temps pour une efficacité moindre. Par contre avec les bénévoles on en fait plus souvent parce que c'est eux qui nous sollicitent. On est réparti en 4 secteurs : Fensch, Orne, Metz, bassin houiller donc on se réunit avec eux pour qu'ils fassent part de leurs activités, des actions nouvelles. Ça permet aussi quand une association n'est pas tout à fait à la page sur telle ou telle action, de les pousser un petit peu aux fesses pour qu'ils se bougent parce qu'il faut qu'on soit vivant et c'est les structures locales qui doivent l'être. Parce que le problème qui se pose quand on travaille qu'avec des bénévoles c'est qu'on ne peut rien leur imposer, on ne peut que leur suggérer donc après il font ou ils font pas et c'est ça qui est un peu compliqué dans notre boulot. (…) » (Coordinateur départemental salarié de la CLCV Moselle, ancien militant CLCV)

Au cours de notre enquête de terrain auprès de l'association locale UFC-QC Metz, la juriste était étudiante à l'école d'avocat de Strasbourg et juriste stagiaire au sein de l'association. Outre les conseils juridiques prodigués aux adhérents de l'association lors des permanences, au téléphone ou par mail, son rôle est aussi celui du maintien de la continuité de l'action associative et de lien entre les bénévoles du fait de sa présence à plein temps dans le local associatif. Aussi, elle effectue également des tâches de secrétariat : réponses aux appels téléphoniques, relevé et distribution de courrier, rédaction de courriers. Lors de nos dernières observations, elle formait[273] au code de la consommation et aux conseils juridiques une nouvelle stagiaire en formation de conseillère en économie sociale et familiale. Bien que ses activités au sein de l'association soient variées, c'est sa qualité de juriste qui est valorisée au sein de l'association. En effet, lorsque de nouveaux adhérents ou des futurs adhérents sont accueillis au sein des permanences de l'UFC-QC, les bénévoles n'hésitent pas à mettre en avant le fait qu'outre des bénévoles aguerris en code de la consommation, une juriste stagiaire actuellement étudiante à l'école d'avocat est à leur disposition pour les conseiller au mieux.

Les salariés au sein des organisations de consommateurs répondent à la nécessité de maintenir une action continue au sein des associations, un lien entre l'ensemble des

[273] Observations du : 02/10/2008 et du 09/10/2008

bénévoles, les membres du bureau et les adhérents ainsi que de développer une expertise autour de la défense des consommateurs.

1.3. Une multiplicité de statuts et de types de contrats de travail

Martine Barthélémy met en évidence, dans son ouvrage *Associations : Un nouvel âge de la participation ?,* le processus de qualification de l'emploi associatif au cours des années 1980 et son évolution « *vers une logique d'adaptation de l'offre à la demande* »[274]. Elle démontre également comment les associations ont eu recours à l'emploi précaire[275]. Notre terrain auprès des associations de consommateurs, notamment mosellanes nous a permis d'identifier différentes situations d'emploi des salariés de ces organisations des plus stables au plus précaires.

13.1. Les permanents salariés

Les permanents salariés sont avant tout des militants ou bénévoles dont l'activité associative basée sur le volontariat a évolué en poste salarié au sein de l'organisation dans laquelle ils agissent. Connaisseurs, et souvent acteurs, des enjeux politiques internes à l'association, leur place au sein de la structure associative est éminemment stratégique puisqu'en permanence sur les lieux où se déroule l'action associative ils sont souvent les seuls à être en contact direct avec l'ensemble des acteurs associatifs.

Le coordinateur de la fédération départementale de la CLCV Moselle

En poste au sein de la fédération mosellane de la CLCV, le coordinateur est chargé de veiller à maintenir le lien entre les unions locales CLCV situées en Moselle, de faire le lien entre la fédération nationale et les unions locales, de gérer la recherche

[274] BARTHÉLÉMY M., *Associations : Un nouvel âge de la participation ?*, Paris, Presses des Sciences po, 2000, p.133.
[275] *Idem*

de financements pour la fédération et l'encadrement des travailleurs associatifs salariés comme bénévoles de la fédération. Son poste de cadre en CDI à temps plein au sein de la CLCV Moselle fait suite à de nombreuses années de militantisme au sein de la CLCV, l'ayant conduit à exercer un mandat notamment au sein du bureau départemental. L'ouverture d'un poste de coordinateur a été pour lui l'occasion de quitter un travail dans lequel il ne s'épanouissait pas pour accéder à un travail cohérent avec ses valeurs et en continuité de sa vie associative.

La secrétaire administrative de l'union locale CLCV Uckange

La secrétaire administrative de l'union locale CLCV Uckange est aujourd'hui en CAE à temps plein au sein de l'association dans laquelle elle joue un rôle polyvalent que nous avons décrit plus haut (cf. : 1.1.) Alors qu'elle était embauchée en tant qu'accompagnatrice périscolaire dans le cadre d'un contrat aidé sur un volume de 96 heures par mois au sein de la CLCV Uckange suite à une rupture dans sa trajectoire professionnelle, elle développe une activité bénévole en tenant les permanences « consommation » les jeudis matins. C'est ainsi qu'elle devient active au sein de l'association, elle devient membre du bureau en tant que trésorière et est embauchée cinq ans plus tard en tant que secrétaire.

La secrétaire administrative de l'association locale UFC-QC Thionville

Suite à une rupture dans sa trajectoire professionnelle caractérisée par deux ans de privation d'emploi, elle décide d'entreprendre une activité bénévole au sein d'UFC-QC à Thionville en tant que secrétaire administrative bénévole. Activité bénévole qu'elle considère comme une manière de se « remettre sur les rails et voir de quoi le monde était fait de nouveau ». L'ouverture d'un poste de secrétaire en CAE à 90% (30h/semaine) au sein de l'association a été pour elle l'occasion d'une nouvelle insertion sur le marché de l'emploi. Bien qu'ayant été bénévole de l'association auparavant, il convient cependant de mettre un bémol sur son identification en tant que permanente salariée. En effet, cette dernière, bien que disposant d'un poste stratégique

(car connectée à tous les acteurs) a toujours eu un rôle exécutif et non décisionnaire au sein de l'association, elle n'est pas membre du bureau, ni administratrice.

1.3.2. Les cadres dirigeants non militants

Nous nous intéressons ici aux cas des deux directeurs de la Fédération mosellane Familles de France en CDI temps plein. Placés sous l'autorité des administrateurs, ils sont chargés de la professionnalisation de l'animation, de la gestion financière, humaine et de projet de la fédération mosellane. Leur rôle d'encadrement est davantage lié à l'activité principale de l'association à savoir l'animation (périscolaire, centres aérés etc.) qu'à celle de la défense des consommateurs.

1.3.3. Les juristes

Notre enquête de terrain nous a permis de constater des similitudes en termes de conditions de travail des juristes salariés au sein des associations de consommateurs mosellanes. En effet, bien que très valorisés au sein des associations, force est de constater la précarité de leurs statuts par rapport à l'emploi.

La juriste stagiaire de l'association locale UFC-QC Metz

Titulaire d'un Master en droit des contentieux, c'est dans le cadre de son école d'avocate qu'elle réalise un stage de quatre mois à temps plein au sein de l'association locale UFC-QC Metz, lui donnant le droit de percevoir une indemnité. Bien qu'elle n'ait pas un statut de salariée, il nous a paru juste de la mentionner ici car son activité au sein de l'organisation est plus proche d'une activité salariée que d'une activité bénévole ou militante. En effet, présente au sein du local à plein temps, faisant le lien entre les différents acteurs de l'association, elle considère ce travail comme une activité professionnelle. À cet égard, sa qualité de juriste est souvent mise en exergue par les

bénévoles face aux consommateurs sans que soit précisé son statut de stagiaire ni le caractère éphémère de son travail au sein de l'association. Ce non-statut par rapport à l'emploi est l'objet d'un compromis tacite entre cette dernière et l'association : pour la juriste en stage, il s'agit de valider une expérience professionnelle par un stage obligatoire dans le cadre de sa formation, pour l'association il s'agit de bénéficier des services d'une juriste qualifiée à bas coût.

Les juristes salariés au sein des Fédérations départementales mosellanes de la CLCV et de Familles de France

Que ce soit au sein de la Fédération départementale de la CLCV Moselle ou au sein de Familles de France, les juristes salariés sont sous CDI à temps partiel. Comme dit précédemment les juristes conseillent d'un point de vue juridique les associations locales et la fédération et répondent à la demande de conseils de la part des consommateurs sollicitant leur expertise dans le cadre de litiges. Ici, l'emploi à temps partiel de juristes qualifiés s'explique par le manque de budget permettant d'embaucher à temps plein.

La main d'œuvre salariée est une variable d'ajustement dont les associations de consommateurs semblent peiner à se passer. Parmi les travailleurs associatifs salariés que nous avons rencontrés force est de constater la prédominance des travailleurs précaires. Du statut de salarié au « *sans statut* »[276], l'individualisation du rapport au travail que l'on observe aujourd'hui tant dans le public que dans le privé est bien présente au sein du monde associatif[277], les associations de consommateurs ne faisant pas exception en la matière.

[276] Pour reprendre l'expression de Dominique Schnapper « emploi sans statut » qui désigne les emplois issus de la solidarité. SCHNAPPER D., « Rapport à l'emploi, protection sociale et statuts sociaux. », *Revue française de Sociologie*, Vol. 30, n°1, 1989, pp. 3-29.
[277] Voir HELY M., *op.cit*., 2008 et HELY M., *op.cit*., 2009.

2. Activité associative et travail : des frontières poreuses

Si l'on se réfère à Georges Friedmann, participer à une association et *a fortiori* en être bénévole, est un « *loisir actif* » qui permet « *la réalisation de soi, la créativité, l'initiative* »[278]. Pour Lionel Prouteau, le « *bénévolat est un travail offert pour réaliser certaines prestations, qui bénéficient certes à autrui, mais dont le donateur ou les siens peuvent également tirer profit* »[279]. Cette conception du bénévolat nous amène à « *penser le bénévolat comme travail* »[280] et à nous défaire d'une vision sacrificielle de l'activité bénévole. Dans un contexte de professionnalisation des associations, il convient d'interroger les modèles organisationnels empruntés par les associations de consommateurs et la manière dont les bénévoles perçoivent leur propre activité associative ainsi que la figure de l'adhérent usager d'une prestation de service.

2.1. Un « modèle organisationnel » du travail associatif de défense des consommateurs

Danièle Linhart définit, à partir de l'étude du secteur industriel, un « *modèle organisationnel* » comme étant principalement l'articulation de trois champs : « *celui du fonctionnement interne de l'entreprise, celui des relations sociales qui y prévalent et enfin celui de l'organisation de travail stricto sensu* » à savoir la manière dont il est divisé[281]. A partir de cette réflexion, nous tenterons ici de mettre en lumière les modèles organisationnels rencontrés sur le terrain.

[278] FRIEDMANN G., *Le Travail en miettes*, Paris, Gallimard, coll. : « Idées », 1964.
[279] PROUTEAU L., « Les différentes façons d'être bénévole », Economie et statistique, Vol. 311, n°1, p.66.
[280] Comme le dirait Maud Simonet : SIMONET-CUSSET M., *op.cit*., 2004.
[281] LINHART D., « A propos du post-taylorisme », *Sociologie du travail*, Vol. XXXV, n°1, 1993.

2.1.1. Fonctionnement interne aux associations

Les observations et les entretiens menés sur le terrain ont attiré notre attention sur les agencements entre les règles de fonctionnement démocratique des associations et les pratiques gestionnaires des associations. Ces dernières permettent de pérenniser l'action associative en répondant à la fois au « projet » de l'association et aux exigences institutionnelles. Afin de les rendre lisibles, il convient d'interroger les fonctionnements démocratiques au sein des associations en distinguant ce qui a trait au cadre juridique de celles-ci de ce qui est une volonté politique et organisationnelle pour ensuite relever les pratiques gestionnaires inhérentes au fonctionnement associatif.

Comme nous l'avons exposé dans notre première partie, les associations déclarées (nous n'avons rencontré aucune « association de fait » sur notre terrain) sont soumises à des règles basiques de constitution inscrites dans la loi 1908 pour les associations mosellanes et la Ley 20.500 pour les associations chiliennes. Parmi ces règles, on trouve dans la loi de 1908 modifiée par la loi du 1er août 2003, contrairement à la loi de 1901, des règles concernant le fonctionnement démocratique des associations. Il y est notamment inscrit que les associations se doivent de disposer d'une direction, représentante légale de l'association, dont les dirigeants (le bureau) sont élus par l'assemblée des membres et peuvent être révoqués par celle-ci selon les conditions inscrites dans les statuts de l'association[282]. L'assemblée des membres est convoquée par les membres dirigeants selon la fréquence définie par les statuts ou lors de prises de décisions nécessaires et non imputables aux membres dirigeants, ou encore, à la demande d'un dixième des membres de l'association. Pour être applicables, les résolutions doivent être votées à la majorité simple des membres présents à l'assemblée, sauf en cas de modification des statuts ou du but poursuivi par l'association[283], et leur objet doit figurer sur la convocation[284]. Enfin, selon l'article 40 de la loi de 2003, ces éléments juridiques cadrant le fonctionnement démocratique des associations

[282] Cf. article 27 de la loi 2003.
[283] En effet selon l'article 33 de la loi 2003, si les résolutions entraînent une modification de statut, ces dernières doivent être votées par la majorité des trois quart des membres présents à l'assemblée. Lorsque les résolutions conduisent à un changement de but de l'association, il faut l'accord de tous les membres de l'association.
[284] Cf. article 32 de la loi 2003.

mosellanes et alsaciennes peuvent faire l'objet d'une dérogation inscrite dans les statuts de l'association. Cette possibilité est très peu mobilisée par les associations de consommateurs en Moselle dont le fonctionnement démocratique formel est souvent celui prescrit par cette loi. La loi chilienne 20.500 spécifie quant à elle quelques modalités de fonctionnement démocratique. Parmi ces dernières, est inscrit dans la loi le rythme des assemblées générales ordinaires (une fois par an), en sachant qu'une assemblée générale extraordinaire peut être convoquée si besoin[285]. Un bureau constitué au minimum de trois membres dont les mandats sont reconductibles jusque cinq ans doit assurer la direction et l'administration de l'association. Ce bureau ainsi que ses résolutions sont adoptées à la majorité absolue des membres présents à l'assemblée[286]. Si le fonctionnement démocratique des associations est en partie défini par la loi, il nous a paru cependant nécessaire d'interroger ce fonctionnement par l'observation des pratiques des acteurs au sein des associations.

ADECOVAL

Au sein d'ADECOVAL, l'assemblée générale annuelle est un temps fort de l'association qui permet à la fois d'évaluer les forces numériques de l'association, le bilan de l'année passée et de débattre et décider des orientations stratégiques pour l'année suivante. Il s'agit également d'un moment de convivialité car celle-ci s'étale sur une journée entière avec un repas prévu. L'assemblée générale fait l'objet d'une préparation qui débute un mois avant par la tenue d'une réunion de l'ensemble des membres du bureau qui décident de l'ordre du jour de la prochaine assemblée, cherchent une salle pour sa tenue et préparent le compte-rendu des activités de l'association. L'ordre du jour ainsi que la convocation à l'assemblée générale sont envoyés 21 jours avant la tenue de l'assemblée générale ce qui permet aux adhérents à jour de cotisation l'année précédente de prendre leurs dispositions pour y être présents. Les adhérents absents lors de l'assemblée générale et n'ayant pas excusé leur absence jusqu'à deux semaines après l'assemblée générale ne sont plus comptabilisés en tant qu'adhérents de l'association, ils ne peuvent donc plus bénéficier des informations ni des conseils en cas

[285] Cf. article 550 de la loi 20.500.
[286] Cf. article 551 de la loi 20.500.

de litiges sauf s'ils ré-adhèrent. Ceci est une résolution adoptée à l'assemblée générale de l'an 2000 afin d'éviter les adhésions « fantômes ».

> « (…) Si les adhérents cotisent et donc adhèrent aux principes de l'association, ils doivent être présents aux assemblées générales et participer à la vie de l'association en participant aux décisions qui sont prises, c'est le minimum. Nous nous sommes retrouvés il y a un moment avec des fantômes qui cotisaient, on ne les voyait jamais, ils ne participaient pas aux décisions. Ce n'est pas démocratique parce qu'on prend des décisions pour eux donc on a arrêté tout ça. Alors quand nous on dit qu'on a 84 adhérents c'est 84 personnes qui font vivre, chacun avec ses moyens, l'association, c'est un choix que nous avons fait. (…) » (Trésorière d'ADECOVAL, secrétaire salariée de CUPEMCHI (association de retraités) et artisane)

Le bureau, composé de quatre mandats (Président, Vice-Président, Secrétaire et Trésorier), se réunit une fois par mois afin de mettre en application les décisions prises en assemblée générale et gérer les questions inhérentes à la vie associative : trésorerie, activités, permanences, réservation des bureaux et de la salle de réunion.

Participa-AC

Au sein de Participa-AC, les assemblées générales sont convoquées deux semaines avant la date prévue à cet effet par le bureau de l'association. Le bureau fixe un ordre du jour inscrit sur la convocation. Selon le Président de Participa-AC, ces assemblées générales visent avant tout à être en conformité avec la loi car c'est le bureau (et souvent le Président lui-même) qui prend les décisions importantes sur les perspectives de l'association. L'assemblée générale valide le bilan présenté par le bureau qui présente ensuite les manifestations prévues pour l'année suivante pour validation.

> « (…) Ce qui se passe c'est que les adhérents ne viennent pas toujours parce que cela ne les intéresse pas et quand ils viennent ils ne discutent pas forcément les propositions du bureau puisqu'ils ne participent pas autrement à la vie de l'association. Ils viennent, nous écoutent, posent parfois des questions et attendent surtout le Pisco Sour à la fin de la réunion. (…) Peut-être qu'un jour un adhérent s'intéressera un peu plus à ce qu'on fait et se propose pour rejoindre le bureau, on ne sait jamais, l'assemblée annuelle peut servir à cela aussi. (…) » (Président Participa-AC, avocat)

Le bureau de Participa-AC est composé de cinq personnes : le Président, le Vice-Président, la Secrétaire, la Trésorière et le Vice-trésorier et se réunit une fois par trimestre. Il s'agit des membres les plus actifs de l'association, le Président étant le seul membre actif régulier puisqu'il est seul à prendre en charge les conseils aux adhérents en cas de litige avec un professionnel.

Les associations locales UFC-QC Metz et Thionville

Le fonctionnement démocratique des associations locales UFC-QC de Metz et de Thionville est semblable. L'assemblée générale, convoquée deux semaines avant sa tenue par les membres du conseil d'administration, réunit une fois par an les adhérents à jour de cotisation. L'assemblée générale vote le bilan et les perspectives d'action de l'association ainsi que le renouvellement par tiers du Conseil d'administration. Bien que les associations locales UFC-QC à Metz et Thionville revendiquent chacune près d'un milliers d'adhérents[287], le nombre de membres présents au sein de ces assemblées générales oscillent entre trente et cinquante personnes.

> « (…) Il faut dire que nos adhérents sont adhérents parce que presque qu'on les oblige parce que pour bénéficier de nos conseils juridiques ils doivent adhérer. Donc ceux qui viennent aux AG ce sont des personnes qui ont une culture consumériste et qui sont intéressées. (…) » (Secrétaire UFC-QC Metz, ancien Vice-Président de la Fédération nationale des étudiants en sciences, Professeur émérite de l'Enseignement supérieur et la recherche)

Les membres du conseil d'administration sont élus par l'assemblée générale pour trois ans, ils sont entre sept et quinze membres et le cumul de mandats est proscrit par les statuts[288]. Pour être éligible au conseil d'administration, il faut être adhérent depuis au moins un an au jour de l'assemblée générale et déposer sa candidature au Président d'association huit jours avant la tenue de cette dernière. Suite à son élection,

[287] Le nombre d'adhérents est très variable car il est fonction du nombre de consommateurs, entre deux assemblées générales ordinaires, ayant fait appel à UFC-QC dans le cadre de conseils en cas de litiges.
[288] Lors de notre enquête, le Vice-Président d'UFC-QC Thionville tenait aussi, par défaut, le mandat de trésorier de manière informelle. Cependant, l'association locale est bien en règle avec les règles statutaires puisque « sur le papier » une autre personne détient ce mandat. Cela pose néanmoins la question de la responsabilité engagée par le trésorier officiel qui est censé rendre compte de son mandat devant l'assemblée générale mais aussi devant le conseil d'administration. Il s'agit là d'un « arrangement » éphémère faute de volontaires pour prendre ce type de mandat qui peut s'avérer lourd.

le conseil d'administration nomme le bureau qui est composé de trois à six membres. Les membres du conseil d'administration se réunissent mensuellement, si l'un de ces membres est absent plus de trois fois sans s'être excusé, il est considéré comme démissionnaire. Les décisions prises par le conseil d'administration sont votées à la majorité simple, si une résolution obtient le même nombre de voix, c'est le Président qui tranche. Un compte-rendu des réunions est rédigé et accessible à tous les membres désireux d'en prendre connaissance.

L'union locale de la CLCV Uckange et l'Union départementale CLCV Moselle

Les unions locales CLCV mosellanes se fédèrent au sein d'une Union départementale, elle-même confédérée à l'échelle nationale. Le mode de fonctionnement de l'Union locale CLCV Uckange est très ressemblant à celui de la CLCV : conseils d'administration mensuels, assemblées générales annuelles. Les membres du bureau, composé de trois mandatés, sont également nommés par le conseil d'administration qui est composé de treize personnes, dont dix régulièrement présentes, il s'agit par ailleurs des membres les plus actifs de l'association. Le Président de l'association locale accompagné d'un mandaté désigné par le conseil d'administration portent la voix de l'association au sein du conseil d'administration locale.

> « (…) Le conseil d'administration de l'UD c'est entre les congrès, il est chargé de faire tourner le département. Mais il y a des choses plus statutaires. Le conseil départemental élit les membres du bureau et doit adopter les comptes et fixer les montants des cotisations chaque année, en fixant la part de l'UD et des UL. Ça c'est statutaire c'est à voter par le Conseil départemental. C'est là aussi qu'on organise les élections de locataires tous les 4 ans. (…) Ensuite les AG nationales ont lieu à Paris, mais ça c'est récent parce qu'avant on faisait juste les congrès tous les 4 ans et maintenant pour le commissaire aux comptes pour toucher les subventions, il faut que les comptes soient adoptés chaque année. Donc il y a cet aspect-là, plus les orientations intermédiaires parce que le congrès décide des grandes orientations pour 4 ans mais les ajustements entre se font sur une demi-journée. Et puis pour le congrès, il faut rédiger le rapport d'orientation et d'activité, ça on le bosse beaucoup à l'UD. Le bureau gère tout ce qui est entre et le conseil d'administration, si on doit intervenir auprès des élus c'est au bureau que ça se fait. (…) » (Président de la CLCV Moselle, adhérent CFDT et ATTAC, ancien militant JOC et ACO, rédacteur à l'Inspection académique)

Fédération mosellane Famille de France

Les questions de consommation étant davantage traitées au niveau de la fédération départementale et les actions en matière de consommation, y compris au sein des associations familiales locales, étant portée par la Fédération, nous tentons ici de mettre à jour ses particularités en terme de fonctionnement démocratique. L'assemblée générale annuelle élit les membres du bureau et renouvelle le Conseil d'administration, vote le bilan et les perspectives de la fédération, y sont représentées les associations familiales fédérées au sein de Familles de France Moselle ainsi que des adhérents. Ces assemblées générales comptent en moyenne une quarantaine de personnes présentes. Le conseil d'administration se réunit une fois par trimestre afin d'appliquer les perspectives adoptées en assemblée générale et d'assurer le suivi administratif fédéral. Le bureau quant à lui, composé du Président, Vice-Président, Secrétaire, Secrétaire adjoint, et le Trésorier se réunit une fois par semaine. À ces réunions hebdomadaires, participent également les deux directeurs de la fédération.

INDECOSA-CGT Moselle

Lorsque nous avons effectué notre enquête au sein d'INDECOSA Moselle, la situation de l'association était assez singulière puisque cette dernière était en sommeil depuis plusieurs années et qu'elle venait tout juste de se réactiver par la volonté de son Secrétaire qui était aussi la seule personne qui tenait les permanences. C'est en lien avec le secrétaire de l'UL et celui de l'UL CGT, que ce dernier tentait de relancer INDECOSA en Moselle et travaillait notamment à la modification des statuts déposés en 1984 et jamais renouvelés. Il est important de souligner que tout travailleur syndiqué à la CGT est adhérent de fait à INDECOSA.

> « (…) Je suis en relation avec le secrétaire de l'UL et le secrétaire de l'UD, on a des réunions qui ne sont pas très régulières mais on a eu des réunions pour essayer de structurer l'activité d'INDECOSA Moselle, il y a deux ou trois mois. Donc pour le moment à Metz, INDECOSA ne se résume qu'à une seule personne. Alors évidemment, ce n'est pas une situation qui peut durer très, très longtemps. D'ailleurs le dernier renouvellement de statuts déposés au tribunal de Metz date de 1984, donc ça fait longtemps, faudrait le faire assez vite. J'ai aussi pris des responsabilités au niveau national puisque je fais partie du conseil d'administration d'INDECOSA en

tant que militant CGT DGCCRF. Donc c'est un peu compliqué, les choses ne sont pas toujours très claires entre le boulot, le syndicat et l'association mais c'est une continuité en même temps. (…) » (Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, sympathisant du NPA et ancien militant de la Ligue communiste, agent de la DRCCRF Lorraine)

ASSECO CFDT Moselle

Au sein d'ASSECO Moselle, le conseil d'administration se réunit une fois par an afin de renouveler le bureau et d'adopter le bilan et les perspectives. Les membres du conseil d'administration ont été recrutés, pour la plupart, par le Président d'ASSECO Moselle lors de sa recomposition et de l'emménagement de ses bureaux, précédemment situés à Metz, à Sarreguemines.

« (…) Une fois dans l'année, pour élire le bureau qui est composé du Président, du secrétaire et du trésorier. C'est eux qui ont en charge de mettre en œuvre la politique de l'ASSECO et qui vont mettre en place les propositions du CA. Après le CA, je ne vais pas vous raconter de conneries, c'est une chambre d'enregistrement. Le bureau fait l'ordre du jour, les points sont débattus et on décide mais une fois que le Président a présenté les choses les membres du CA ne le contredisent pas trop. Le bureau quant à lui se réunit trois fois dans l'année au maximum et je dirai que quand c'est des urgences ce sont des réunions téléphoniques, quand il y a une convention a valider on fonctionne par mail, pour les abonnements. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

Contrairement à INDECOSA, au sein d'ASSECO Moselle, les adhérents cédétistes ou non paient une cotisation à l'association, le montant de cette dernière étant dix fois moindre pour les syndiqués CFDT que pour les autres.

La centralité de la prestation de service dans l'activité globale de l'association accompagnée de la multiplication des projets, du fait notamment de l'évolution des modes de financements, génère un alourdissement des tâches administratives et des responsabilités légales de l'association[289]. Ce développement structurel de l'action associative est source de reconnaissance (des consommateurs et des institutions) puisqu'elle étend ainsi son utilité sociale. C'est ainsi qu'à titre d'exemple l'union locale

[289] BALZANI B., FERRY V., GERARDIN F., LAMBERT M., MORALES LA MURA R., ZANFERRARI F., *Le processus de professionnalisation dans les structures de l'IAE. Le cas de deux territoires : Metz-Borny et Longwy*, rapport de recherche, octobre 2004.

CLCV d'Uckange explique une de ses prestations de service qui lui permet d'avoir un local cédé par la municipalité : l'aide aux devoirs. Bien que pouvant être liée *in fine* à la volonté d'amélioration du cadre de vie des habitants, l'implantation de l'association au sein d'un quartier populaire génère une confusion quant à la perception qu'ont les adhérents des buts principaux de l'association. En effet, pour certains d'entre eux la CLCV est une structure qui propose de l'aide aux devoirs aux enfants et quelques activités annexes moyennant un paiement annuel (la cotisation).

Au sein des associations rencontrées au cours de notre enquête, nous avons pu constater à la fois la faiblesse du renouvellement des forces bénévoles et militantes au sein des associations mais aussi la rareté de la rotation des mandats au sein du bureau. Ceci est d'autant plus fréquent pour le mandat de Président qui peut être mandaté depuis plus de dix ans ou dès la création de l'association. Au sein des associations rencontrées dont le bureau a été récemment modifié, à l'exception d'INDECOSA-CGT qui venait à peine d'être réactivée, force est de constater que ces changements ont donné lieu à de forts changements organisationnels ainsi qu'à des conflits.

> « (…) A l'union locale Sarrebourg, il y avait toujours une antenne ASSECO qui dépendait de Metz. L'ASSECO Moselle était à Metz et pas à Sarrebourg, Sarrebourg était une petite antenne de Metz. Il y avait une permanence qui était les premiers jeudis de chaque mois de 16h à 18h, après c'est passé à deux jeudis par mois donc il y a eu une évolution. Et puis à un moment donné l'ASSECO Sarrebourg a pris de l'ampleur, à un moment donné il y avait 4-5 personnes qui bossaient là-dedans et c'est l'UL qui finançait le fonctionnement de l'ASSECO. Et puis un jour nous avons changé de Secrétaire général à Metz et à l'Assemblée générale, il y a un militant qui est monté à la tribune et qui a revendiqué au nom de l'ASSECO plus de moyens, en disant qu'ils recevaient tant de dossiers et que c'était l'UL qui les finançait, il réclame des moyens supplémentaires pour fonctionner. Donc le Secrétaire général a dit qu'il allait y réfléchir. Et un jour, je monte sur Metz pour une réunion et le Secrétaire général avait une proposition : que l'ASSECO Moselle soit déménagée à Sarrebourg parce que Sarrebourg était beaucoup plus dynamique que Metz et qu'à Metz il y a plein d'associations de consommateurs et l'ASSECO Moselle n'a aucune visibilité, à Sarrebourg il y a une dynamique où l'ASSECO Moselle pourrait émerger beaucoup plus facilement. La condition *sine qua non* c'est que je sois Président. C'était le deal, il était d'accord pour donner plus de moyens à l'ASSECO, pour transférer le siège à Sarrebourg mais il fallait que je sois Président. Donc on m'a mis un bébé dans les bras et je n'ai rien demandé, j'ai pris le bébé. (…)On a dû récupérer les documents de l'association, les comptes de l'association, là j'avoue que certains ont mal vécu la transition, ils voulaient garder leur bébé mais ça s'est arrangé par la suite. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

« (…) Je suis arrivé dans cette association qui, à mon avis, était complètement déstructurée, il n'y avait pas de structure en fait. Ils travaillaient comme ils voulaient. A mon goût, ils travaillaient comme à l'âge de pierre. Pour vous donner un exemple, les associations locales à travers la fédération, il y a un outil de communication c'est l'extranet. Cet outil permet de communiquer entre associations locales, c'est une source d'informations, de renseignements et à travers cet outil, il y a aussi une messagerie, c'est la fédération qui communique vers les associations locales. J'avais quelques mois d'activité au sein de l'association et l'ancien président me dit « j'ai vu que tu avais quelques notions en informatique, est-ce que tu pourrais regarder comment ça fonctionne? » Donc j'ai ouvert la messagerie et je me suis rendu compte qu'il y avait 576 messages qui n'avaient pas été ouverts. Alors sur les 576 messages, il y en avait à peu près 500 qui étaient des questions de consommateurs. Donc forcément des questions qui n'avaient pas eu de réponse. Il était évident qu'il y avait des questions qui avaient à peu près deux ans de date, ça aurait été un non-sens que d'y répondre deux ans après donc ce que j'ai fait, c'est qu'aux consommateurs qui nous avait contacté je leur ai répondu qu'il y a eu un problème informatique qui était désormais résolu. J'ai dit au Président que ça ne pouvait plus durer, qu'on avait un outil à notre disposition et à la disposition des consommateurs et qu'il fallait s'en servir. À partir de là je me suis positionné dans l'association à vouloir changer les choses. Et six mois après la trésorière qui était bénévole a trouvé une activité professionnelle donc ne pouvait plus assumer ses fonctions. J'ai pourvu à son remplacement de façon officieuse parce que normalement un trésorier doit être élu. J'ai fait ça pendant un an et au bout d'un an je me suis présenté au Conseil d'administration pour prendre le poste de trésorier. Et l'Assemblée générale a eu lieu et le lendemain de l'AG, lors de la constitution du bureau, le Président a annoncé qu'il ne se présentait plus et il n'y avait pas de candidat alors il a fallu que quelqu'un se dévoue et j'ai été fortement poussé par les collègues donc je me suis présenté à cette place que j'essaie d'assumer du mieux que je peux. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

2.1.2. Des relations sociales hiérarchisées

Bien que moins formels que dans une entreprise classique ou au sein de la fonction publique, les rapports de pouvoir au sein des organisations de consommateurs sont bien présents. Les concepts de Max Weber s'avèrent toujours utiles pour présenter de manière simple les rapports de domination que nous pouvons observer. L'analyse discursive des entretiens menés montre que la « *domination légale* », la « *domination charismatique* » ou « *traditionnelle* »[290] coexistent et s'imbriquent au sein des organisations.

[290] WEBER M., *Idem*.

En effet, la domination légale s'objective au sein des associations rencontrées par le fait que les bénévoles et militants de l'association laissent aux membres du bureau, voire au Président, la responsabilité de prendre seuls les décisions et d'être les seules forces de proposition au sein des associations. Ceci peut s'expliquer par la reproduction du modèle entrepreneurial au sein des associations par laquelle le Président devient « chef » ou « patron » de l'association.

> « (…) Quand je passe la porte, ils disent « Attention, vla le chef » et pourtant je suis juste le Président, je ne suis pas chef. Ils ont besoin, c'est peut-être leur ancienne culture d'entreprise, ils se disent qu'ils ont besoin d'un chef pour fonctionner. Alors que je ne fonctionne pas comme ça, je ne fonctionne pas comme un chef. Au contraire, je leur demande de me faire des suggestions, de me donner leur avis quand j'ai une idée et ils me répondent « c'est toi le chef c'est toi qui décide. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

> « (…) nous on a pris des responsabilités et on veut que ça fonctionne et des fois c'est pas toujours facile de faire passer des messages. Et puis il faut penser qu'en bout de chaîne ce sont des bénévoles, qu'il ne faut pas trop qu'on les bouscule mais nous on est un peu entre le marteau et l'enclume. Au-dessus de nous il y a la fédération et quand elle nous demande des trucs, des enquêtes il faut les lui rendre à l'heure. Parfois, il faut se battre avec les gens qui sont sur le terrain et il faut de la patience et moi j'en ai pas beaucoup. Enfin j'ai de la patience avec tout le monde après je vois vite ce qui va et ce qui va pas donc après ça m'énerve. Quand on voit qu'on est un certain nombre à vouloir tirer le train dans un sens et d'autres qui tirent dans l'autre sens, ça peut pas aller. (…) » (Vice-Président et trésorier informel UFC-QC Thionville, ancien syndicaliste CFDT puis UNSA, membre actif d'une association sportive, cheminot retraité)

La domination traditionnelle quant à elle est rendue visible par l'analyse sociographique des présidents que ce soit au sein des cinq associations locales ou des quatre fédérations départementales dans lesquelles nous avons effectué notre enquête. En effet, ce sont tous des hommes et, bien qu'ils ne soient pas systématiquement les plus âgés ou les plus anciens membres, tous oscillent entre cinquante et quatre-vingt ans faisant ainsi figure de patriarches au sein de l'association.

Enfin la domination charismatique s'objective par la capacité de certains dirigeants associatifs à enthousiasmer les militants et bénévoles et à créer une dynamique autour d'eux qui profite à l'association. L'exemple le plus marquant est celui de la constitution de l'équipe bénévole au sein d'ADECOVAL. En effet, la plupart des

bénévoles ont connu l'association par le biais de leur délégué de quartier déjà actif au sein de l'association qui les a incités à participer à la vie d'ADECOVAL.

La relation entre dirigeant bénévole et les salariés de l'association est, quant à elle, caractérisée par la « *domination légale rationnelle* ». Au cours des entretiens, la plupart des dirigeants bénévoles se refusent à « jouer les patrons » ou se décrivent comme de « très mauvais patrons » tout en soulevant la difficulté pour eux d'être des gestionnaires d'une main d'œuvre salariée dans un contexte associatif qui se voudrait « plus cool » avec les salariés que dans une entreprise lambda[291].

> « (…) C'est une relation professionnelle mais je ne joue pas au patron. Je pense qu'il y a une distance quand même qu'il faut garder entre la salariée et nous les bénévoles parce que je pense qu'à un moment ou un autre quand on va lui donner, pas un ordre c'est peut-être un mot un peu trop fort, mais une tâche à faire on va dire il faut qu'elle le fasse. Il faut bien que la boutique, elle tourne et on l'a vu il y a des bénévoles qui tiennent pas la route alors ça aide pas à avancer le schmilblick et on a des gens qui sont en attente d'un service qu'on doit leur rendre, il faut être professionnel, il faut de la réactivité et on fonctionne un peu comme une entreprise. Donc quand on lui donne des tâches à faire il faut qu'elles soient faites en temps voulu et pas juste quand elle en a envie, on est obligé qu'il y ait une frontière entre le monde salarié et bénévole. Mais ça n'empêche pas de parler de la pluie et du beau temps à la fermeture. (…) » (Vice-Président et trésorier informel UFC-QC Thionville, ancien syndicaliste CFDT puis UNSA, membre actif d'une association sportive, cheminot retraité)

La gestion de la main d'œuvre salariée peut aussi être porteuse d'enjeu de pouvoir au sein des organisations. Dans la mesure où les salariés sont embauchés pour permettre d'assurer, à la fois, une prestation de service d'expert et une continuité de l'activité associative, ils peuvent, de par leur présence permanente et de par leur expertise, devenir indispensables à l'association et les dirigeants bénévoles se sentir dépossédés de leur organisation.

> « (…) On arrive maintenant à quelque chose où maintenant le bénévole est un emmerdeur et qu'on nous met de côté et ils refusent la hiérarchie, ils refusent de voir qu'ils ont des administrateurs au-dessus d'eux et c'est eux qui dirigent et ils cachent des choses aux administrateurs. Et quand les choses ressortent et sont découvertes, c'est parfois trop tard et on arrive à la fin d'une association de cette façon là. (…) »

[291] Extrait d'entretien avec le Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie.

(Secrétaire adjointe de Famille de France Moselle, Présidente de Familles Lorraine, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

2.1.3. Division du travail

La division du travail au sein des associations que nous avons rencontrées est souvent l'objet d'une remise en question permanente du fait de la volatilité de la main d'œuvre bénévole et du fait de jongler entre main d'œuvre bénévole et salariée. De manière générale, nous avons pu observer dans chaque association un découpage de l'activité globale de l'association en plusieurs tâches groupées plus ou moins figées selon les associations : l'accueil des adhérents, les conseils aux adhérents[292], les enquêtes (pour UFC-QC Thionville) la gestion administrative et financière, les activités liées aux cadres de vie (pour la CLCV Uckange)[293], la communication et la représentation de l'association au sein des instances consultatives et participatives. Les bénévoles peuvent s'insérer dans plusieurs tâches selon leurs compétences repérées et le temps qu'ils mettent à disposition au sein de l'association. S'inscrire dans l'accomplissement de ces tâches se fait le plus souvent suite à l'entretien d'accueil du nouveau bénévole qui expose ses compétences et ses désirs aux dirigeants associatifs qui lui présentent l'activité globale de l'association en l'incitant à s'inscrire dans un ou plusieurs pôles relevant de ses compétences.

Cette division du travail a pour principal but d'anticiper et d'optimiser l'action associative. Cette dernière s'ancrant ainsi dans « *l'éthique de la lucidité* » [294] que Raúl Morales La Mura définit comme étant l'éthique « *qui appartient à la formulation spéculative réalisée par l'homme sur son environnement et sur les implications de son action dans celui-ci, à sa compétence d'interprétation, d'anticipation, de dépassement*

[292] Au sein de la CLCV Uckange ce pôle se divise en deux groupes de travail : les questions de logement et les questions de consommation.
[293] Les activités liées au cadre de vie sont divisées en plusieurs pôles dont les plus importants sont les ateliers de couture et d'aide aux devoirs.
[294] MORALES LA MURA R., *Responsabilité institutionnelle, de la croyance à la lucidité*. *Essai sociologique*., Paris, L'Harmattan, 2005, p. 90. Dans son ouvrage interrogeant la notion de responsabilité dans la fonction publique territoriale, Raúl Morales La Mura décline quatre formes d'éthique : l' « *éthique de la croyance* », l' « *éthique de l'accompli* », l' « *éthique de l'engagement* » et l' « *éthique de la lucidité* ».

et de projection des éléments et des relations qui l'entourent, à sa lecture axiomatique du monde en action, bref à l'expression de sa vision rationalisée du devenir qui justifie ses actes présents dans l'esprit d'une gestion du temps. » Cette rationalisation de l'action associative et cette volonté de maîtrise du temps vont de pair avec une gestion de la main d'œuvre, ou un « management », qui est loin d'être évident et de faire consensus sur son mode au sein des organisations en question. En effet, force est de constater que gérer une main d'œuvre à la fois composée de bénévoles et de salariés n'est pas aisé d'autant plus que cette gestion incombe à des militants associatifs qui ne se considèrent que bien rarement comme « patrons » ou « chefs » au sein de leurs structures. Aussi les questions liées à la gestion de la main d'œuvre peuvent susciter, en fonction de l'histoire des associations locales et de leurs acteurs, des questionnements différents.

Au sein de la CLCV Uckange, par exemple, le Président de l'union locale délègue la gestion de la main d'œuvre à la secrétaire administrative salariée, qui est également militante de l'association puisque trésorière, plus présente que lui dans les locaux.

> « (…) Je ne suis pas un bon patron ce qui veut dire qu'elles font ce qu'elles veulent. Je suis là pour signer les contrats d'embauche. A une époque c'est moi qui les gérait parce qu'à l'époque j'habitais sur place mais là je ne suis pas là tous les jours. Et c'est la secrétaire qui est là et qui est aussi membre du bureau qui fait le lien et qui nous guide, c'est elle qui gère vraiment. (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

Au sein de l'UFC-QC Metz, des tensions internes ont (eu) cours sur cette question du mode de gestion des ressources humaines décrit comme « paternaliste » au regard du secrétaire de l'association. Habitué à fonctionner avec une équipe composée de quelques bénévoles autour de leur Président, ce dernier, figure historique de l'association locale, n'a pas changé de fonctionnement une fois les forces de l'association développées. Le principal problème ici évoqué par le secrétaire de l'association locale est celui du manque de transparence et de circulation de l'information. Pendant notre enquête auprès d'UFC-QC Metz, ces questions faisaient l'objet de discussions régulières entre bénévoles de l'association.

« (…) A priori, dans une association le rôle de secrétaire général est assez bien défini. Ce qui est particulier ici, mais pas spécifique à Metz parce que j'ai eu l'occasion de le constater dans d'autres associations UFC, actuellement elles sont dirigées par des personnes qui ont fondé ces associations locales, il y a 10 ou 20 ans, avec très peu d'adhérents avec un mode de fonctionnement paternaliste je dirais. Et quand on arrive à un nombre d'adhérents assez important il faut se structurer parce que sinon on ne sait plus qui fait quoi. Le Président ne peut pas tout faire, sauf que c'est le cas ici. Le Président c'est quelqu'un d'extraordinaire qui s'implique totalement, ici il fait tout mais comme il fait tout beaucoup de personnes ne s'engagent pas puisqu'il fait tout à leur place. (…) Par exemple, on voit qu'il y a déjà 10 à 15 militants permanents qui interviennent et il y a déjà un manque d'information. Le Président est là le vendredi après-midi et on le voit jamais, on le voit une fois par mois au Conseil d'administration où l'on parle de choses et d'autres. Il ne le fait pas exprès mais c'est son mode de fonctionnement, il ne fait pas de la rétention d'informations mais il n'y pense pas et on n'est pas informés donc on voit débarquer des stagiaires sans être au courant, on ne sait pas ce que tel ou tel litige est devenu, ces derniers temps on n'a pas eu de compte-rendu du CA, le Président venait il parlait, il disait ce qu'il avait à dire et le compte-rendu était presque fait avant la réunion, pas d'ordre du jour. En fait on a planning sur lequel on s'inscrit une demi-journée par semaine, donc il se peut que l'on ne se croise jamais. Là-dessus, il va falloir se professionnaliser parce que c'est un vrai problème parce que quelqu'un qui vient et qui est plein de bonne volonté, il se retrouve seul et il n'a pas une vision globale du fonctionnement de l'association, il peut vite se sentir isolé, d'autant que si on vient dans une association c'est aussi pour créer du lien social et nous on peut pas leur apporter. Donc c'est un problème parce qu'on ne peut pas lui faire rencontrer toute l'équipe; sauf à l'inviter à un CA mais ce n'est pas possible parce qu'on a un problème de personnes qui fait qu'on a des longues discussions. (…) » (Secrétaire UFC-QC Metz, ancien Vice-Président de la Fédération nationale des étudiants en sciences, Professeur émérite de l'Enseignement supérieur et la recherche)

Lors de notre enquête au sein de Familles de France, la fédération était en plein conflit opposant d'un côté le Président et la secrétaire adjointe et de l'autre, les deux directeurs salariés de la fédération. Au cœur de ce conflit, l'épineuse question de la gestion de main d'œuvre et de l'autorité des employeurs sur ses employés. En effet, embauchés en tant que directeurs au sein de la fédération Familles de France du fait de leur culture militante au sein d'association d'éducation populaire, les deux directeurs de la structure ont été habitués à une importante liberté quant à la conception et la mise en œuvre de projets. Aussi, la volonté de contrôle de l'activité des salariés par les membres du bureau est vécue par les deux directeurs comme une intrusion dans leur travail par des bénévoles en position d'amateurs sur ces questions. Ce conflit, palpable à chacune de nos observations, a été soulevé à plusieurs reprises lors des entretiens formels et informels avec les deux membres du bureau suscité, sans être formellement explicité par

les salariés (qu'il s'agisse des directeurs ou du juriste), sans doute inquiets pour leur maintien à leur poste.

> « (…) A l'heure actuelle, nous avons des problèmes avec nos deux directeurs qui eux ne veulent pas reconnaître la hiérarchie, refusent tout ordre et ça c'est problématique. (…) » (Secrétaire adjointe de Familles de France Moselle, Présidente de Famille Lorraine, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

2.2. Comment les bénévoles perçoivent-ils le bénévolat ?

Selon Dan Ferrand-Bechmann, le bénévolat est un « travail pour l'honneur »[295] dans le sens où il s'agit d'une activité non contrainte et monétairement gratuite. L'usage du champ lexical du travail par les bénévoles s'agissant de leur activité associative est apparu dans tous les entretiens que nous avons menés auprès de ces derniers, à l'exception de deux entretiens menés auprès de bénévoles ponctuels d'ADECOVAL au Chili[296]. Le caractère ponctuel de leur activité associative pouvant expliquer l'absence de ce champ lexical lors des entretiens menés. Les acteurs liant le bénévolat au travail notaient néanmoins qu'il s'agissait d'un travail plus « souple », « cool », « arrangeant », « fun », « utile » et qu'il dégage plus de plaisirs que de contraintes comparativement au travail ordinaire.

Bénédicte Havard Duclos et Sandrine Nicourd expliquent que si le bénévolat est envisagé comme travail par ces acteurs c'est notamment parce qu'il permet aux acteurs de mettre en œuvre des compétences dans un cadre formel qu'est, dans le cas présent, l'association. Il s'agit alors d'une activité structurée qui structure le temps des acteurs par les horaires fixes de permanence, de réunions, d'assemblée tout en leur donnant un rôle social valorisant[297]. Réel capital symbolique, cette reconnaissance peut permettre aux acteurs de donner à leur trajectoire une dimension socialement valorisée. Le

[295] FERRAND-BECHMANN, *Le métier de bénévole*, Paris, Anthropos, 2000.
[296] Il s'agit par ailleurs des deux seuls bénévoles ponctuels avec lesquels nous avons pu nous entretenir, les autres bénévoles ponctuels (quelle que soit l'association) n'étant pas présents sur les lieux pendant nos enquêtes de terrain.
[297] HAVARD DUCLOS B., NICOURD S., *Pourquoi s'engager ? Bénévoles et militants dans les associations de solidarité*, Paris, Editions Payot & Rivages, 2005, pp.128-142.

bénévolat peut être considéré comme une stratégie « *de reconversion par* [laquelle] *les individus (...) visent à maintenir ou à améliorer leur position dans l'espace social en maintenant ou en augmentant leur capital au prix d'une reconversion d'une espèce de capital dans une autre plus rentable et/ou plus légitime* »[298]. Nous nous référons ici tout particulièrement aux entretiens menés auprès des bénévoles qui sont par ailleurs ouvriers, employés, femmes au foyer, chômeurs et retraités qui mettaient en avant l'autonomie et le rôle social gratifiant que leur conférait l'activité bénévole. Aussi, à l'instar de Bénédicte Havard Duclos et Sandrine Nicourd, nous avons pu observer les éléments matérialisant ce « *rôle social* » : « *avoir une clé, disposer d'une boîte aux lettres nominative, être destinataires des courriels de l'association, être invités à tous les moments clés officiels qui rythment la vie d'une association (assemblées générales, réception des élus, etc.)* »[299]. Nous y agrégeons le fait de disposer d'un bureau personnel et d'une adresse de messagerie internet au nom de l'association (nom@association.fr). Au-delà de leurs fonctions logistiques, ces biens matériaux ont une portée symbolique témoignant à la fois de la reconnaissance de l'association envers celles et ceux qui agissent en son sein et de l'appartenance des bénévoles à la structure associative.

L'assimilation du bénévolat au travail est également consolidée par certains modes de recrutement des bénévoles. Les entretiens menés par les membres du bureau lors de l'arrivée d'un bénévole dont nous avons fait état lors du précédent chapitre en sont une forme d'objectivation. Avant même que le bénévole ne s'engage, il convient de s'interroger sur les différentes possibilités d'accès à l'association et ce qu'elles sous-tendent. Selon les entretiens que nous avons menés tout au long de notre enquête, nous avons identifié quatre moyens d'accéder à l'association. Le premier est lié à des relations affinitaires liant de potentiels bénévoles aux bénévoles déjà en place au sein des associations. Qu'il s'agisse de relation amicale ou familiale, cette entrée dans le monde associatif est très fréquente et renvoie au « *monde domestique* »[300]. Le second est lié directement au capital social acquis par le militantisme associatif, syndical et/ou politique. En effet, les bénévoles sont souvent engagés dans d'autres structures qui les ont amenés à s'investir au sein des associations de consommateurs, tendant ainsi vers le

[298] BOURDIEU P., « Classement, déclassement, reclassement. », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 24, n°24, 1978, p.2.
[299] HAVARD DUCLOS B., NICOURD S, *op.cit*., 2005, p.128.
[300] BOLTANSKI L., THEVENOT L., *op.cit*., 1991.

« *monde civique* »[301]. Le fait d'avoir bénéficié d'une prestation de service de l'association par le passé constitue une modalité d'entrée peu fréquente mais tout de même réelle. Enfin les annonces de recrutement parues dans un journal local ou par le biais des centres de bénévolat[302] sont des modalités de recrutement qui se développent et qui tendent le plus à calquer les méthodes entreprenariales, s'approchant ainsi du « *monde industriel* »[303]. Ces structures renforcent l'idée selon laquelle le bénévolat est un travail, comme en témoigne ce bénévole d'UFC-QC:

> « (…) Et puis en 1996 ou 1997 j'ai arrêté le secours populaire, j'ai été au service du bénévolat et j'ai demandé un autre job en dehors du secours populaire parce que c'était quand même un peu pénible ne serait-ce qu'en terme d'installation en hiver, si c'était pour choper la crève ce n'était pas la peine et je suis resté en de bons termes avec eux. Et je suis venu ici. (…) » (Bénévole UFC-QC Metz, ancien Vice-Président de l'association des retraités de la gendarmerie, ancien bénévole au Secours populaire, gendarme retraité)

Enfin, l'évolution individuelle au sein d'une organisation associative peut également être un facteur qui rapproche le bénévolat, voire même le militantisme dans une certaine mesure, au travail. En effet, ces évolutions peuvent être considérées comme des carrières (professionnelles) à l'intérieur même des structures militantes à l'instar des trajectoires de ces syndicalistes cédétiste et cégétiste.

> « (…) Je suis militant depuis 1996 et j'ai eu un parcours très fulgurant, dans l'organisation je suis monté de manière fulgurante. Jusqu'à l'union régionale, j'avais un mandat régional, un mandat départemental et un mandat local, je ne sais pas si vous imaginez. Je bossais 16h par jour plus mon boulot, c'est énorme. A un moment donné j'étais détaché à mi-temps pendant 4 ans, j'ai été coordonnateur RTT pour toute l'Est et le Sud de la Moselle, la Moselle c'est grand, c'est plus d'1,2 millions d'habitants à la louche. Donc j'avais la moitié du département pour moi tout seul. (…) A la base j'ai pris ma carte et je suis devenu adhérent à la CFDT mais comme je suis un homme de conviction et quand je me lance dans quelque chose je ne fais pas semblant, j'y vais à fond, les dirigeants à l'époque ont décelé chez moi quelqu'un qui était capable donc on m'a proposé de me présenter aux prochaines élections

[301] *Idem.*
[302] Ces centres jouant un rôle de placement de la main d'œuvre bénévole au sein de différentes associations tel que pourraient le faire des agences intérim ou encore pôle emploi. Les candidats à des « postes de bénévoles » s'y rendent avec un curriculum vitae détaillé permettant de gérer l'offre et la demande de poste en fonction des compétences attendues par les associations et détenues par les bénévoles.
[303] *Idem.*

professionnelles. Il ne fallait pas me le dire deux fois, j'ai dit oui. Donc après au fur et à mesure j'ai découvert le fonctionnement de la CFDT, les structures qui la composent, la ligne directrice était fixée donc ça a été très rapide. En 1996 j'ai été élu Délégué du personnel on m'a tout de suite mis le pied à l'étrier dans les locaux où vous êtes aujourd'hui à l'interpro donc j'ai fais du juridique donc pendant un an je me suis imprégné des textes juridiques et j'ai défendu mon premier salarié aux prud'hommes à Sarrebourg donc l'année suivante. En 1997 j'ai été élu Délégué syndical, puis secrétaire adjoint de l'union locale, en 1998 j'ai été élu membre de l'Union départementale de la Moselle. En 2000, membre du Conseil régional de Lorraine de la CFDT et en 2001 j'ai été élu Secrétaire général de la CFDT du sud mosellan, ça a été très très vite. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

« (…) Je suis arrivé en 2005 à la CGT en tant que militant de base et je suis monté dans la structure pour faire partie des instances dirigeantes et j'ai été élu à la Commission exécutive puis au Secrétariat national et j'ai été permanent pendant deux ans. (…) » (Président d'INDECOSA Moselle, syndicaliste CGT, sympathisant du NPA et ancien militant de la Ligue communiste, agent de la DRCCRF Lorraine)

2.3. L'association de consommateurs « consommée »…

Les organisations de consommateurs, nécessitant toutes de s'appuyer sur la force du nombre pour peser dans le champ politique et associatif, ont basé leur stratégie de développement sur la valorisation, voire la centralité, de la prestation de service. Le pendant de ce choix stratégique est le glissement qui se produit entre l' « *adhérent* » et l' « *usager* », voire le « *client* »[304].

« (…) Les adhérents viennent nous voir quand ils ont un litige et c'est tout, on pourrait parler d'usager. En fait, ils viennent nous voir en pensant que l'adhésion c'est la contrepartie d'un service, c'est comme s'ils payaient quelque chose donc ils attendent quelque chose de nous. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

« (…) On arrive entre 8 et 9h en général on est minimum deux quand on arrive, sinon on est 4. On regarde si on a du courrier, on gère les dossiers consommation et moi personnellement c'est surtout de la compta, réception téléphonique et réception de la **clientèle**. (…) » (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz)

[304] BELORGEY J.M., *100 ans de vie associative*, Paris, Presses des Sciences politiques, coll. « la bibliothèque des citoyens », 2000, pp.69-79.

« (…) Seuls les adhérents à l'association peuvent être conseillés par l'association et le rôle de Participa-AC se limite au conseil et au règlement à l'amiable des litiges entre consommateurs et commerçants principalement. Si le consommateur veut aller devant le tribunal soit il m'engage en tant qu'avocat soit il va au Sernac. Généralement, il m'engage parce que les gens qui viennent pour des conseils juridiques ce sont soit des anciens clients soit des membres de la famille d'anciens clients. (…) » (Président de Participa-AC, avocat)

Cette situation est souvent dénoncée par les bénévoles et *a fortiori* par les militants associatifs qui y voient une confusion entre la forme que revêt l'organisation associative et un prestataire de service entrepreneurial.

« (…) Donc du coup depuis le début j'ai pris la responsabilité des permanences consommation. Et là aussi quand on avait du succès dans les démarches, c'est quelque chose de gratifiant que ce soit l'annulation d'une vente avec un professionnel, ou des assureurs ou autres. Même si depuis quelques années, on remarque que les gens, plus ça va, plus ils consomment l'association. Beaucoup viennent adhérer pour qu'on leur règle leur truc et après ils s'en foutent alors que normalement l'association défend ses adhérents mais il faudrait d'abord être adhérent et donc adhérer à l'association avec tout ce que ça veut dire. Là on se retrouve dans une situation où les bénévoles et les responsables locaux s'épuisent dans des problèmes insolubles d'adhérents qui n'auraient pas eu ces problèmes s'ils avaient lu nos journaux qui sont là pour prévenir des litiges. Et l'année d'après ils n'adhèrent pas et ils reviennent casser les pieds deux ans après. On a un peu perdu en solidarité, c'est-à-dire que l'idéal ce serait que les gens restent adhérents l'année où ils n'ont pas de litiges pour que l'association reste forte, qu'elle ait plus de moyens pour pouvoir aider les gens. (…) » (Président de la CLCV Moselle, adhérent CFDT et ATTAC, ancien militant JOC et ACO, rédacteur à l'Inspection académique)

« (…) Là je parle pour la défense du consommateur, on est considéré pas vraiment comme une assurance sinon il viendrait chez nous avant d'avoir un problème, mais comme un peu le recours ultime « on ne sait pas comment faire alors on va voir la CLCV. » et une fois que leur problème est résolu on ne les revoit plus. Vous savez, il y a toujours eu un gros *turn-over* à ce niveau là. On a des adhérents qui pensent qu'adhérer à une association c'est utile et du coup ils restent longtemps. Et puis il y a les adhérents qui viennent utiliser un service, ils ont besoin qu'on leur écrive un courrier, il a un problème avec une machine à laver, une voiture ou le téléphone et il vient, pour lui le problème est réglé. Il a payé une cotisation annuelle mais il ne revient plus. C'est dommage et c'est un gros problème. Le problème c'est comment on peut fidéliser nos adhérents. Et ce n'est pas seulement valable à Uckange mais c'est un problème que l'on retrouve dans toutes les CLCV, même au niveau national on a un problème de *turn-over* de nos adhérents qui est de l'ordre de 50% au moins. C'est un vrai problème. Et on a tout essayé : on a fait des relances, du porte à porte, proposé des paiements par prélèvement rien n'y fait ! (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

Cette dénonciation de la « consommation » des associations de consommateurs par leurs adhérents est associée à celles portant sur le manque de renouvellement des forces militantes et bénévoles, au désintérêt manifeste de ces adhérents quant à la vie démocratique de l'association et aux fluctuations du nombre d'adhérents ne permettant pas de garantir une pérennité d'action à long terme. Afin de dépasser ces problèmes, la CLCV Uckange a misé sur une fidélisation des adhérents en baissant le coût de la cotisation lors de la deuxième adhésion. ADECOVAL a choisi de ne plus compter comme adhérent toute personne absente de l'assemblée générale annuelle sans s'en être excusée.

> « (…) Je vous parlais tout à l'heure de personnes qui consommaient la CLCV, qui ne venaient que pour les litiges et qui bouffaient les bénévoles, donc pour lutter contre ça, il y a quelques années on a décidé de pratiquer un droit d'entrée, la première année les gens paie 5euros de plus et pas l'année suivante, ce qui permet de fidéliser les adhérents. (…) Par exemple, il y a quelques années, on a des débats au plan local et au plan national, à la CLCV Moselle on est partisan pour fidéliser les adhésions et donc faire en sorte que l'adhésion soit la plus faible possible pour que les gens restent même quand il n'y a pas de problème alors que les autres associations ailleurs ont des cotisations parfois assez élevées. Nous en Moselle, on est tous tombés d'accord sur le fait d'avoir une cotisation uniforme basse, on préfère avoir beaucoup d'adhérents et là aussi, il y a toujours un ou deux cas qui refusent d'appliquer la règle en disant qu'ils font ce qu'ils veulent. (…) » (Président de la CLCV Moselle, adhérent CFDT et ATTAC, ancien militant JOC et ACO, rédacteur à l'Inspection académique)

> « (…) Le Président appelle tous les adhérents à participer à l'assemblée générale, si un adhérent n'est pas disponible il doit nous prévenir afin de ne pas être rayé de notre liste d'adhérents. On a décidé ça il y a 4 ans parce qu'on s'est rendu compte que beaucoup de gens adhéraient parce qu'on a arrangé leur problème ou alors parce qu'ils étaient intéressés par les cagettes de fruits et légumes et après on ne les revoyait pas, ils ne participaient ni à la vie de l'association ni aux prises de décisions. On estimait que c'était grave parce qu'ils paient une cotisation et que leur nom est associé à ce que nous faisons donc on veut s'assurer qu'ils soient au minimum d'accord avec ce qu'on fait pour adhérer. (…) » (Vice-Président d'ADECOVAL, ancien porte-parole de quartier, ancien représentant communal de la Democracía Cristiana (Parti démocrate chrétien), Président de CUPEMCHI (association de retraités), employé municipal retraité**)**

Dans un contexte concurrentiel, les associations tendent à placer au centre de leurs actions la prestation de service afin de valoriser leur expertise et de s'assurer ainsi d'une légitimité à représenter les consommateurs auprès des pouvoirs publics. Dans cette perspective, le développement des organisations de consommateurs a peu de

chance de s'établir à partir d'une adhésion massive aux valeurs, aux positionnements et aux projets portés par l'association. En effet, ces adhérents, dont l'adhésion est motivée par la possibilité de prise en charge de leur litige, ont peu, voire pas du tout, connaissance de ce qui est porté par l'association dans ces espaces et ce, malgré la diffusion et la mise à disposition des revues publiées par ces dernières. D'autre part, réduire l'action associative à la prestation de service conduit bien souvent les bénévoles à envisager cette dernière comme un travail, moins contraignant certes que le travail salarié mais offrant des cadres similaires. Ceci est accentué par la présence au sein des associations de salariés qui concourent à la continuité de l'action associative en palliant aux soucis de contingence de main d'œuvre bénévole et à une forme d'amateurisme.

Cette ambivalence que présente l'activité associative entre travail/non travail fait entrer les associations de consommateurs dans le « *monde connexionniste* » et la « *cité par projets* » dans laquelle « *l'équivalent général, ce à quoi se mesure la grandeur des personnes et des choses, est l'activité. Mais, à la différence de ce que l'on constate dans la cité industrielle, où l'activité se confond avec le travail et où les actifs sont par excellence ceux qui disposent d'un travail salarié stable et productif, l'activité, dans la cité par projets, surmonte les oppositions du travail et du non-travail, du stable et de l'instable, du salariat et du non-salariat, de l'intéressement et du bénévolat, de ce qui est évaluable en termes de productivité et de ce qui, n'étant pas mesurable, échappe à toute évaluation comptable.* »[305].

[305] BOLTANSKI L., CHIAPELLO E., *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll : « nrf essais », 1999, p.165.

Conclusion de la troisième partie

Nous avons étudié les enjeux pour les associations de consommateurs que constituent le fait d'exister auprès des institutions et comment les organisations tendent à formaliser leur action pour répondre aux attentes institutionnelles en appliquant une division explicite du travail. Cette formalisation de l'activité s'accompagne d'une institutionnalisation (hiérarchisation) des rapports entre acteurs qui constitue un processus en tension constante. Laurent Pujol[306] brosse le portrait d'une confrontation entre un « *bloc vocationnel* » et un « *bloc de fonctionnement* ». Le bloc de fonctionnement (souvent composé des salariés) met le plus souvent en avant l'indispensable technicité qu'il apporte à l'association tandis que le bloc vocationnel se revendique comme étant l'employeur du premier et surtout le premier acteur de l'association. Aussi, nous pouvons reprendre à notre compte les mots de Georges Bertin : « *les rapports bénévoles-professionnels [font] l'objet de redéfinitions toujours passionnées* »[307].

Cette tendance à la bureaucratisation du fonctionnement associatif est un des objets de tensions au sein des associations observées. À cet égard, Jean-Michel Belorgey[308] met en avant le « *glissement* » opéré par certaines associations militantes dont le but est d'entretenir un rapport de force avec les pouvoirs publics pour faire

[306] PUJOL L., *La crise au sein des associations*, thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université du Maine, 1995.
[307] BERTIN. G., « Vie associative et citoyenneté », *Esprit critique*, vol.04 n°08, 2002.
[308] BELORGEY J.-M., *Cent ans de vie associative.*, Paris, Ed. Presses des Sciences po., 2000, p 50.

entendre leurs revendications vers une forme d'association « *prestataires de service* » dont le but est de répondre à une demande, à des besoins émergents. Nous retrouvons ce glissement au sein de toutes les organisations de consommateurs rencontrées. ADECOVAL est la seule association rencontrée qui tente de mettre en place des pare-feux à ce phénomène car l'enjeu est celui de la démocratie interne à l'association. En effet, à placer la prestation de service au cœur de l'activité aux dépens d'autres formes d'actions, l'on accroit artificiellement ses forces puisque l'adhésion vaut l'usage d'un service et non plus une adhésion systématique aux valeurs portées par l'association. En outre, cette centralité de la prestation de service à laquelle s'ajoute la volonté de prendre part aux instances de concertation (qui nécessite un haut degré de technicité et de savoirs experts) poussent les associations à se professionnaliser. La professionnalisation des associations s'accompagne d'« *un processus de qualification* »[309] des acteurs associatifs, y compris bénévoles.

Aussi, le travail salarié au sein des associations locales des organisations de consommateurs est bien souvent le fait d'une centralité de la prestation de service dans l'activité globale de l'association qui se veut professionnelle, experte et fortement technicisée. Cette prestation de service s'avère nécessaire notamment pour l'obtention ou le maintien de l'agrément d'association de consommateurs, indispensable pour siéger au sein de certaines instances consultatives ou participatives. Le rôle de ces salariés au sein du monde associatif dépasse la simple réponse aux problèmes posés par les incertitudes liées à une organisation reposant sur l'engagement bénévole de ses acteurs. En effet, les salariés, parce qu'agissant dans un cadre contractuel les liant à leurs employeurs, assurent à l'association la professionnalité de l'action. Cette logique d'efficacité a pour but initial de garantir la pérennité de l'association et de son action parce qu'elle permet la légitimité[310] de l'action associative et la démonstration de l'utilité sociale qu'elle revendique. C'est également de par cet impératif d'efficacité que s'est accentué le besoin de faire appel à un personnel salarié. Comme le signale Jean-

[309] PROUTEAU L., « Des associations sous tension », in PROUTEAU L. (dir.), *Les Associations entre bénévolat et logique d'entreprise*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. : « L'univers des normes », 2003, p.20.
[310] SAINSAULIEU R., « Associations et entreprises», in LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R. (dir.), *Sociologie de l'association. Des organisations à l'épreuve du changement social*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Sociologie économique », 1999.

Claude Bonnin[311], si le statut de salarié définit la place et le rôle que les salariés tiennent dans l'organisation associative, force est de constater qu'ils bénéficient d'une large autonomie due à une importante délégation des tâches (et du pouvoir ?) par les bénévoles car comme Dan Ferrand-Bechmann le souligne « [Les salariés] *sont renvoyés vers la spécialité et la technique, la compétence et le savoir.* »[312]. Or, dans une société où démocratie rime avec expertise et gestion, ce serait aux salariés de détenir le pouvoir au sein des associations. C'est ce qui arrive parfois, lorsque dans cette délégation des tâches est comprise la représentation de l'association par un salarié au sein des instances de concertation. Le rôle du salarié dépasse ici largement celui d'appui technique, logistique et gestionnaire.

Cette tension permanente entre « *engagement social* » et « *gestion sociale* »[313], vécue par les acteurs associatifs, soulève l'ambivalence que présente l'action associative. Cette ambivalence de l'action associative s'inscrit dans l'articulation complexe entre ce que Weber appelle « *l'action rationnelle en valeur* », dans laquelle l'action est dirigée par des valeurs éthiques, et, « *l'action rationnelle en finalité* »[314], dans laquelle l'action est un instrument en vue d'atteindre un résultat. Les acteurs associatifs (tant bénévoles que salariés) sont alors conduits, chaque fois qu'une épreuve se présente, à construire les montées en généralités de ces trois manières[315] : le « *monde civique* » dans lequel ils aspirent à des relations fondées sur l'égalité et la représentation politique, le « *monde connexionniste* »[316] dans lequel ils parviennent à étendre leur réseau social par l'élaboration ou le suivi d'un projet collectif et le « *monde industriel* » dans lequel organisation, gestion et efficacité sont les maîtres mots. Ceci soulève la question de la place de l'engagement associatif au sein des organisations de consommateurs.

---

[311] BONNIN J.-C., *op.cit*., 2002, p. 152.
[312] FERRAND-BECHMANN D., *Bénévolat et solidarité*, Paris, Syros Alternatives, 1992.
[313] MORALES LA MURA R., « Les déplacements des dynamiques d'action des fonctionnaires de la fonction publique territoriale ou les effets d'un modèle bureaucratique en construction », « politiques vécues », *Sociétés*, n° 78, 2002.
[314] WEBER M., *op. cit*., .Dans son ouvrage, Max Weber décline quatre types d'actions fondamentaux : l' « *action traditionnelle* », l' « *action affective* », l' « *action rationnelle en valeur* » et l' « *action rationnelle en finalité* ».
[315] BOLTANSKI L., THEVENOT L, *op. cit*., 1991.
[316] BOLTANSKI L., CHIAPELLO E., *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll : « nrf essais », 1999. Luc Boltanski et Eve Chiapello font apparaître ici le monde connexionniste qui complète la typologie proposée par Luc Boltanski et Laurent Thévenot.

Partie 4 : POLYMORPHIE DES ENGAGEMENTS AU SEIN DES ASSOCIATIONS DE DÉFENSE DES CONSOMMATEURS

Introduction de la quatrième partie

Nous avons démontré au sein de notre deuxième partie que les associations de défense des consommateurs revendiquent la formation d'un contre-pouvoir face aux « professionnels », au sein des institutions censées réglementer le monde marchand, dans lequel ces derniers sont dominants. Afin de gagner en légitimité, ces dernières s'appuient principalement sur leur capacité à générer une expertise et sur la force du nombre. Ces deux principaux appuis les conduisent à (sur)valoriser la prestation de service aux dépens des autres actions qu'elles mènent pour la défense des consommateurs et, par ricochet, à professionnaliser leur action afin de multiplier les adhésions qui, dans ce cadre, relèvent bien plus de l'adhésion usagère que de l'adhésion aux valeurs et principes défendus par l'association. Ceci nous amène alors à nous intéresser à l'engagement associatif. Quel est le sens donné par les acteurs à cet engagement ? Quelles en sont les caractéristiques ? Comment ces modes d'engagement et les fonctionnements démocratiques et gestionnaires des associations s'articulent-ils ? Cette partie se divise en trois chapitres dans lesquels nous interrogerons les modes d'engagement associatif au sein des associations de défense des consommateurs étudiées.

Le chapitre XI présente les avatars de l'engagement associatif. Nous y étudierons les différents rôles joués par les acteurs engagés au sein des associations de défense des consommateurs ainsi que les positions que tiennent ces derniers par rapport au projet associatif.

Le chapitre XII nous permettra, par le biais de l'analyse des trajectoires sociales des acteurs associatifs, de mettre en évidence les carrières bénévoles et militantes afin de comprendre les motivations des individus à s'engager au sein d'une association de défense des consommateurs.

Enfin le chapitre XIII posera la question de la démocratie interne aux associations, à partir d'une analyse de leur état de développement et des formes d'engagement des acteurs.

Chapitre XI : Les avatars de l'engagement associatif

Jean Afchain propose, à partir de son expérience de directeur d'une association d'action sociale, une typologie des acteurs associatifs. Cette dernière distingue trois positionnements récurrents par rapport au projet associatif : celui du « *participant* », du « *militant* » et de l' « *acteur social* ».

Le participant est l'acteur qui affiche un certain retrait par rapport à l'organisation de la vie associative. Souvent absent des débats portant sur les perspectives et orientations politiques de l'association ainsi que sur l'éventuel impact de l'action associative sur la société, l'engagement du participant est motivé par un intérêt immédiat (se trouver confronté à un litige en matière de consommation, acquérir une expérience valorisante, sortir de l'isolement).

A contrario, le militant prend part « *au débat sur la conception de l'homme et des rapports sociaux* ». Bien que l'association ne soit pas forcément un vecteur de transformation sociale pour lui, ce dernier s'investit dans la conception et la réalisation du projet associatif ainsi que dans la dimension politique de l'association.

L'acteur social quant à lui, s'identifie fortement à la structure associative du fait qu'il intègre son projet personnel au projet associatif. Très impliqué dans la dimension politique de l'organisation dans laquelle il agit, il contribue aux orientations politiques et stratégiques de cette dernière parce qu'il estime qu'elles peuvent avoir un réel impact sur la société. Son engagement est donc mu par une « *autorité extérieure* », pour

reprendre les termes d'Albert Meister[317], autrement dit, l'association est ici considérée comme un moyen d'intégrer les acteurs dans un projet plus vaste. L'acteur social fait, lui, preuve d'une capacité critique envers les finalités de l'organisation sans laquelle il deviendrait un « *apparatchik* ». Il mobilise ses compétences professionnelles, son savoir-faire et, parfois même, ses réseaux de sociabilité (hors association) au service de son association[318].

Bien que nous ayons pu repérer ces positionnements parmi les avatars de l'engagement associatif, cette typologie est tout de même assez limitée notamment du fait du manque de distinction du « *militant* » de l' « *acteur social* » et par l'aspect quelque peu caricatural des définitions des différents positionnements des acteurs associatifs par rapport au projet. Son intérêt réside avant tout dans le fait qu'il s'agisse d'une théorisation conduite par un acteur associatif à partir de son expérience *in situ*. Ainsi nous nous attacherons à définir les contours de l'action et des statuts des dirigeants associatifs, des bénévoles, des adhérents ainsi que des salariés tout en démontrant l'hétérogénéité de leurs positionnements à l'égard du projet associatif.

1. Les dirigeants associatifs

Par « dirigeants associatifs » on désigne habituellement les membres des conseils d'administration et plus précisément les mandatés composant les bureaux des associations. Force est de constater que les administrateurs dont la participation associative ne se limite qu'à faire acte de présence aux réunions programmées (CA et AG) ne sont pas des exceptions. A l'instar de Raquel Rego, nous concevons les dirigeants associatifs comme une forme d'élite sociale dont le rôle de leader les amène à

[317] MEISTER A., *Vers une sociologie des associations*, Paris, Editions Economie et Humanisme les Editions Ouvrières, coll. «Relations sociales», 1972.
[318] AFCHAIN J., *Les associations d'action sociale. Outils d'analyse et d'intervention,* (2°édition), Paris, Dunod, (1997) 2001.

se singulariser par rapport aux autres membres associatifs tant sur le papier (par le mandat) que dans l'action puisqu'ils impulsent les orientations politiques, stratégiques et organisationnelles des associations[319].

1.1. Les formes d'engagement des dirigeants associatifs

L'engagement des dirigeants associatifs au sein de leur organisation peut prendre plusieurs formes que nous tentons ici de mettre à jour. À partir d'une analyse générationnelle des dirigeants associatifs[320], dans laquelle elle distingue trois générations de dirigeants : « *les fondateurs* », « *la génération des dirigeants qui précèdent le grand virage* », « *la génération des dirigeants qui suit le grand virage* »[321], Raquel Rego construit une typologie de l'engagement des dirigeants associatifs. Elle y relève « *le type associatif* », « *le spécialiste* », « *le politique* » et le « *professionnel* »[322].

L'engagement de type associatif, dominant dans le cas de la génération des fondateurs, implique une forte identification au projet associatif[323]. En effet, ce type d'engagement implique un fort investissement personnel et émotionnel de la part du dirigeant dans l'organisation où les rapports aux autres membres sont souvent affinitaires. Il assure à la fois la représentation politique de son association et les différentes tâches administratives, routinières inhérentes au quotidien associatif[324]. C'est notamment le cas au sein d'ADECOVAL où l'équipe dirigeante mais aussi l'équipe bénévole s'est constituée autour de son fondateur, le Président qui est un leader charismatique connu de tous avant l'entrée dans l'association.

---

[319] REGO R., *Dirigentes associativos : envolvimento e profissionalizacão*, Tese de doutoramento, ISCTE, Université Lille 1, 2007. REGO R., *Dirigeants associatifs : engagement et professionnalisation*, Paris, Ed. L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010, REGO R., « Une typologie de l'engagement des dirigeants associatifs », *SociologieS* [En ligne], Théories et recherches, mis en ligne le 29 septembre 2010, consulté le 30 juillet 2011. URL : http://sociologies.revues.org/3240.

[320] Rachel Rego fait ici référence au concept de « génération militante » mobilisé par Olivier Fillieule : FILLIEULE O., « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel – post-scriptum », *Revue française de science politique*, « Devenirs militants », 51, 1-2, février-avril, pp. 199-217, 2001. REGO R., *op.cit*., 2010.

[321] Le « grand virage » symbolisant la professionnalisation de l'association.

[322] REGO R., *Ibidem*., 2010, pp.73-76.

[323] AFCHAIN J, *op.cit*., 2001.

[324] REGO R., *op.cit*.

Pour les dirigeants spécialistes, l'engagement associatif est fortement lié à leur identité professionnelle puisqu'il s'agit d'une manière de compenser par l'activité associative certaines frustrations vécues dans le monde du travail. Raquel Rego distingue deux sous catégories de spécialistes : les experts et les autodidactes. Pour les experts, l'association peut être l'espace dans lequel ils peuvent exprimer des revendications suscitées par leurs pratiques professionnelles[325]. Cela est notamment le cas du Président d'INDECOSA-CGT Metz dont la profession d'inspecteur de la DGCCRF appelle à une connaissance experte des réglementations, des réalités du monde marchand mais exige également une impartialité certaine. Les autodidactes tirent leur qualité de spécialistes de l'expérience associative même. Ils voient en l'engagement associatif une source d'épanouissement personnel rompant avec une éventuelle monotonie de la vie professionnelle ou suscitant un engouement nouveau. Cette figure du dirigeant autodidacte est mise à mal « *pendant et après le grand virage* », la figure de l'expert étant très valorisée[326]. Cette figure de l'autodidacte nous renvoie au Président d'ASSECO-CFDT Moselle, ouvrier sidérurgiste, qui trouve dans le syndicat et l'association qui y est affiliée un lieu de réalisation personnelle.

Le politique, à l'instar de l'acteur social, envisage l'association comme un outil de transformation sociale dans le sens où son engagement est centré sur sa participation politique dont les perspectives dépassent le projet associatif. Il s'agit ici d'une forme d'entrisme au sein du monde associatif par lequel le dirigeant diffuse ses idées à une échelle bien plus conséquente que celle de son parti, organisation ou courant politique[327]. On retrouve ce cas de figure notamment au sein de la fédération Familles de France de Moselle où le Président et la secrétaire dont les orientations politiques sont proches du catholicisme social, vont diffuser au sein de l'association et par l'association leur vision du monde. Bien que par ailleurs ils dénoncent les pratiques partisanes d'entrisme :

> « (…) Bon chez les militants familiaux j'ai surtout des relations avec les présidents d'associations familiales et ça se passe plutôt très bien. Et des bénévoles tout court sur Familles de France, il n'y en a pas et des bénévoles à

[325] REGO R., *ibidem.*
[326] REGO R., *ibidem*.
[327] REGO R., *ibidem.*

> Familles lorraines il y en a quelques uns. Le problème des bénévoles ici, c'est que ce sont des gens qui se sont placés politiquement donc ont défendu une politique et quelque part essaient de manipuler pour cette politique en question. Donc c'est quand même un souci parce qu'après c'est l'association qui paie les pots cassés parce qu'on vous met une étiquette. Il faut savoir qu'à la base une association est apolitique donc il peut y avoir des gens de tout bord, par contre ces gens-là font qu'on vous colle une étiquette, qu'on vous catalogue et que des gens ne viendront pas chez vous. (…) » (Secrétaire adjointe de Familles de France Moselle, Présidente de Famille Lorraine, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

Le professionnel est la figure type de dirigeant qui se rapproche le plus de celle du participant au regard de Jean Afchain. En effet, pour Raquel Rego il peut s'agir soit d'un cadre salarié qui décide de s'investir d'un point de vue militant (c'est-à-dire au-delà de ce qui est prévu dans son contrat de travail) au sein de l'association ou d'un participant à l'association (bénévole ponctuel ou régulier) recruté par la suite en tant que cadre de l'association. Cette figure est propre à la « *génération qui suit le grand virage* »[328]. Nous n'avons pas réellement trouvé d'équivalent auprès des dirigeants associatifs rencontrés. Néanmoins, notons que le directeur salarié de la Fédération mosellane de Familles de France, militant écologiste au sein de Green Peace par ailleurs, s'investit politiquement au sein de l'association en l'orientant vers une politique éducative écologiste, ce qui pourrait faire de lui une figure hybride entre le professionnel et le politique.

1.2. Les rôles des dirigeants associatifs

Loin d'être des organisations autogestionnaires et horizontales, bien que certaines tentent de s'en approcher[329], les organisations de consommateurs confèrent aux membres du bureau une position centrale au sein de l'organisation, justifiant leur

[328] REGO R., *ibidem.*

[329] Nous pensons ici à la CLCV Uckange où les acteurs associatifs tiennent à ne pas hiérarchiser les relations entre acteurs tout en ayant conscience que les différences de degrés d'investissement au sein de l'association hiérarchisent de fait ces relations. Néanmoins, nous pouvons constater que, contrairement, aux autres structures observées, les membres du bureau ne sont pas les seuls à porter une dynamique d'action et le développement de la CLCV Uckange. On notera toutefois que les éléments moteurs n'étant pas membres du bureau ont néanmoins des mandats définis au sein de l'association tel que « responsable consommation », ou encore les délégués de quartier.

qualité de dirigeants associatifs. En ce sens, nous rejoignons là aussi Raquel Rego lorsqu'elle énonce « *qu'une association est, essentiellement, ce qu'en font ses dirigeants* ». En effet, ces derniers portent les revendications dans l'espace public et endossent individuellement les responsabilités des actions menées collectivement. Ils doivent également savoir mobiliser des forces vives autour du projet associatif, assurer une vie associative dynamique et développer l'organisation. Enfin, c'est aux dirigeants, en tant que responsables de l'association, que revient la gestion matérielle et humaine de l'association. Joseph Haeringer et Samuel Sponem pensent le « *militant* », dont le rôle consiste à mobiliser une équipe autour d'idéaux, le « *gestionnaire* » dont le rôle est de rationnaliser l'activité associative mettant de côté les idéaux, et le « *manager* » dont le rôle est de mobiliser des ressources humaines pour atteindre des objectifs, comme des figures de dirigeants qui se succèdent les unes aux autres au cours de l'évolution des associations[330]. Or, bien que la gestion matérielle et humaine puisse prendre le pas sur le *leadership* militant comme nous avons pu le démontrer auparavant (Chapitre X), nos enquêtes montrent aussi que les dirigeants associatifs appréhendent ces rôles simultanément car ils se définissent tous comme étant « militants associatifs » tout en assumant les autres facettes de leurs actions. Ainsi, les rôles des dirigeants associatifs peuvent se décliner en trois actions : représenter, mobiliser et gérer.

1.2.1. Représenter

Les dirigeants associatifs assument la représentativité politique et légale de l'association. En effet, ce sont ces dirigeants qui portent la parole de l'association dans l'espace public lorsqu'ils ne la délèguent pas aux salariés experts, comme nous l'avons vu au sujet de la participation des associations aux instances de concertation ou lorsqu'il s'agit de s'exprimer devant les médias de masse.

En outre, l'inscription des membres du bureau dans les statuts leur confère une responsabilité en termes juridiques dont ils doivent tenir compte dans leurs actions.

[330] HAERINGER J., SPONEM S., « Régulation dirigeante et gouvernance associative », in LAVILLE J.-L., HOARAU C. (dir.), *La gouvernance des associations. Economie, sociologie, gestion.* Toulouse, Editions Erès, 2008, p.227.

Qu'il s'agisse de la tenue de la trésorerie dont la transparence doit être avérée, de la diffusion d'informations concernant des litiges avec un « professionnel », ou de la mise en conformité avec les lois et décrets concernant le monde associatif, les associations de consommateurs et le code du travail (pour les associations qui ont des salariés), la responsabilité civile des membres du bureau est engagée. Représenter l'association va donc de pair avec le devoir de répondre de ses actions aussi bien d'un point de vue politique que juridique. Ceci peut être un élément, parmi ceux que nous avons eu l'occasion de citer tels que l'alourdissement des contraintes administratives, constituant un frein au renouvellement des mandats au sein des associations.

> « (…) Comme ce qui m'est arrivé dans ma vie de dirigeante bénévole ces dernières années. Vous êtes bénévole depuis des années et puis il y a des histoires comme l'AMAPA, où vous avez des gens parce que vous êtes honnête, parce que vous avez voulu faire remonter des choses qu'un directeur avait fait et qui étaient mauvaises donc vous vous retrouvez avec certains politiques qui avaient la volonté de couvrir les machins parce qu'ils n'avaient pas contrôlé ce qui se faisait avec l'argent public et donc à ce moment-là, on vous le fait payer et vous avez le droit à un bulldozer qui est là pour vous écraser, vous et les membres de votre famille et tous ceux qui vous entourent. Dans ces cas-là, vous vous dites pourquoi être bénévole. N'importe quel bénévole peut se retrouver confronté à ces problèmes-là, à partir du moment où il va regarder ce que font ses salariés. (…) » (Secrétaire adjointe de Familles de France Moselle, Présidente de Familles Lorraines, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

1.2.2. Mobiliser

Être porteurs d'initiatives impulsant une dynamique collective favorisant le développement de la structure associative, tel est certainement le rôle le plus complexe qu'assument les dirigeants associatifs à l'heure où les associations font face à des difficultés de renouvellement des forces bénévoles et militantes (nous y reviendrons au cours de cette partie, notamment dans le chapitre XIII). En effet, mobiliser les forces vives d'une organisation, quand cela incombe à un nombre réduit de personnes, appelle l'activation de compétences telles que l' « autorité charismatique »[331].

[331] WEBER M., *Economie et société /1. Les catégories de la sociologie*, Paris, Plon, coll. : « Agora les classiques », (1922) 1995.

« (…) Ce que doit faire un Président ou un Vice-Président dans une association c'est essayer de trouver de nouvelles idées en permanence pour maintenir ses troupes. Pour cela il doit être très attentif aux désirs, aux intérêts des bénévoles de l'association mais aussi de tous ceux qui pourraient rejoindre l'association. Ça peut être des projets nouveaux ou des nouvelles formes d'action, peu importe mais il faut éviter que les gens s'ennuient sinon ils partent. (…) » (Vice-Président d'ADECOVAL, ancien porte-parole de quartier, ancien représentant communal de la Democracía Cristiana (Parti démocrate-chrétien), Président de CUPEMCHI (association de retraités), employé municipal retraité)

Ce rôle d'animateur de la vie associative est facilité par la relation de proximité que peuvent entretenir les dirigeants associatifs avec l'ensemble des membres actifs de l'association. *A contrario*, des rapports plus distanciés entre les dirigeants associatifs et les bénévoles peuvent scléroser l'association. C'est ce que dénonce le Secrétaire d'UFC-QC Thionville lorsqu'il qualifie le fonctionnement de l'association de « paternaliste » en faisant, notamment part du manque de communication entre les différents membres du bureau, le CA et les bénévoles (cf. Chapitre X). Selon ce dernier cette situation a pu conduire à la « défection »[332] d'individus désireux de s'engager mais cela aura été pour lui, également dirigeant associatif puisque membre du bureau, l'occasion d'une « prise de parole »[333] au sein du CA pour amener l'association à faire évoluer son fonctionnement.

1.2.3. Gérer

La gestion des moyens matériaux et humains au sein des associations de consommateurs est une des tâches qui incombent en principe aux dirigeants associatifs, notamment du fait des responsabilités qui leur incombent et que nous avons évoquées plus haut.

Au cours de la troisième partie de notre thèse, nous avons pu montrer comment l'institutionnalisation des associations ainsi que la centralité de la prestation de service alourdissait considérablement les tâches administratives dans l'activité globale de

[332] Pour reprendre le concept d'Albert O. Hirschmann. HIRSCHMANN A.O., Exit, voice, loyalty. Défection et prise de parole, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, coll. « UBlire », 2011.
[333] *Ibidem.*

l'association. Les dossiers de demandes de financements, de locaux associatifs, les créations de postes sont fastidieux et appellent à des connaissances expertes des circuits institutionnels et la maîtrise d'un vocable qui leur est propre. De même, une gestion comptable d'une structure associative ne peut s'improviser tant elle est l'objet de pression externe à l'organisation. En effet, comme le soulignent Philippe Avare, Phillipe Eynaud et Samuel Sponem, « les systèmes comptables tiennent une place centrale dans les dispositifs de gestion associatifs. Les associations ont ainsi des obligations légales en matière de comptabilité générale mais aussi des obligations des tutelles en matière de comptabilité analytique, c'est-à-dire en ce qui concerne l'utilisation de la comptabilité pour gérer. La spécificité associative vient ici de la nécessité de rendre compte, en plus du fonctionnement interne de l'association, de l'impact de son fonctionnement sur les bénéficiaires ou adhérents, et plus largement sur l'environnement. »[334].

Nous avons pu voir dans le Chapitre X à quel point la fluctuation d'une main d'œuvre bénévole, la prise en compte des rapports entre salariés et bénévoles ainsi que l'agencement entre le fonctionnement démocratique et gestionnaire rendent la gestion des ressources humaines complexe pour des dirigeants associatifs. C'est aussi, cette complexification de ces rapports qui renforce l'idée selon laquelle des compétences sont pré-requises pour être dirigeants associatifs. De plus, lorsque l'association a recours au salariat associatif, ce sont ces dirigeants qui passent d'un statut de militants associatifs dirigeants à celui d'employeur. Notons ici que les trajectoires individuelles de ces dirigeants agissent considérablement sur la manière dont ils conçoivent ce statut d'employeur. Nous pouvons alors émettre l'hypothèse selon laquelle lorsque ces dirigeants ont exercé, au cours de leurs carrières professionnelles, des fonctions d'encadrement du personnel à l'instar du Président de la fédération mosellane de Familles de France et du Président d'UFC-QC Thionville, l'on constate qu'ils sont attachés au maintien d'un ordre hiérarchique entre eux et les salariés. Tandis que le Président de l'union locale CLCV d'Uckange, ouvrier de la métallurgie, syndicaliste qui plus est, affirme ne pas être « un bon patron », son histoire personnelle ne le conduisant

[334] AVARE P., EYNAUD P., SPONEM S., « Usages des dispositifs de gestion: entre conformité et innovations », in HOARAU C., LAVILLE J.-L. (dir.), *La gouvernance des associations. Economie, sociologie, gestion.* Toulouse, Editions Erès, 2008, pp. 207-208.

pas à valoriser ce statut d'employeur, il se dégage ainsi de toute volonté d'exercice de rapport hiérarchique (et de domination) avec les salariés.

Ces aspects gestionnaires produisent un effet d'autocensure chez les acteurs associatifs qui malgré un engagement constant, ne s'autorisent pas à briguer un mandat. Ceci vient renforcer les causes multiples du manque de renouvellement des dirigeants associatifs.

2. Les bénévoles

Le bénévolat renvoie « à la bonne volonté, la bonté, à la gratuité, au don »[335], mais aussi à la liberté pour l'acteur bénévole de choisir un travail[336] dans lequel il peut s'épanouir, s'émanciper de sa condition, se former et créer du lien social[337]. Le bénévolat n'implique ni l'adhésion ni la militance[338]. En effet, rien ne contraint un

---

[335] FERRAND-BECHMANN D., « Militantisme, bénévolat et engagement », in FERRAND-BECHMANN D. (dir.), *Les bénévoles et leurs associations. Autres réalités, autre sociologie ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010, p.15. L'analyse de Dan Ferrand-Bechamann sur le bénévolat en tant que don nous renvoie à l'ouvrage *Essai sur le don* de Marcel Mauss. Elle se réfère ici notamment aux travaux Jacques T. GODBOUT. MAUSS M., *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF, coll. « Quadrige Grands textes », 2007. GODBOUT J.-T., *Le don, la dette et l'identité*, Paris, La Découverte, coll. « Mauss », 2000.

[336] Maud Simonet (dans SIMONET-CUSSET M., «Penser le bénévolat comme travail pour repenser la sociologie du travail », *Revue de l'IRES*, n°44, janvier 2004) ainsi qu'Edith Archambault insistent toutes deux sur le fait que le bénévolat est un travail et non un loisir : « Le travail bénévole est un travail, qui doit être distingué du loisir, exercé bénévolement, ce qui le distingue du travail rémunéré » ARCHAMBAULT E., « Le bénévolat en France et en Europe », *Pensée plurielle*, n°9, 2005/1, p.13.

[337] FERRAND-BECHMANN D., *Bénévolat et solidarité*, Paris, Syros Alternatives, 1992.

[338] Si les militants sont bénévoles (encore que nous pouvons considérer les permanents salariés comme des militants, il donne cependant de leur temps bénévolement au-delà du temps contractualisé), les bénévoles, eux, ne sont pas forcément militants. Comme le rappelle Danièle Demoustier : « *L'autonomie du bénévolat par rapport au militantisme s'est affirmée au fur et à mesure du renforcement du rôle gestionnaire des associations et de la division du travail en leur sein, le salariat et la professionnalisation supplantant les fonctions politiques et revendicatives.* ». DEMOUSTIER D., « Le bénévolat, du militantisme au volontariat », *Revue française des affaires sociales*, 2002/4 n° 4, p.100.

bénévole à adhérer à l'association pour pouvoir mobiliser son temps et ses compétences, de même que son action n'est pas forcément liée à une conception du monde et de la société véhiculée par l'association. Le bénévole est celui qui donne de son temps. Lionel Prouteau indique qu'il existe deux formes de bénévolat : « le bénévolat informel » « dans des réseaux de proximité, entre voisins, amis ou parents »[339] et « le bénévolat formel » « au sein d'une organisation associative »[340]. Ce sont donc les bénévoles formels puisqu'acteurs de la vie associative des organisations de consommateurs étudiées qui attirent ici notre attention. Il importe cependant de souligner la diversité des engagements des bénévoles au sein des organisations de consommateurs, sans revenir sur les dimensions déjà explorées au cours du chapitre X, en nous penchant sur le rôle des membres des conseils d'administration ainsi que des bénévoles permanents et ponctuels ainsi que des militants associatifs.

2.1. Les membres du conseil d'administration

Dans la première section de ce chapitre nous avons distingué les dirigeants associatifs (que nous avons assimilés aux membres du bureau actifs dans l'association) des administrateurs. Ce choix est lié, d'une part à la structuration des associations chiliennes et d'autre part aux réalités empiriques au sein des associations de consommateurs mosellanes qui est celle d'une présence très ponctuelle, qui se limite souvent aux réunions du CA, de la plupart des administrateurs (hors membres du bureau). Et ce, bien qu'ayant un rôle important dans le processus décisionnel des associations françaises étant donné qu'ils discutent et décident de la mise en œuvre des orientations de l'association, valident les décisions budgétaires, recrutent, le cas échéant, des salariés. Force est de constater que seule une part minime des administrateurs des associations rencontrées sur le terrain s'investissent dans la vie quotidienne des associations. Ceci peut notamment s'expliquer par le fait que les

[339] Voir également : REIMAT A., « Production associative et bénévolat informel : quelle signification économique pour les activités de production des retraités ? », *INNOVATIONS*, n°15, 2002/1, pp.73-98 et SIMONET-CUSSET M., « Du bénévolat en Amérique…Au poids symbolique de la loi 1901 », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°89, juin 2001, pp.39-45.
[340] PROUTEAU L., « Les différentes façons d'être bénévole », *Economie et statistique*, Vol. 311, n°1, 1998, pp.57-73.

Conseils d'administration sont souvent des « équipes » montées par les membres du bureau sur une base affinitaire.

2.2. Les bénévoles permanents

Les bénévoles permanents sont ceux qui de manière régulière et constante participent à la vie associative en faisant don de leur temps. Ils assurent les permanences, accueillent et conseillent les adhérents en cas de litiges, prennent en main certaines tâches administratives (bien que la plupart de ces tâches soient accomplies par les dirigeants et les salariés, le cas échéant), mènent les enquêtes de prix, animent des ateliers. Bref, ils font vivre l'association. Dans la plupart des associations rencontrées[341], un bénévole permanent est présent au moins une demie journée par semaine au sein de l'association. Ceci, sachant que le temps alloué aux activités associatives est plus important pour les conseillers-litiges qui effectuent les recherches et certaines démarches à leur domicile, le temps de présence au sein de l'association n'étant principalement occupé par le face à face avec les adhérents.

2.3. Les bénévoles occasionnels

Les bénévoles occasionnels sont souvent des adhérents qui ne peuvent ou ne souhaitent pas s'investir dans la vie associative de manière constante et qui, dans des cadres événementiels, vont prêter main forte aux acteurs associatifs. Ils sont généralement présents lors des assemblées générales, des pots de fin d'année, d'un éventuel déménagement[342] pour réaliser des tâches d'ordre logistique, voire domestique (faire à manger, aménager et les salles, transporter du matériel). Peu connus des

[341] A l'exception de Participa-AC où seul le Président tient les permanences et une activité régulière au sein de l'association ainsi que de la fédération mosellane Familles de France où seuls les membres du bureau et les salariés sont présents régulièrement dans les locaux.

[342] Nous pensons ici à l'emménagement d'UFC-QC Thionville dans ses locaux, mais aussi au déménagement d'ADECOVAL de leur locaux vers ceux de CUPEMCHI.

bénévoles permanents (surtout si ces derniers sont novices), ils ont généralement des liens affinitaires avec des membres du bureau ou du conseil d'administration.

> « (…) En tant que bénévole mon travail est surtout un appui logistique au bureau de l'association quand ils ont besoin de ma camionnette pour transporter du matériel ou des légumes. Quand il y a une assemblée générale comme la semaine prochaine je vais aider à aménager la salle. Je ne viens pas très souvent, je suis très occupé mais dès que l'association appelle à une manifestation ou un sit-in je suis présent et j'essaie de ramener du monde avec moi. (…) » (Bénévole d'ADECOVAL, Président du Miradero O'Higgins (club sportif porteño), dirigeant d'une société d'import/export)

2.4. Les militants associatifs

Le militantisme introduit dans l'activité associative une dimension politique[343], il s'agit, pour le militant, d'agir pour une cause ou un idéal. Pour Anne Quéniart et Julie Jacques, le militantisme relève à la fois d'un principe de « *responsabilité* » c'est-à-dire d'un « *devoir citoyen* » de prendre part à la vie de la cité et de « *pouvoir d'agir pour un changement de société* » [344].

Militer c'est aussi, comme le disent Jacques Ion, Spyros Franguiadakis et Pascal Viot, mobiliser des « *sentiments,* [des] *affects, voire* [des] *passions, parce que l'engagement réfère à l'histoire personnelle ou familiale ou implique la vie des proches, aussi parce qu'il est inséparable des relations nouées et entretenues au sein d'un collectif.* »[345]. Cette mobilisation des passions est notamment rendue visible, dans le cadre de notre terrain, par le temps investi dans l'organisation par les militants. Ce temps octroyé à l'association dépasse de loin le temps de présence physique et donc visible en son sein. Ainsi, il est difficilement concevable qu'un repas entre amis où se

[343] « Politique » est ici prit dans son sens le plus large. Parler de dimension politique de l'engagement dans des associations revendiquant un « apolitisme » que nous aurions plutôt tendance à appeler « apartisanisme » c'est saisir la mobilisation de certains idéaux et visions du monde que mettent en avant ces militants par leur engagement.
[344] QUENIART A., JACQUES J., « L'engagement politique des jeunes femmes au Québec : de la responsabilité au pouvoir d'agir pour un changement de société », « La responsabilité : au-delà des engagements et des obligations », *Lien social et politiques-RIAC*, n°46, automne 2001, p. 48.
[345] ION J., FRANGUIADAKIS S., VIOT P., *Militer aujourd'hui*, CEVIPOF/ Autrement, 2005, p.71.

retrouvent des militants d'une même association ne se passe sans débat sur les perspectives, les projets ou le quotidien de l'association en question.[346]

Si les dirigeants se définissent tous comme militants associatifs, les bénévoles se définissant comme militants, dans l'ensemble des associations rencontrées, sont une frange minoritaire. En revanche, tous les militants au sein des organisations de consommateurs sont bénévoles[347]. Ainsi, ce n'est pas tant ce qu'ils font qui distingue les bénévoles non-militants des militants[348], que comment ils le font ainsi que le sens qu'ils donnent à l'action associative. Les militants associatifs sont ceux qui portent les valeurs de l'association et qui en partagent les principes car ils contribuent par leur participation à construire ces principes et valeurs.

> « (…) Enfin militant et bénévole c'est pas la même chose. Un militant c'est quelqu'un qui va dans le sens de la fédération et des luttes que mènent la fédération et qui va faire avancer les choses. Un bénévole va juste donner son temps et il sera pas forcément d'accord avec la fédération. Après un bénévole qui n'est pas d'accord, il a le droit d'avoir son point de vue, mais il ne faut pas qu'il le propage en tant que bénévole de l'association au risque de nous discréditer. C'est simple dans l'association sur 15 bénévoles on va dire qu'il y en a 5 qui sont militants et c'est tous des nouveaux. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Les militants des organisations de consommateurs sont aussi ceux qui développent le plus une connaissance de l'histoire de la structure dans laquelle ils agissent ainsi que du mouvement de défense des consommateurs dans son ensemble et des spécificités des courants s'y attachant. Ce seront également ces militants qui produisent tout autant qu'ils diffusent autour d'eux les différents modèles de consommation critique évoqués dans le chapitre V.

[346] Nous pensons notamment ici à une discussion entre deux militantes de la CLCV Uckange qui organisaient un repas chez l'une d'elle et dont les commentaires étaient : « Tu t'occupes du dessert et on évite de saouler les autres avec la CLCV ! » Observation du : 19/11/2009.
[347] Sauf à considérer les salariés qui sont également engagés d'un point de vue militant dans la défense des consommateurs, nous aurons, plus tard, l'occasion de nous focaliser sur ce cas de figure.
[348] Les militants seront cependant plus enclins à représenter l'association dans l'espace public.

3. Les adhérents

L'adhésion à une association matérialisée par la cotisation peut, généralement, se lire comme un soutien accordé à l'association, à son action ainsi qu'à son projet. Elle n'implique pas pour autant une volonté d'agir au sein de l'association. Ici, le statut généré est celui de l'adhérent qui a pour rôle principal d'élire les représentants de l'organisation associative. L'enjeu de l'adhésion étant (par le biais des élections des représentants et du vote de l'utilisation du budget) de participer à la construction de la politique appliquée au sein de l'association, c'est pourquoi tous les militants rencontrés sur le terrain et se définissant comme tels, adhèrent à l'association dans laquelle ils agissent. Cependant, pour reprendre l'analyse de Jacques Ion: « *Alors qu'hier l'adhésion valait acte militant, aujourd'hui l'adhésion peut être de pure forme tandis que la mobilisation peut se passer de l'adhésion.* »[349]. Ceci peut expliquer le fait de rencontrer des bénévoles permanents qui n'adhèrent pas à l'association. Ceci pose d'ailleurs un certain nombre de problèmes que nous aurons l'occasion de développer dans notre Chapitre XIII.

On mesure la force d'une association aussi bien à sa capacité de mobilisation, d'être présente dans l'espace public (que ce soit par le biais de la représentation ou par les débats publics), à son aura (aux personnes qu'elles touchent), et au nombre d'adhérents. Cependant, force est de constater que ce que Jean-Yves Trépos soulignait dans sa thèse doctorale en 1982 est toujours d'actualité trente années plus tard, à savoir la faiblesse du nombre de militants et de bénévoles comparativement au nombre d'adhérents qui est source d'inquiétude de tous les dirigeants associatifs rencontrés, mais aussi des bénévoles[350]. Cela donne une vision faussée des forces vives de l'association où ces dernières viennent se confondre avec l'importance de son public. Aussi, il importe de clarifier le sens que prend l'adhésion à une association de

[349] ION J., *La fin des militants ?*, Paris, Editions de l'Atelier, 1997, p.103.
[350] TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, Thèse pour le doctorat de 3ème cycle en Sociologie, Université des sciences et techniques de Lille, 1982, p.127-128.

consommateurs. Nous relevons deux catégories d'adhérents : les adhérents de principe et les adhérents usagers.

3.1. Les sympathisants

Les sympathisants sont ceux qui choisissent de soutenir l'association par leur adhésion (voire leur don) parce qu'ils adhèrent aux principes et valeurs véhiculées par cette dernière ou par sympathie pour les acteurs associatifs locaux. Souvent lecteurs des revues produites par les associations et/ou ayant eu recours à l'association dans le cadre d'un litige, ils participent à la vie de l'association par leur contribution aux moyens matériels de cette dernière et (plus rarement) par une présence aux assemblées générales annuelles. Ces adhérents de principe représentent une minorité parmi l'ensemble des adhérents.

> « (…) On a des adhérents qui sont sympathisants, qui adhèrent pour donner un petit peu de sous à l'association et si un jour ils ont un problème, ils savent qu'on est là pour les aider. (…) » (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière (bénévole) CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz)

3.2. Les usagers

Il s'agit ici de la catégorie regroupant la majorité des adhérents des associations de consommateurs (hormis au sein d'ADECOVAL pour les raisons décrites dans le chapitre X). D'un point de vue légal, les associations de consommateurs ne sont autorisées à prendre en charge les litiges de consommation que lorsque ceux-ci impliquent un de leurs adhérents. Cependant, pour beaucoup d'adhérents (mais aussi pour certains bénévoles) l'adhésion est un équivalent monétaire du service rendu par l'association. Ces derniers ne participent donc pas à la vie associative et ont un statut d'usager de l'association. D'où cette dérive de « l'association de consommateurs consommée » par ses adhérents que nous exposions au sein du Chapitre X).

« (…) Et puis il y a des adhérents qui souvent viennent pour l'accompagnement scolaire et qui ne viennent que pour ça et même si on leur a expliqué au départ quand ils sont arrivé, je ne pense pas qu'ils savent ce qu'on fait parce qu'on fait pas que de l'accompagnement scolaire et ils viennent même pas quand ils ont un problème ou ils viennent trop tard. (…) » (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière (bénévole) CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz)

4. Et les salariés ?

Nous avons montré dans notre Chapitre X, que le monde associatif n'était pas uniquement le fait d'individus s'unissant volontairement et bénévolement dans un projet commun. En effet, il convient de ne pas écarter les acteurs salariés y compris lorsqu'il s'agit d'interroger les avatars de l'engagement associatif tant leur positionnement par rapport au projet et leur statut au sein des associations, aussi hétérogènes soient-ils, s'avèrent complexes et déterminants pour l'action associative. « On ne compte pas nos heures »[351]. Interroger l'engagement au sein des associations des salariés de cette dernière questionne le rapport au travail salarié au sein de ces structures. Pour ce faire il convient de distinguer deux sous-catégories de salariés : les permanents salariés et les travailleurs associatifs salariés.

4.1. Les permanents salariés

Les permanents salariés se distinguent des autres types de salariés du fait de leur engagement associatif au sein de l'organisation de consommateurs qui les a, par la suite, embauchés. L'embauche au sein de l'association leur permet de développer une action constante puisque quotidienne et d'avoir une vue sur tout ce qui se passe au sein de

[351] Phrase énoncée à maintes reprises par des salariés rencontrés sur le terrain, lors de discussions informelles.

l'association, ce qui d'un point de vue stratégique est une « *source de pouvoir* » certaine[352].

Il faut noter cependant que parmi les trois permanents salariés rencontrés[353], deux sont embauchées sous contrat précaires (CAE) et qu'il s'agit pour les dirigeants associatifs, quand l'occasion s'est présentée, de gratifier l'engagement de ces militantes associatives en les embauchant alors qu'elles cherchaient toutes deux un emploi[354]. Bien que leur engagement ait précédé l'embauche au sein de leurs associations respectives, il convient tout de même de souligner que l'investissement bénévole dont elles font preuve une fois salariées est plus important en terme de temps que celui qu'elles mettaient à profit de l'association avant leur embauche. En effet, elles étaient toutes deux bénévoles une demie journée par semaine tandis qu'aujourd'hui les heures de bénévolat succèdent aux heures salariées sans distinction :

> « (…) Donc sur mon poste de salariée, je fais 35h et en tant que bénévole c'est ce que je fais en dehors des horaires de travail. Notamment aux assemblées générales et aux réunions en dehors des heures de bureau. L'avantage que j'ai c'est que comme je suis salariée et étant la trésorière de l'association, cela me permet de gérer la trésorerie sur mon temps de travail. J'ai la chance de pouvoir le faire. Et donc du coup maintenant je suis bénévole sur Uckange et non plus sur Yutz parce que si au départ le poste avait été ouvert sur Yutz, je serai restée sur Yutz vu que c'est ma ville et que c'est là où j'habite mais ça n'a pas été le cas.
> **Comment distinguez-vous le temps salarié du temps bénévole?**
> Je ne le distingue pas vraiment, je passe de l'un à l'autre. Je compte pas vraiment mes heures de travail. (…) » (Secrétaire administrative salariée CLCV Uckange, trésorière (bénévole) CLCV Uckange et ancienne bénévole CLCV Yutz.)

La précarité de leurs contrats et le fait que l'association les ait sorties d'une situation plus précaire encore pourraient néanmoins favoriser un surinvestissement non pas lié à une volonté réelle d'engagement mais à la crainte de perdre leur emploi ou à la pression de maintenir la possibilité de le garder. Pression exprimée par la secrétaire d'UFC-QC Thionville :

---

[352] CROZIER M., FRIEDBERG E., *L'acteur et le système*, Paris, Ed. du Seuil, 1977.

[353] Dont la secrétaire administrative d'UFC-QC Thionville, pour laquelle nous émettons des réserves sur son rôle de permanente, du fait qu'elle remplisse, pour le moment, des fonctions exécutives avec une très faible marge de manœuvre. Cf. Chapitre X.

[354] La secrétaire administrative d'UFC-QC Thionville était alors au chômage et la secrétaire administrative de l'union locale CLCV Uckange était déjà en contrat aidé à temps partiel au sein de la CLCV, le deuxième contrat étant moins précaire puisqu'à temps plein.

« (…) Donc là mon contrat c'est un CAE d'une durée de neuf mois et normalement il devrait être d'une durée totale de trois ans. Et si dans trois ans, l'association se développe, je pourrais rester jusqu'à ma retraite. Donc j'ai intérêt à bosser pour développer l'association. (…) » (Secrétaire administrative salariée UFC-QC Thionville, ancienne secrétaire bénévole UFC-QC Thionville)

Notons tout de même que ces deux actrices n'ont pas le même positionnement par rapport au projet associatif, si la première est « militante » la seconde se positionne plutôt comme une « participante »[355].

4.2. Les travailleurs associatifs salariés

Pour ceux dont l'engagement ne précède pas l'embauche la lecture de l'investissement temporel au-delà de ce qu'exige le contrat de travail, pose ici la question abordée avec précaution précédemment, à savoir celle du « *choix ou de la contrainte* »[356] de l'action. Les salariés au sein des associations rencontrées semblent tous jouir d'un cadre de travail décrit comme « *épanouissant* »[357], dans lequel ils se sentent « utiles à la société ». Gildas Loirand explique que dans ce cadre « *le salariat laisse très souvent exister au cœur même de la relation de travail des éléments de sujétion qui favorisent, voire exigent implicitement des salariés un engagement qui va bien au-delà des termes mêmes des contrats signés et des limites proposées par l'application stricte du droit du travail*. »[358] De même, nous n'avons rencontré aucun salarié syndiqué sur notre terrain. Cependant, compte-tenu de la désyndicalisation de la masse salariale globale et du faible nombre de salariés au sein des associations locales (principaux lieux de nos enquêtes) rendant improbable la création d'une section syndicale d'entreprise, cela n'est pas étonnant mais tout de même révélateur de l'état d'esprit des travailleurs associatifs et des orientations de leurs engagements : celui de la

[355] AFCHAIN J., *op.cit*.
[356] SIMONET M., *op.cit*., 2010, p.204.
[357] Et ce, y compris par le directeur de la Fédération mosellane Famille de France alors qu'il était en plein conflit avec ses employeurs, à savoir les membres du bureau.
[358] LOIRAND G., « Des relations « d'homme à homme » au contrat de travail », in CHAUCHARD J.P., HARDY-DUBERNET A.C., (dir.), *La subordination dans le travail*, Paris, Cahier Travail et Emploi, DARES - La documentation française, 2003, p.146 cité par SIMONET M., *op.cit*, 2010, p.204.

cause défendue par leur structure de travail, plutôt que pour l'amélioration de leurs conditions de travail.

Les travailleurs associatifs salariés assurant une présence continue dans les locaux associatifs et se voyant déléguer de plus en plus de responsabilités incombant initialement aux militants associatifs et bénévoles et à qui on « exige implicitement » un certain engagement, tendent à s'approprier l'appareil associatif. Ceci est d'autant plus visible lorsque le salarié tient une posture d'expert au sein de l'association car, du fait de ses connaissances pointues dans des domaines clefs, il devient alors indispensable à la structure associative.

> « (…) Je dirai que les bénévoles sont fautifs dans l'affaire car ils ont laissé faire certaines choses et ils ont laissé leur place d'administrateur, ils se la sont fait piquer car ils n'y étaient pas présents et la nature ayant horreur du vide les salariés ont pris ces places-là. (…) » (Secrétaire adjointe de Famille de France Moselle, Présidente de Familles Lorraine, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

Ici, la Secrétaire adjointe de la fédération mosellane de Familles de France regrette le manque d'implication des administrateurs et des militants familiaux au sein de l'organisation mais aussi dans les instances de concertation qui poussent souvent les salariés à représenter l'association à la place des militants.

L'engagement associatif au sein des associations de défense des consommateurs est incarné par plusieurs avatars tous traversés par une pluralité de positionnements par rapport au projet associatif. S'intéresser à ces avatars nous a permis d'appréhender la structuration de la population engagée au sein de ces organisations. Nous allons maintenant placer la focale sur les trajectoires individuelles des acteurs associatifs.

Chapitre XII : Des trajectoires sociales et des *carrières* bénévoles et militantes

Présenter les avatars de l'engagement associatif nous a permis de comprendre en partie les formes qu'il peut incarner au sein des associations de défense des consommateurs. Nous allons nous intéresser ici aux trajectoires sociales des bénévoles et militants associatifs pour cerner leurs motivations à s'engager dans une association de défense des consommateurs[359]. C'est au cœur de ces trajectoires sociales qu'émergent les *« carrières »* bénévoles et militantes. Olivier Fillieule défend la pertinence de cette notion de « *carrières* » pour étudier l'engagement des individus car elle « *permet de comprendre comment, à chaque étape de la biographie, les attitudes et comportements sont déterminés par les attitudes et comportements passés et conditionnent à leur tour le champ des possibles à venir, resituant ainsi les périodes d'engagement dans l'ensemble du cycle de vie. La notion de carrière permet donc, au-delà de la pétition de principe, de mettre en œuvre une conception du militantisme comme processus. Autrement dit, de travailler ensemble les questions des prédispositions au militantisme, du passage à l'acte, des formes différenciées et variables dans le temps prises par l'engagement, de la multiplicité des engagements le long du cycle de vie (défection (s) et déplacement (s) d'un collectif à l'autre, d'un type de militantisme à l'autre) et de la rétraction ou*

[359] Nous avons volontairement inclus ici les salariés ayant démarré en tant que bénévoles au sein des associations les ayant embauchés.

extension des engagements. »[360] Si Eric Agrikolinsky[361] distingue, voire oppose, les notions de trajectoires et de carrière (se démarquant ainsi d'une conception bourdieusienne[362] de la trajectoire tout en se rattachant à la sociologie d'Howard Becker[363]), nous pensons à l'instar d'Annie Collovald[364] que l'opposition de ces deux notions n'est pas pertinente. En effet, nous considérons qu'une carrière militante ou bénévole est fortement liée à la trajectoire sociale de l'individu, cette dernière ne pouvant être étudiée indépendamment de l'espace social dans lequel elle se développe[365].

Nous nous appuyons ici sur l'analyse biographique des entretiens menés[366] afin de rendre compte des trajectoires sociales des acteurs associatifs, par de courts récits regroupés à partir des similitudes repérées[367]. Car, si tous les chemins peuvent conduire à s'engager au sein d'une association de défense des consommateurs, il nous a été possible de saisir des carrières types d'engagement.

---

[360] FILLIEULE O., « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel – post-scriptum », *Revue française de science politique*, « Devenirs militants », n°51, 1-2, février-avril, 2001, p. 202.

[361] AGRIKOLIANSKI E., « Carrières militantes et vocation à la morale : les militants de la LDH dans les années 1980. », Revue française de science politique, vol.51, 2001/1, pp.27-46.

[362] BOURDIEU P., « L'illusion biographique », in *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Editions du Seuil, coll. « points essais », (1994) 2007, pp.81-89. Voir également : PASSERON JC., « Biographies, flux, itinéraires, trajectoires », Revue française de Sociologie, vol. XXXI, N°31-1, 1990, pp. 3-22.

[363] BECKER HS, « Biographie et mosaïque scientifique », Actes de la recherche en Sciences sociales, vol.62-63, juin 1986, pp.105-110.

[364] COLLOVALD A., « Pour une sociologie des carrières morales des dévouements militants » in Collovald A. (dir.), *L'humanitaire ou le management des dévouements. Enquête sur un militantisme de "solidarité internationale" en faveur du Tiers Monde*, Rennes, PUR, 2002, pp. 177-229.

365 SINIGAGLIA J., *Le paradoxe des intermittents du spectacle : l'art de retourner les obstacles à l'action collective (2003-2006)*, Thèse de Doctorat de Sociologie, Université Paul Verlaine de Metz, 2008, p.100.

[366] DEMAZIERE D, DUBAR C., *Analyser les entretiens biographiques – L'exemple des récits d'insertion*, Nathan, Essais et Recherche, Paris, 1997.

[367] DUBAR C., « Trajectoires sociales et formes identitaires : clarifications conceptuelles et méthodologiques », *Sociétés contemporaines*, n°29, 1998, pp.73-85.

1. Un engagement en amenant un autre…

En analysant les entretiens, il a été intéressant de constater que l'engagement au sein d'une association de défense de consommateurs est souvent précédé d'un engagement dans d'autres structures formelles ou informelles et qu'il est donc issu d'une carrière militante démarrée en amont. Nous notons que le phénomène de multi-adhésion décrit par François Héran[368] se vérifie ici pour une grande majorité des acteurs associatifs interrogés. Cette multi-appartenance indique un « *sur-investissement* » de ces acteurs dans l'espace militant[369]. En effet, certains bénévoles (les plus nombreux parmi nos enquêtés) ont fait leur premier pas dans l'espace public en tant qu'acteurs engagés dans une autre structure associative. Tandis que d'autres sont passés par le syndicalisme, l'organisation confessionnelle ou partisane. Enfin, quelques acteurs associatifs ont pris part à des mouvements sociaux sans être affiliés[370] à aucune structure jusqu'à l'association de défense de consommateurs où nous les avons rencontrés.

1.1. L'associationnisme

Le milieu associatif est visiblement un point de départ commun à une majorité d'acteurs rencontrés sur le terrain. Ceci est d'autant plus vrai pour les bénévoles d'ADECOVAL dont on note la propension au multi-engagement associatif. Nous présentons ici les trajectoires sociales de huit acteurs associatifs dont cinq agissent au sein d'ADECOVAL, deux au sein de l'UFC-QC (l'un au sein de l'association locale de Metz, l'autre de Thionville) et une au sein de la CLCV Uckange.

[368] HÉRAN F., « Au cœur du réseau associatif : les multi-adhérents », *Économie et statistique*, vol. 208, n°208, 1988, pp. 33-44.
[369] FILLIEULE O., BLANCHARD P., AGRIKOLIANSKY E., BANDLER M., PASSY F., SOMMIER I., « L'altermondialisation en réseaux. Trajectoires militantes, multipositionnalité et formes de l'engagement: les participants du contre-sommet du G8 d'Evian »., *Politix*. Vol. 17, N°68. Quatrième trimestre 2004, p.41.
[370] ION J., « Affranchissements et engagements personnels » in ION J. (dir.), *L'engagement au pluriel*, Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, coll. « matière à penser », 2001.

Bénévole occasionnel d'ADECOVAL, soutien logistique à l'association

Diplômé de la *Universidad Católica de Valparaíso*, il fonde voilà trente-cinq ans une société d'import/export qu'il dirige et qui est aujourd'hui implantée à Santiago, San Antonio, Los Andes et à l'aéroport Arturo Merino (Santiago). Passionné de football, il fonde avec des amis un club sportif (dont les statuts sont associatifs) qu'il nomme *miradero* O'Higgins, en hommage à ce personnage historique chilien[371] qu'il admire. Lorsque le Vice-Président l'appelle pour rejoindre les membres fondateurs de l'association ce dernier ne refuse pas, solidaire des initiatives associatives, tout en spécifiant qu'il ne pourrait pas s'investir à 100%, son emploi du temps étant passablement chargé. Il est présent lors des assemblées générales, apporte ses idées, est présent lors des actions menées par ADECOVAL et apporte un soutien logistique selon les besoins de l'association.

Un bénévole d'ADECOVAL, conseiller litige « apprenti »

Bénévole au sein d'ADECOVAL, ce journaliste entre dans l'association au début de l'année 2007. Diplômé de l'équivalent d'un Master en journalisme de la *Universidad Católica de Valparaíso*, il débute sa carrière de journaliste dans les années 1980 alors que la censure sévit en pleine dictature. Il est alors en charge de la rubrique événements culturels. À la fin de la dictature, il s'investit au sein du *Colegio de periodistas de la región de Valparaíso* (Collège de journalistes de la région de Valparaíso) une organisation corporatiste, en 2000 il est élu membre du conseil d'administration. et devient le chargé de communication de la *Universidad de Artes y de Sciencias sociales de Valparaíso* (Université des Arts et de Sciences sociales). Il participe aux réunions de divers collectifs d'anciens détenus politiques et appose fréquemment sa signature de journaliste aux pétitions notamment pour le jugement des dirigeants de l'armée sous Pinochet et contre la répression des mouvements sociaux. Motivé par un ancien collègue (le reporter graphique entré dans l'association en 2006), il décide de s'engager au sein de l'association. Novice en matière de litige de consommation, il accompagne

[371] Bernardo O'Higgins est un des fondateurs de la nation chilienne et une figure de l'indépendance. Voir : BUSTAMANTE OLGUÍN F., *Bernardo : Una biografía de Bernardo O'Higgins*, Santiago de Chile, Ediciones B., 2007.

un bénévole plus aguerri lors des conseils, il rédige également un projet de montage de site internet de l'association.

Une bénévole occasionnelle d'ADECOVAL, organisatrice d'ateliers sur l'environnement

Mariée à 18 ans en 1985 alors qu'elle sortait du Lycée, cette mère d'une famille de cinq enfants, issue d'un milieu modeste, s'investit depuis 1991 au sein de son conseil de quartier. Elle y organise principalement des manifestations culturelles. En 1995, elle devient Présidente du conseil de son quartier et participe à de nombreuses réunions municipales sur l'aménagement du quartier et son environnement. Très investie sur les questions afférant à la propreté de la ville, elle rencontre l'association de consommateurs lors d'une conférence organisée par cette dernière sur les pollutions urbaines. Elle adhère alors à ADECOVAL, dans laquelle elle devient bénévole occasionnelle et organise des ateliers sur les questions d'environnement.

Une bénévole occasionnelle d'ADECOVAL, animatrice de conférences et d'ateliers sur les risques sanitaires

Après l'équivalent français d'une maîtrise en pédagogie des sciences humaines et sociales, elle enseigne dans l'Histoire, la Géographie et la Sociologie dans un lycée *porteño* pendant quinze ans. Le métier lui plaît mais elle ressent le besoin de prendre du recul, les rapports directs aux élèves lui sont de plus en plus pénibles. Aussi, lorsqu'un poste de chef d'unité technique et pédagogique se libère dans un autre lycée elle y postule et l'obtient. Parallèlement, elle devient membre actif de la *Corporación cultural del circulo de campeones y cuequeros de Chile* où elle enseigne la *cueca*[372] et monte des spectacles afin de valoriser le folklore chilien. C'est à l'occasion d'un spectacle organisé pour la clôture de l'assemblée générale d'ADECOVAL de 1998, qu'elle rencontre le Président de l'association, quelques mois plus tard elle décide d'en devenir bénévole. Au sein d'ADECOVAL, elle organise et anime des conférences et des ateliers

[372] Danse traditionnelle chilienne.

sur la consommation et les risques sanitaires liés à l'industrie cosmétique et agroalimentaire.

Un bénévole d'ADECOVAL, conseiller des usagers des administrations et des assurances

Passionné de photographie, il entame une carrière de photographe autodidacte après le lycée dans un journal local. Ayant réussi à économiser suffisamment d'argent, il entre en formation dans un institut professionnel de Santiago. De retour à Valparaíso, il est embauché en tant que reporter graphique dans deux journaux nationaux. Il adhère dans la même période au *Foto-Cine Club Valparaíso*, une association culturelle qui vise à mutualiser les compétences et former des novices aux techniques de photographie et de réalisation de films. La période de la dictature suspend l'activité associative qui reprend en 1995 avec quelques anciens membres de l'association dont il fait partie. C'est également à cette époque qu'il commence à s'intéresser aux nouvelles technologies, il effectue des monitorats informatiques en dehors du *Foto-Cine Club*. Début 2006, en situation de handicap suite à un accident, il est contraint de prendre sa retraite anticipée. Il fait alors l'expérience de multiples déboires avec les administrations et les assurances quand il rencontre (la même année) le Président d'ADECOVAL lors d'une conférence à ce sujet. Il décide alors d'adhérer et d'agir au sein d'ADECOVAL pour mettre à profit son expérience auprès d'autres usagers s'estimant lésés. Au sein d'ADECOVAL il intervient en cas de litige avec une administration ou une assurance, initie les acteurs associatifs à l'informatique et met à disposition de l'association son réseau professionnel de journalistes lorsque l'association a besoin de médiatiser un événement.

Le Secrétaire (membre du bureau) de l'association locale UFC-QC Metz

Étudiant dans les années 1970, il est Vice-Président de la Fédération nationale des étudiants en sciences. Sa sensibilité militante le conduit, par la suite, à se syndiquer en tant que professionnel sans prendre de mandat. Parallèlement, il participe à d'autres associations de sciences. C'est avant sa retraite qu'il décide de s'engager au sein

d’UFC-QC, attiré par l’aura médiatique de l’association. Au sein de l’association, ses activités sont de deux ordres. D’une part, il accueille et conseille les consommateurs sollicitant l’association pour résoudre leurs litiges. D’autre part, en tant que Secrétaire de l’association il rédige les comptes rendus et établit les ordres du jour des réunions de CA. Soucieux de l’évolution de l’association et de son développement, il mène une bataille interne afin de modifier le fonctionnement de celle-ci qu’il qualifie de paternaliste.

Un bénévole de l’association locale UFC-QC Thionville, conseiller litige et enquêteur

À son retour de la guerre d’Algérie pendant laquelle il effectue son service militaire, il entre dans la sidérurgie en tant que manœuvre. Autodidacte, il se forme sur le terrain et donne des cours de français à des ouvriers étrangers. Quelques années après son entrée à l’usine il devient chef d’un service de 169 ouvriers. Pendant la scolarité de ses enfants, il est Président d'une association de parents d'élèves. En 1977, il devient maire sans étiquette d'une petite commune pendant 24 ans, il est alors Président du syndicat intercommunal des eaux, membre du bureau du préfet à la commission départementale pour l'intercommunalité et membre de la commission départementale pour la Direction générale de l'équipement. Il cesse toute activité en 2001 afin de s'occuper de ses petits-enfants. En 2007, suite à la lecture d'un article paru dans la presse locale faisant état d'un besoin de bénévoles au sein de l'association, il rejoint l'UFC-QC. Au sein de l'association, il est à la fois enquêteur de manière ponctuelle et tient une permanence une après-midi par semaine en tant que conseiller-litige.

La responsable « consommation » de l’union locale CLCV Uckange

Elle arrête ses études après l’obtention de son certificat d’étude à 14 ans, elle se marie quelques années plus tard à un ouvrier sidérurgiste et élève ses enfants. Le début des années 1980 est une époque rythmée par les grèves et les manifestations contre la fermeture de la sidérurgie qui lui avait permis de rencontrer et de se lier d’amitié avec les militants de la CSCV. Ainsi, en 1984, elle décide de s’investir dans la lutte lorsque

l'usine, fermant ses portes, vend son patrimoine immobilier et, notamment, les logements dans lesquels sa famille, comme beaucoup d'autres, vivaient. La CFDT et la CSCV se mobilisent alors pour veiller à ce que la vente ne soit pas défavorable aux ouvriers. Aussi, dans ce but précis, elle prend part à la création d'une association affiliée à la CSCV dont elle est élue Présidente. C'est ainsi qu'en 1984, elle rejoint la CSCV et en devient militante et tient les permanences consommation avec l'ancienne responsable, elle apprend sur le tas et en sa compagnie à traiter les dossiers. Quand en 1991, l'ancienne responsable consommation décède, elle reprend la responsabilité des permanences consommation. Sa fibre militante « de gauche » et son engagement associatif motivent les sollicitations de la part des militants du Parti socialiste afin qu'elle se présente sur leur liste, ce qu'elle accepte. Elle devient ainsi conseillère municipale. Se définissant principalement comme militante associative, elle décide pourtant de s'encarter au PS afin de mieux cerner les enjeux politiques autour de son mandat. Au sein de la CLCV Uckange, elle tient les permanences quatre demi-journées par semaine et propose des initiatives portant sur la consommation (ateliers, conférences, animations).

1.2. Le syndicalisme

Le syndicalisme constitue une importante porte d'entrée ouvrant sur l'engagement au sein d'associations de consommateurs. Jean-Yves Trépos parlait en 1982 de « *filière de recrutement familiale* » qui se vérifie encore aujourd'hui[373]. Comme le montrent les récits biographiques ci-dessous, le syndicalisme comme prime expérience d'engagement est souvent le fait des dirigeants associatifs de ces organisations de consommateurs puisque sur sept des enquêtés ayant milité au sein

[373] TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctorat de Sociologie, Université de Lille, 1982, pp.262-266.

d'une organisation syndicale, cinq sont membres du bureau de l'association dans laquelle ils agissent.

Le Président d'ADECOVAL

Enfant, il accompagnait son père, facteur, dans ses tournées avant de se rendre à l'école les après-midis. Il quitte l'école à 13 ans après son certificat d'études générales basiques (équivalent du Brevet des collèges français), pour travailler au courrier central où il était déjà connu de tous. Il se marie à 19 ans et a cinq enfants. Il se syndique à l'âge de trente ans suite au durcissement des conditions de travail au courrier central dû à un changement dans l'organisation de travail. Très rapidement, il est élu délégué du personnel et est amené à multiplier les allers/retours à Santiago pour des réunions syndicales. Il suspend son activité militante en 1973, pendant toute la durée de la dictature afin de protéger sa famille. Il n'a pas été poursuivi pour son passé syndical mais son fils, militant aux Jeunesses chrétiennes-démocrates, lui, est assassiné par la junte en 1977. Lors de la chute du régime militaire, un ami travaillant au Sernac l'appelle afin de monter un projet collectif, c'est de cette manière qu'ADECOVAL est créé en 1992. Parallèlement, il devient représentant de quartier. Il fait appel alors à tous ses contacts syndicalistes et amicaux dans le but de créer une nouvelle dynamique associative autour des questions consuméristes. Quelques années plus tard il devient Vice-Président de CUPEMCHI où il s'investit tout autant qu'au sein d'ADECOVAL. Au sein d'ADECOVAL, il anime le bureau, impulse une dynamique au sein de l'association, notamment en téléphonant personnellement à chaque adhérent lorsqu'une action est envisagée, il représente l'association devant les médias et les diverses associations.

Un bénévole d'ADECOVAL, spécialiste des constructions et des promoteurs immobiliers

Originaire de Concepción, il arrête le lycée alors âgé de 16 ans, en 1970, pour devenir ouvrier dans le bâtiment aux côtés de son père et de ses trois frères tous quatre syndicalistes au sein de la CUT. En 1973, deux de ses trois frères sont portés disparus,

son père quant à lui est assassiné par la junte. Cela marque la vie de ce jeune ouvrier qui s'emmure alors dans le silence et emménage à Valparaíso où il rencontre son épouse. C'est à la fin du régime dictatorial qu'il se syndique à la CUT, il devient rapidement délégué du personnel et participe à divers collectifs pour la reconnaissance des crimes de la dictature, pour le jugement et la révocation des dirigeants de l'armée. C'est à une assemblée de la CUT qu'il rencontre le Président d'ADECOVAL, qui le sollicite pour prendre part à l'association. C'est ainsi qu'il adhère et devient bénévole au sein de l'association où il conseille les adhérents rencontrant des problèmes avec des promoteurs immobiliers et anime des ateliers sur les normes de construction parasismique.

Le Président de l'Union locale CLCV Uckange

Après l'obtention de son Baccalauréat il s'oriente vers un BTS en fabrication mécanique qu'il quitte avant le passage de l'examen pour entrer à l'usine à Villerupt. Il revient en Moselle et emménage à Uckange. Il adhère dès 1973 à la CFDT et prend son premier mandat de délégué du personnel en 1981, il devient par la suite secrétaire du comité d'entreprise. Au sein de la CFDT, il s'engage en tant que secrétaire de section puis Président du comité européen. Il participe alors à toutes les luttes contre la fermeture de la sidérurgie et des mines. Cependant, n'envisageant pas enfermer son action militante dans les murs de l'usine, il décide d'adhérer à la CSCV en 1980 et d'y militer au sein de l'Union départementale. C'est en 1994, qu'il prend le mandat de Président de l'Union locale de la CLCV Uckange. Au sein de l'association locale, il gère les demandes de subventions ainsi que les litiges liées à la consommation et co-anime le bureau et le CA.

La Vice-Présidente de l'Union locale CLCV Uckange

Après l'obtention d'un Bac +2, elle s'oriente vers le métier de professeur des écoles qu'elle exerce pendant trente-cinq ans (jusqu'à sa retraite) à Uckange et, plus précisément, à l'école située dans le quartier où est implantée la CLCV. Autant dire qu'avec des générations d'élèves passés dans sa classe, et des générations de parents

d’élèves l’ayant rencontrée, elle fait partie des figures charismatiques du quartier. Dès le début de sa carrière professionnelle, elle se syndique et devient militante syndicaliste. Elle participe dès la fin des années soixante-dix aux manifestations contre la fermeture des hauts fourneaux et des mines. C’est dans cette même période qu’elle commence à militer au sein de la CSCV (1979) et participe aux diverses actions d’auto-réductions, de blocages de magasins et manifestations pour le droit au logement. Elle considère son engagement au sein de la CLCV comme une continuité logique du syndicalisme hors champ du travail. Elle prend le mandat de trésorière et anime les permanences juridiques. Des conflits et des divergences de conception de l’action associative avec l’ancien Président de l’association l’amènent à prendre ses distances et cesser son activité. C’est quand le « nouveau » Président (les guillemets sont présents pour relativiser la nouveauté du mandat car le Président est élu depuis 1993) est mandaté qu’elle décide de s’investir à nouveau, ayant des affinités personnelles avec ce dernier. Outre son mandat de Vice-Présidente et notamment depuis son départ en retraite, elle assure le soutien scolaire en fin d’après-midi et pendant les vacances scolaires.

Une bénévole de la CLCV Uckange, déléguée de quartier

Après un CAP d'employée technique de collectivité, elle entre à l'école d'aide-soignante qu'elle arrête au bout d'un an pour des raisons familiales. C'est ainsi qu'elle commence à travailler au sein de Daewoo en tant que contrôleuse qualité. Lorsque Daewoo a déposé le bilan elle était déléguée syndicale à la CFTC. C'est à cette occasion qu'elle s'est illustrée dans les luttes sociales pour l'indemnisation des salariés licenciés comme une interlocutrice privilégiée des élus tant sur le plan local que national. Embauchée par la suite dans la sidérurgie en intérim, ses missions s'arrêtent au bout de six ans d'activités intérimaires, l'usine ne faisant plus appel à ce type de main d'oeuvre lors de la crise financière de 2008. Étant connue dans son quartier pour prêter une aide à ses voisins pour régler les problèmes administratifs, elle décide alors de s'orienter vers une structure du travail social en tant qu'agent d'accueil et compte entamer une formation d'auxiliaire de vie sociale. En 2006, elle découvre la CLCV par le biais du service d'aide aux devoirs et s'engage alors en tant que déléguée de quartier et bénévole au sein de la CLCV spécifiquement sur les problèmes liés au logement. Elle est une

figure charismatique de son quartier, sa notoriété locale est considérée comme un atout de développement au sein de la CLCV Uckange.

Le Vice-Président de l'UFC-QC Thionville

Vice-Président de l'UFC-QC à Thionville, ce cheminot retraité quitte l'école à 18 ans, avant le passage du baccalauréat, pour devenir conducteur de train au sein de la SNCF. Au milieu de sa carrière, il décide de se syndiquer à la CFDT sans prendre de mandat. Jugeant le syndicalisme au sein de la CFDT trop politisé, il décide de se tourner vers un syndicat autonome prenant les mandats de Délégué du personnel au CHSCT, au Comité d'entreprise. Il est également musicien au sein de l'Harmonie des Sapeurs-pompiers de Thionville dont il participe à la vie associative en s'exprimant lors des réunions de celles-ci. Sportif, il joue au tennis dans un club dans lequel il occupe les postes de secrétaire, puis celui de trésorier. Lecteur d'une revue de consommation, c'est en prenant sa retraite à 50 ans qu'il décide d'adhérer à l'UFC et devient bénévole. Conseiller litige au départ, il suit régulièrement les formations du CTRC. En accord avec les changements organisationnels proposés par le Président actuel, il se présente à l'élection en même temps que ce dernier et prend ainsi le mandat de Vice-Président. Depuis ce mandat, les conseils en cas de litiges se font plus rare, la gestion de la trésorerie et des tâches administratives ainsi que le magazine local prenant une part plus importante dans son temps de bénévolat.

Le Président d'ASSECO-CFDT MOSELLE

Après un CAP pâtisserie, il enchaîne des petits contrats dans l'animation, la création et la représentation. Il commence à travailler dans l'industrie métallurgique en 1991 et se syndique à la CFDT en 1996 après un passage furtif à FO par tradition familiale (son père militait à FO). Il est élu la même année délégué du personnel, l'année suivante délégué syndical puis secrétaire adjoint de l'union locale en 1998, en 2000 il devient membre du Conseil régional de Lorraine de la CFDT et en 2001 il est élu Secrétaire général de la CFDT Sud Mosellan. Il a également été détaché à mi-temps pendant quatre ans au sein de la CFDT en tant que coordinateur RTT (Réduction du

temps de travail) pour l'Est et le Sud de la Moselle et est devenu entre-temps Président d'ASSECO-CFDT Moselle. S'épanouissant plus au sein du syndicat qu'au travail, il a trouvé dans le syndicalisme une source d'émancipation de sa condition de travailleur de l'industrie. Il tente alors de « sortir de la métallurgie » et de s'orienter, suite à un bilan de compétences en 2005, vers un poste de chargé de mission au développement du territoire dans une collectivité. Il passe alors son baccalauréat, âgé alors de 39 ans, puis obtient deux ans plus tard, un Bac + 2 en « développement territorial ». Ne trouvant pas de poste dans ce domaine, il abandonne cette orientation. Il se présente aux élections municipales sur une liste « apolitique » et cantonale à Phalsbourg sur une liste « indépendante » et n'obtient pas de mandat. Au moment de l'entretien, il passait un Brevet de technicien supérieur de conseiller en économie sociale et familiale, qu'il a choisi notamment du fait de ses compétences dans le domaine de la consommation acquises au sein d'ASSECO-CFDT. En tant que Président, il anime le bureau et le CA, s'occupe de la communication de l'association, valide le plan de formation des bénévoles et des conventions passées avec les institutions environnantes.

1.3. La voie confessionnelle

L'attachement à une pratique religieuse et « *le refus de l'idée selon laquelle l'appartenance religieuse relèverait seulement de la vie privée* »[374] amènent des acteurs à s'engager au sein d'associations[375]. Il est à noter que les trois enquêtés dont les premiers engagements ont été motivés par une appartenance religieuse sont tous dirigeants associatifs.

[374] BELOUET E., MORLET J., « L'action catholique et la transformation des modèles d'implication dans l'espace public », in BRÉCHON P., DURIEZ B, ION J. (dir.), *Religion et action dans l'espace public*, Paris, L'Harmattan, « Logiques politiques », 2000, p.45.

[375] Sandrine Nicourd a montré, en s'appuyant sur une enquête de l'INSEE, que la pratique régulière, occasionnelle et le sentiment d'appartenance religieuse sont des facteurs favorables à l'engagement, notamment associatif. NICOURD S., « Qui s'engage aujourd'hui ?. Regards sociologiques sur la participation. », *Informations sociales*, n°145, 2008/1, pp.110-111. Enquête « Histoire de vie-Construction des identités », *INSEE*, 2003.

Le Président de la Fédération mosellane de Familles de France

Après l'obtention d'un Diplôme universitaire de technologie en mesure physique, il entre dans l'industrie en tant que technicien. Bien qu'il ait effectué toute sa carrière professionnelle au sein du même groupe, celle-ci a néanmoins connu une évolution ascendante puisqu'il obtient un grade d'ingénieur par formation professionnelle interne et qu'elle finit par un poste de manager de trois sites de la société. C'est lors du mariage d'une amie d'enfance que son épouse (qui est actuellement secrétaire adjointe de la fédération mosellane de Familles de France et Présidente de Familles Lorraines entre autres) et lui font la connaissance d'un prêtre. Cette rencontre signe le début de l'engagement dans la vie associative pour le couple. Étant passionné par la création de crèches, l'actuel Président de la fédération, accepte de réaliser une crèche pour la paroisse. C'est ainsi que, fortement sollicité par le prêtre qui voulait rajeunir l'association, il s'engage dans une association dont l'objet était l'animation culturelle de la paroisse. Il y organise des événements divers tels que des kermesses et des scènes de rue. Quelques années plus tard, il en devient Président. Cette expérience l'amène très rapidement à connaître Familles Lorraines où il s'engage en tant que bénévole et par ricochet, Familles de France où il devient Président de la Fédération mosellane en 1992. Ainsi, il représente Familles de France en Moselle, conçoit et conduit des projets associatifs.

La Secrétaire ajointe au sein de la Fédération mosellane de Familles de France

Bien que se destinant aux métiers du travail social, elle est poussée par ses parents à mener des études scientifiques pour lesquelles elle n'avait que peu d'intérêt et était en situation d'échec. Elle arrête ses études avant le baccalauréat et commence à travailler dans le domaine de la photographie jusqu'à ce qu'elle interrompe sa carrière professionnelle pour élever ses enfants. Sa trajectoire associative commence lorsqu'elle rencontre un prêtre avec son mari (Président de la fédération mosellane de Familles de France) qui les invite à participer à la vie d'une association qui a pour vocation l'animation de la vie culturelle de la paroisse. Très rapidement, elle s'engage au sein de Familles lorraines et en devient la Présidente en 1987. Son militantisme familialiste

reconnu localement l'amène à prendre la Présidence du CA de la Caisse d'allocations familiales, puis de l'Association mosellane d'aide aux personnes âgées et handicapées (AMAPA). La présidence de l'AMAPA, jalonnée par des conflits faisant suite à divers scandales financiers qui ont conduit au renouvellement de tout le CA, a laissé des marques dans son parcours associatif. Elle investit 20% de son temps à son mandat de Présidente de Familles Lorraines et 80% au sein de la Fédération où elle prend en charge le bureau et supervise les salariés.

Le Président de la Fédération mosellane des association locales CLCV

Après un BEP tertiaire d'agent administratif, il travaille en tant qu'employé de bureau chez un grossiste en matériau électrique à Stiring-Wendel. Il quitte l'entreprise au bout d'un an, il est alors embauché au sein d'un collège en gestion municipale à Farébersviller dans lequel il reste jusqu'à la nationalisation du collège, un agent titulaire de la fonction publique étant placé à son poste. Ensuite, il intègre le collège de Stiring-Wendel en tant qu'auxiliaire de bureau et passe, au bout d'un an de service, le concours de catégorie C de la fonction publique afin d'être titularisé. En 1982, il demande sa mutation pour le Lycée d'enseignement professionnel des industries extractives dans lequel il est resté vingt ans. Vingt ans pendant lesquels, il passe le concours de catégorie B de la fonction publique et devient secrétaire, puis secrétaire en chef. Il demande sa mutation en 2002 à l'Inspection académique et emménage à Metz. Sa trajectoire associative débute alors qu'il est âgé de 17 ans au sein de la Jeunesse ouvrière chrétienne (JOC). Au bout d'un an, il devient responsable local et intègre l'équipe fédérale et organise réunions et congrès. Après son mariage en 1977, il quitte la JOC pour rejoindre l'Action catholique ouvrière pendant quelques années. Dans cette même période, il exerce un mandat au sein du SGEN-CFDT et rencontre la CSCV dans laquelle il décide de s'investir. Très vite, il laisse ses mandats syndicaux tout en restant syndiqué, en faveur de son activité associative au sein de la CSCV. Fort des réseaux construits au sein de la JOC, de l'ACO et de la CFDT, il n'hésite pas à les mobiliser en faveur de la CSCV et devient Président de l'association locale de Forbach. Depuis son arrivée à Metz, il agit essentiellement au sein du bureau départemental en tant que

Président de l'UD, l'association locale de Metz étant en conflit avec l'Union départementale, il choisit de rester adhérent de l'association à Forbach.

1.4. Les partis politiques

L'affiliation à un parti politique comme prime engagement des acteurs associatifs interviewés est tout aussi rare que la voie confessionnelle. En effet, seuls trois enquêtés ont démarré leur trajectoire d'acteurs engagés en adhérant à un parti politique. Nous notons là encore la prédominance parmi ces derniers des dirigeants associatifs (2/3 enquêtés).

Le Vice-Président d'ADECOVAL

Après le lycée, il commence à travailler au sein de la municipalité d'abord au service des archives pendant une dizaine d'années puis, au service d'état civil où il reste jusqu'à son départ en retraite. Bien qu'il ait été encarté au parti Démocrate-Chrétien avant la dictature ce n'est qu'à la chute de Pinochet qu'il y milite réellement, il a été un temps représentant communal de la *Democracía Cristiana* et Président de conseil de son quartier. Lorsque le Président d'ADECOVAL fait appel à lui pour fonder l'association de consommateurs, ce dernier accepte sans hésitation, sensibilisé notamment aux problèmes sanitaires causés par la viande aux hormones. Parallèlement, il devient Président de CUPEMCHI où il développe plusieurs projets visant à faire valoir les droits aux retraités et pensionnaires, notamment ceux des exilés politiques ayant travaillé au Chili avant et pendant la dictature. Au sein d'ADECOVAL, il co-anime le bureau, remplaçant le Président en cas d'absence, il rédige les projets associatifs présentés en vue des financements coordonne, les bénévoles s'occupant de litiges.

Une bénévole occasionnelle d'ADECOVAL, conseillère des usagers des administrations

Après un diplôme de travailleur social en 1994, elle est embauchée en tant que travailleuse sociale dans une association paroissiale s'occupant d'enfants orphelins. En 2004, elle adhère au Parti socialiste et commence à y militer l'année suivante pendant la campagne présidentielle victorieuse qui amène à la présidence de la République chilienne Michelle Bachelet Jeria (2006-2010). En 2005, elle s'engage au sein d'ADECOVAL mue par la volonté de défendre les usagers lésés par les administrations refusant de verser des droits aux adhérents.

Le Président d'INDECOSA-CGT Metz

Il commence à militer au sein de la Ligue communiste (ancêtre de la Ligue communiste révolutionnaire devenue Nouveau parti anticapitaliste en 2007) alors qu'il était au lycée motivé alors par un enseignant, peu de temps après les luttes de 1968 et marqué par son histoire familiale. Après un baccalauréat A4 (Littéraire), il débute ses études en Sociologie, dans un contexte mouvementé socialement (dans les années 1970), plus investi dans les assemblées générales que dans ses études, il redouble sa première année puis arrête ses études. Il travaille alors pendant deux ans en tant qu'infirmier psychiatrique dans un hôpital psychiatrique, ce qui le motive à reprendre des études. Il obtient un Diplôme d'études supérieures appliquées en psychologie du travail préparé au Conservatoire national des arts et métiers (CNAM) et fait un stage dans un centre psychotechnique régional à l'issu duquel il est engagé en CDD d'un an. Il passe ensuite les concours de contrôleur du trésor public, des douanes, de la concurrence et la consommation qu'il a obtenu. Il entre alors dans l'administration en 1984 au sein du service contentieux et demande un congé paternité lors de la naissance de sa fille, événement marquant dans sa trajectoire et atypique pour l'époque (puisqu'atypique encore aujourd'hui) qui souligne une volonté de mettre en pratique ce qu'il défendait en théorie au sein de la Ligue communiste. Il fait ensuite une formation à Paris et est nommé contrôleur à Metz. Plus tard, il passe le concours de contrôleur principal, puis celui d'inspecteur. Pendant ses études au CNAM, ce dernier prend ses distances par rapport à la Ligue communiste tout en en restant idéologiquement proche,

il milite avec moins d'intensité. C'est lorsqu'il entre dans l'administration en 1984, qu'il se syndique à la CFDT parce qu'il s'agissait du syndicat majoritaire. Il y milite jusqu'en 2003, suite au mouvement de défense des retraites où, comme beaucoup d'autres syndicalistes en désaccord avec la direction de la centrale syndicale et de surcroît avec la direction de la CFDT Finances, il choisit la « défection », pour reprendre le concept d'Albert O. Hirschman[376]. Il rejoint donc Sud pendant un an dont l'organisation ne lui convient pas. C'est ainsi qu'il se syndique à la CGT en 2005 comme syndicaliste de base. Il est rapidement élu au sein de la Commission exécutive puis au Secrétariat national de la CGT-CCRF (concurrence, consommation et répression des fraudes), il devient permanent pendant deux ans. En 2008, il décide de relancer INDECOSA-CGT à Metz qui était en sommeil depuis quelques années. En tant qu'unique membre actif à Metz, il y tient des permanences une demi-journée par semaine et siège, à l'échelle nationale, au CA d'INDECOSA-CGT en tant que militant CGT-CCRF.

1.5. Les luttes sociales

S'engager lors d'un mouvement social, une lutte syndicale, ou sociétale, répondre présent aux appels à manifester sans être encarté est une forme de militantisme qui se généralise si l'on se réfère aux écrits de Jacques Ion (nous reviendrons sur le processus d'affranchissement de l'engagement suggéré par Jacques Ion[377] dans notre Chapitre XIII). Aussi, il n'est pas étonnant de voir si peu d'acteurs dont les engagements initiaux ont été placés sous le signe de l'affranchissement, s'affilier à une organisation de consommateurs.

[376] HIRSCHMAN A.O., *Exit, voice, loyalty. Défection et prise de parole*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, coll. « UBlire », 2011.
[377] ION J., « L'évolution des modes d'engagement dans l'espace public », in BRÉCHON P., DURIEZ B, ION J. (dir.), *Religion et action dans l'espace public*, Paris, L'Harmattan, « Logiques politiques », 2000, pp.199-210.

Un bénévole d'ADECOVAL, conseiller consommation

Bénévole au sein d'ADECOVAL depuis 1998, ce travailleur saisonnier, âgé de 35 ans (en 2007), est le plus jeune militant d'ADECOVAL. Après avoir étudié la Sociologie à la *Universidad de Playa Ancha* pendant quelques années, il quitte l'université suite à son échec aux examens. Il devient travailleur saisonnier : accueil des touristes, vendeur sur les marchés, main d'œuvre dans la restauration, ouvrier agricole. Actif dans tous les mouvements sociaux depuis son entrée à l'université, il participe à toutes les manifestations appelées par les centrales syndicales et se déplace souvent pour soutenir les luttes. Lorsque nous le rencontrons, il est de retour du nord du pays où il est parti soutenir la lutte des mineurs. C'est en travaillant chez un maraîcher qu'ADECOVAL avait contacté pour une commande groupée qu'il rencontre les membres de l'association. Il se solidarise rapidement aux initiatives publiques portées par l'association et adhère à cette dernière tout en devenant bénévole. Il déroge alors à son principe fétiche qui consiste à « agir sans s'encarter ». Très présent dans les locaux, il co-rédige des tracts, apporte un soutien logistique (également à CUPEMCHI) et conseille en binôme les adhérents ayant pris rendez-vous.

Coordinateur salarié de la Fédération mosellane des associations locales CLCV

Après un BEP comptabilité, il entre dans la vie active en tant qu'ouvrier spécialisé dans la sidérurgie, à défaut de trouver un poste en lien avec son diplôme, pendant un an. Après quoi, il obtient un poste d'employé de bureau dans la sidérurgie et passe de la société De Wendel de Knutange à la Sollac de Sérémange. En 1978, la fusion de la Sollac, Sacilor et De Wendel occasionne une réduction du personnel, notamment administratif, il est dirigé vers le service de comptabilité dans lequel il oeuvre pendant un an et demi. Après neuf ans passé à travailler dans la sidérurgie, s'ensuit une nouvelle réduction de personnel, l'entreprise fusionnée oriente une partie du personnel vers la SMAE qui avait besoin de main-d'oeuvre. Il postule donc à la SMAE où il reste trois ans. Parallèlement, il milite au sein de la CLCV (CSCV à cette époque) depuis le début des années 1970 il est alors âgé de 21ans. Au début des années 1980, un poste salarié se crée au sein de la fédération départementale de la CSCV, il postule

voyant en cette candidature une issue à l'ambiance morne régnant au sein de la SMAE et une ouverture vers une activité plus gratifiante. Il obtient le poste de coordinateur de la CLCV Moselle. Gestionnaire de l'union départementale, il est chargé de coordonner les actions des associations locales sur le département et de leur apporter conseil et soutien logistique tant sur leur développement que sur la résolution de litiges. Il gère également les demandes de subventions et répond aux appels à projets des éventuels financeurs.

2. S'engager dans un « *tournant* » de la vie professionnelle et personnelle

L'engagement dans une association de consommateurs peut être le fait d'un « *tournant* »[378] dans la vie professionnelle et personnelle qui offre une disponibilité temporelle plus propice à l'engagement ou qui motive à sortir de l'isolement. Ainsi un départ en retraite, l'arrêt ou la volonté de reprendre une carrière professionnelle ou le décès d'un proche peuvent pousser des personnes à s'engager dans une association.

2.1. Au moment de partir en retraite

Le départ en retraite est une étape importante dans une trajectoire sociale, elle est souvent considérée comme étant l'heure du bilan de sa vie salariée et interroge sur

[378] Andrew Abbott définit un tournant comme étant « Des changements courts, ayant des conséquences, qui réorientent un processus. Le concept est inévitablement narratif, puisqu'un tournant ne peut être conçu sans que l'on puisse établir une nouvelle réalité ou direction, ce qui implique au moins deux observations séparées dans le temps. Tous les changements soudains ne sont pas des tournants, seulement ceux qui débouchent sur une période caractérisée par un nouveau régime » ABBOTT A., *Time matters. On theory and method,* Chicago, The University of Chicago Press, 2001, p.258 cité par GROSSETTI M., « L'imprévisibilité dans les parcours sociaux », *Cahiers internationaux de sociologie*, n°120, 1/2006, p.13.

l'occupation du temps libéré du travail[379]. Aussi, s'engager au sein d'une association après un départ en retraite sous-tend une volonté de « transformer les rapports interpersonnels; découvrir de nouveaux rôles sociaux en dehors des activités marchandes; ne pas être pris dans un échange inégal »[380].

Un bénévole d'UFC-QC Metz, accueil des adhérents

Issu d'une famille modeste, il entre dans la gendarmerie à l'âge de 22 ans, se marie à 24 ans et est mobilisé pour la guerre en Indochine la même année. Quelque temps après son retour il est affecté à la Direction régionale de la gendarmerie où il poursuit sa carrière jusqu'à son départ à la retraite à 53 ans. Une fois en retraite de la gendarmerie, il décide de s'investir dans une activité salariée au sein du service de ressources humaines d'une société automobile pendant dix ans. Son départ en retraite signe également le début de sa trajectoire bénévole. En effet, il est élu Vice-Président départemental de l'association des retraités de la gendarmerie. Une fois son activité salariée quittée, il s'engage en tant que bénévole au Secours populaire pendant quatre ans. À la suite de quoi, il est mis en contact avec l'UFC-QC par le centre du volontariat. Au sein d'UFC-QC, depuis 1996, son activité principale réside en l'accueil des adhérents et des personnes sollicitant l'association pour résoudre leurs litiges.

Le Président d'UFC-QC Thionville

A 15 ans, il arrête ses études pour entrer dans la vie active en enchaînant les « petits boulots » passant d'apprenti laborantin à garçon de restaurant. Il se marie à 21 ans, puis effectue son service militaire dans la marine, volontaire pour embarquer dans un sous-marin. Une fois son service achevé, il travaille à l'usine dans un grand groupe de construction de travaux publics et d'ouvrages. À ce moment-là, il décide de s'orienter vers une carrière de commercial qu'il construit au sein du groupe Danone. Au bout de dix ans, il quitte l'entreprise pour prendre un poste de chef de secteur dans une

[379] MICHAUDON H, .« L'engagement associatif après 60 ans *», INSEE première,* 737, septembre 2000 ; REIMAT A., « Production associative et bénévolat informel : quelle signification économique pour les activités de production des retraités ? », *INNOVATIONS*, n°15, 2002/1, pp.73-98.
[380] GUILLEMARD A.-M., « De la retraite mort sociale à la retraite solidaire », *Gérontologie et société*, n° 102, 3/2002, pp. 53-66.

société britannique. Poste qu'il occupe pendant cinq ans. Après quoi, il rejoint une compagnie de navigation mixte qui a pour marque commerciale Saupiquet. Il y entre en tant que chef de secteur puis évolue dans la société et finit sa carrière en tant que Directeur régional d'enseigne commercial. Il prend sa retraite en 2005 dans le cadre des retraites anticipées des carrières longues. Quatre mois après son départ en retraite, il souhaite trouver une activité et décide de rejoindre l'UFC en tant que bénévole. Il démarre son activité associative en tant que conseiller litige. Puis, jugeant le fonctionnement de l'association archaïque, il décide de se positionner afin de modifier l'organisation de l'association. Il remplace officieusement la trésorière lorsque cette dernière quitte son mandat ; quelques mois plus tard il se présente au mandat de trésorier devant le Conseil d'administration alors que le Président de l'association laisse son mandat. C'est alors qu'il décide de se présenter comme Président et il est élu. Depuis le début de son mandat, il a opéré de profonds changements dans l'organisation de travail : modification des horaires, répartition des tâches, changements de locaux, communications externes (publications locales, passage radio) et interne (relations avec la fédération).

2.2. Discontinuités des trajectoires professionnelles

Bénédicte Havard-Duclos et Sandrine Nicourd ont montré que « *les expériences associatives sont pour certains militants des moyens de résoudre les contradictions de leur histoire sociale en leur permettant de construire des continuités et de la cohérence là où il pourrait y avoir discontinuités et dissonances* »[381]. Aussi, nous remarquons que les enquêtés ayant vécu cette discontinuité sont toutes des femmes ayant suspendu leur carrière professionnelle pour élever leurs enfants (comme relaté dans les deux premiers récits de vie ci-dessous) ou frappée par le chômage de longue durée (troisième récit de vie ci-dessous). Nous aurions pu également ajouter le récit biographique de la Secrétaire adjointe de la Fédération mosellane Familles de France ayant aussi arrêté sa carrière professionnelle à la naissance de ses enfants et qui, au sein de son travail associatif,

[381] HAVARD-DUCLOS B., NICOURD S., *Pourquoi s'engager ? Bénévoles et militants dans les associations de solidarité*, Paris, Payot, 2005, p.75.

parvient à compenser la frustration de ne pas avoir pu, sous la pression familiale, s'orienter vers un métier du secteur social.

La Trésorière d'ADECOVAL

Après un diplôme d'assistante comptable passé dans un Institut de formation commerciale, elle est embauchée en tant qu'assistante comptable dans une entreprise qu'elle quitte au bout de deux ans pour élever ses six enfants. Elle se lance alors dans la création artisanale de bijoux, confectionnés à domicile puis vendus sur les marchés. Une fois son sixième enfant entré à l'école en 1991, elle cherche à nouveau un travail salarié en tant qu'assistante comptable tout en continuant ses créations et ventes de bijoux. Elle fait alors face aux difficultés inhérentes d'une recherche d'emploi dans une branche après une cessation de travail dans cette même branche. En 1992, alors qu'elle est toujours à la recherche d'un emploi, elle lit un article de presse relatant la création d'ADECOVAL. Elle prend contact avec son Président et, après discussion sur les objectifs de cette nouvelle association, elle adhère et en devient bénévole. Elle met alors ses compétences au service de l'association en venant en appui au Trésorier. Quelques mois plus tard, CUPEMCHI crée un poste de secrétaire à mi-temps, le Président de CUPEMCHI qui est Vice-Président d'ADECOVAL lui propose alors le poste qu'elle accepte. En 2006, elle prend le mandat de Trésorière de l'association qu'elle tenait de manière informelle depuis 2005. Au sein d'ADECOVAL, elle gère les comptes et co-rédige le bilan annuel, au printemps et en été elle gère les contacts avec les maraîchers locaux pour les achats groupés des adhérents d'ADECOVAL et prend également part aux activités de conseils.

La secrétaire administrative salariée de l'union locale CLCV Uckange

À la fois salariée et bénévole militante au sein de la CLCV Uckange, son poste salarié est celui de secrétaire tandis qu'elle exerce un mandat de trésorière au bureau de l'association. Après un CAP, BEP en vente, elle travaille en tant que vendeuse pendant quelques années jusqu'à la naissance de son premier enfant. Elle arrête son activité salariale afin d'élever ses enfants, ce qui lui donne l'occasion de remettre en question sa

vie professionnelle, la vente n'étant plus source d'épanouissement. Elle se tourne alors, en 1999, vers la CLCV de Yutz pour faire de l'accompagnement scolaire bénévolement. En 2005, un poste de secrétaire se crée au sein de la CLCV d'Uckange, elle y postule et obtient le poste. Depuis lors elle est à la fois salariée, adhérente et bénévole de l'association. Sans transitions, ses journées sont rythmées par l'accueil des personnes sollicitant l'association, les tâches administratives, les conseils en cas de litiges liés à la consommation et son mandat de trésorière.

La secrétaire administrative salariée de l'UFC-QC Thionville

Actuellement salariée au sein de l'UFC-QC Thionville, son poste est celui de secrétaire au sein de l'association. Après l'obtention d'un Bac G comptabilité, elle entre dans la vie active et occupe divers postes : secrétariat, service courrier, accueil standard au sein de la mairie de Strasbourg, assistante comptable dans un cabinet d'expert comptable. S'ensuit une période sans emploi pendant laquelle elle s'isole et se replie sur elle-même. C'est une voisine qui, l'informe d'une annonce d'UFC-QC parue dans la presse locale et faisant appel à des volontaires souhaitant devenir bénévoles. Intéressée par l'annonce, connaissant l'association par le biais des spots télévisés, elle décide de se présenter à l'association. Suite à un entretien dans lequel elle fait état de ses compétences, elle s'engage au sein de l'association en tant que secrétaire administrative bénévole. Quelques mois plus tard, l'association ouvre un poste de secrétaire en CAE, auquel elle postule. Une fois embauchée comme secrétaire salariée au sein de l'association, elle gère le courrier, la boîte mail, répond aux appels téléphoniques, renseigne les interlocuteurs, accueille les adhérents ou les personnes sollicitant l'association pour un litige et effectue de manière plus ponctuelle des enquêtes pour l'association.

2.3. Faire face à un deuil

Le récit biographique qui suit montre comment l'engagement associatif, parce qu'il est créateur de lien social, permet de rompre avec l'isolement social.

Une bénévole d'ADECOVAL, secrétaire administrative

Après le lycée elle est directement embauchée au sein de la municipalité où elle passe par plusieurs services dans lesquels elle effectue un travail administratif, elle y rencontre le Vice-Président de l'association et y fera toute sa carrière jusqu'à la retraite. Lors du décès de son mari en 2001, elle tend à s'isoler, le Vice-Président d'ADECOVAL lui propose alors de participer à la vie de l'association. Après quelques mois de réflexion elle adhère à l'association et en devient bénévole. Au sein de l'association, elle rédige les correspondances entre l'association et le Sernac (en dehors des projets de financement) ainsi que les lettres aux professionnels impliqués dans des litiges avec des adhérents de l'association.

3. Une dimension affinitaire de l'engagement

L'engagement associatif peut également être le fait de logiques affinitaires. Les liens d'amitié entre acteurs associatifs préexistants à l'engagement dans l'association ne sont pas rares. Ici, bien qu'en réalité les logiques affinitaires soient une des clefs d'entrée dans les associations de défense des consommateurs pour plusieurs acteurs associatifs, nous ne retenons ici que les trajectoires de trois enquêtés. Il nous faut souligner que pour les besoins de cette typologie des carrières nous avons privilégié les aspects les plus marquants des trajectoires sociales conduisant à l'engagement dans une association de consommateurs. Mais force est de constater que pour pas moins de six trajectoires repérées antérieurement, une certaine logique affinitaire a aussi conduit à l'engagement dans une organisation de défense des consommateurs. En effet, le bénévole d'ADECOVAL, conseiller litige « apprenti » qui vient du monde associatif est arrivé au sein de l'association parce qu'un de ses anciens collègues (le bénévole d'ADECOVAL, conseiller des usagers des administrations et des assurances) l'a sollicité en ce sens tout comme la bénévole d'ADECOVAL, secrétaire administrative est une ancienne collègue du Vice-Président de l'association. La responsable consommation

de la CLCV Uckange s'était liée d'amitié avec l'ancien et l'actuel Président de l'union locale. De même, la Vice-Présidente de la CLCV Uckange est une amie de longue date du Président. Le coordinateur salarié de la CLCV Moselle s'est engagé au sein de la CLCV poussé par ses voisins qui en étaient membres. Et enfin, le Président et la Secrétaire adjointe de la Fédération mosellane Familles de France se sont mariés bien avant de s'être engagés au sein de l'association. Ici, nous déclinerons les trajectoires de deux bénévoles occasionnels d'ADECOVAL ainsi que celle du Président de Participa-AC.

Un bénévole occasionnel d'ADECOVAL, animateur de conférences

Bénévole occasionnel au sein d'ADECOVAL, ce postier retraité est un ami de longue date du Président de l'association. Etant l'aîné d'une fratrie de 9 enfants, il arrête le lycée à 16 ans, à la fin des années 1950, pour subvenir aux besoins de sa famille lors du décès de son père. Il devient postier, rencontre l'actuel Président d'ADECOVAL avec qui il se lie d'amitié. En 1990, il est élu Président de conseil de son quartier où il organise des rencontres festives et culturelles. En 1992, il prend part à la fondation de l'association, sollicité par le Président. Sa présence y est assez limitée car dans la même période il devient Président du *Club adulto mayor renacer con sabidura* qui est une association culturelle de personnes âgées, où il s'investit à plein temps. Au sein d'ADECOVAL, il anime et présente certaines conférences organisées par l'association et est présent à chaque initiative portée par cette dernière.

Bénévole occasionnelle, conseillère des usagers des administrations

Bénévole occasionnelle au sein d'ADECOVAL, cette employée municipale est une ancienne collègue du Vice-Président. Après le lycée, elle est embauchée en tant que secrétaire dans une entreprise relevant du secteur de la communication. Les conditions de travail se durcissant au fil du temps, les horaires de plus en plus tardifs, elle décide au bout de dix ans de quitter cette entreprise saisissant l'opportunité d'un poste se libérant à la municipalité de Valparaíso. Elle travaille dans plusieurs services dont l'Etat civil où elle côtoie le Vice-Président d'ADECOVAL. En 2000, à l'occasion d'une

conférence organisée par ADECOVAL, elle décide d'adhérer à l'association et en devient bénévole quelques années après. Au sein d'ADECOVAL elle conseille les adhérents connaissant des problèmes administratifs.

Le Président de Participa-AC

Président de Participa-AC, cet avocat spécialisé en droit civil, droit de la famille et droit fiscal est un des membres fondateurs de la toute récente association Participa-AC. Diplômé de l'équivalent français d'un Master de Philosophie en 1990, obtenu au sein de la *Universidad Católica*[382] de Valparaíso, il s'oriente vers l'enseignement et devient professeur de Philosophie dans un lycée de la *Corporación Municipal Viña del Mar*[383] pendant près de trois ans. Bien que l'enseignement lui plaise, il décide quitter le lycée, lassé des conditions de travail (salaire peu élevé, public trop jeune). Il opte alors vers une formation en sciences juridiques à la *Universidad del Mar*, à l'issue de laquelle il est nommé avocat et entre dans un cabinet qui devient sien quelques années plus tard lors du départ en retraite de son directeur. En 2004, motivé par les changements de cadres juridiques concernant les associations de défense de consommateurs, il décide de créer une association de consommateurs, avec des amis du voisinage ainsi que des anciens collègues du lycée et de la faculté de droit. Se définissant comme « apolitique », la création de cette association est sa première expérience d'engagement. Au sein de Participa-AC, il reçoit les consommateurs rencontrant des litiges, gère seul (depuis que les autres juristes membres de l'association ont déménagé dans le nord et le sud du Chili) les dossiers de litige et anime le bureau associatif.

Par l'analyse des trajectoires sociales des acteurs associatifs nous pouvons alors comprendre les chemins entrepris les menant à agir au sein d'une association de défense des consommateurs. Nous notons que les motivations à s'engager au sein d'une

[382] Les deux universités les plus prestigieuses au Chili, dont la privatisation de l'enseignement est un héritage de la dictature, sont la *Universidad de Chile* et la *Universidad Católica*.
[383] Il s'agit d'un lycée municipalisé.

association de défense des consommateurs sont multiples. La première semble être une volonté d'*empowerment*[384], de gagner en pouvoir d'agir en tant que consommateur et usager notamment face aux arnaques, aux escroqueries, aux problèmes liés au logement, aux obstacles de l'administration dans l'attribution des droits. Et ce, notamment par l'acquisition de ressources permettant de se défendre (connaissance du droit, du fonctionnement des institutions…) et par l'action collective. Le principe de solidarité constitue une autre motivation tout aussi importante. Qu'il s'agisse de se solidariser d'une initiative porté par un ami, un collègue, un camarade (le caractère affinitaire de l'engagement est apparu à de multiples reprises) ou tout simplement se porter solidaire de consommateurs ne disposant pas des ressources leur permettant d'affronter seuls les « professionnels ». Ce principe de solidarité est fortement lié à la volonté de construire et développer du lien social afin d'éviter, ou de sortir, les individus (tant les adhérents que les acteurs associatifs engagés) de l'isolement social.

Nous focaliser sur les trajectoires sociales nous a permis également de mieux cerner catégories d'acteurs engagés et leurs façons de s'engager. Les carrières militantes et bénévoles se dessinant à travers les trajectoires sociales montrent à quel point l'engagement est constructeur d'identité sociale. Que l'engagement au sein d'une association de défense des consommateurs survienne après une plus ou moins longue carrière ou en tant que prime expérience d'engagement, il a été intéressant de prendre en compte les subjectivités des acteurs quant à la temporalité de leurs engagements. Cela a permis, comme le dit Laurent Willemez de « *comprendre comment l'individu engagé s'inscrit dans son histoire et relie ce passé vécu à son présent et à son futur.* »[385]. Enfin, il nous paraît important de souligner ici la force avec laquelle les trajectoires sociales des acteurs associatifs traversent et sont traversées par des événements historiques marquants tels que le coup d'état, la dictature ainsi que la chute du régime militaire pour les acteurs associatifs *porteños*, et la fermeture de la sidérurgie et des mines en Moselle.

[384] Nous concevons l'*empowerment* à la fois comme le processus d'acquisition d'un pouvoir d'agir en vue de la transformation des rapports sociaux et comme un processus individuel ou collectif d'autonomisation permettant de gagner une plus grande maîtrise de sa propre vie. FORTIN-PELLERIN L., « Contribution théorique des représentations sociales à l'étude de l'empowerment : le cas du mouvements des femmes », *Journal international sur les représentations sociales*, vol. 3, n°1, 2006.

[385] WILLEMEZ L., « *Perseverare Diabolicum* : l'engagement militant à l'épreuve du vieillissement social », *Lien social et politique*, n°51, pp. 71-72.

Chapitre XIII : La participation démocratique interne en question

Nous avons démontré dans notre Partie 2 que les associations de défense des consommateurs forment un contre-pouvoir permettant aux espaces politiques et marchands de revendiquer un certain fonctionnement démocratique et de conquérir des droits pour l'ensemble des consommateurs. Cependant, comme nous l'avons vu dans notre Partie 3, il existe des tensions manifestes entre fonctionnement gestionnaire et fonctionnement démocratique du fait de l'institutionnalisation et de la place prépondérante accordée à la prestation de service dans le répertoire d'action associative, sur laquelle est principalement basé le développement associatif. Aussi, nous souhaitons ici engager notre réflexion sur les effets des modes d'engagement conjugués aux réalités du développement de ces associations sur la participation démocratique au sein de ces dernières.

1. Les faiblesses du développement des associations de défense de consommateurs

Bien que les associations de défense de consommateurs s'appuient sur le nombre d'adhérents pour témoigner de leur développement, nous verrons ici dans un premier temps en quoi cet indicateur nous semble peu pertinent pour mesurer le développement et la dynamique d'une association, puis, dans un second temps nous nous centrerons sur le développement des équipes bénévoles permanentes au sein des associations observées.

1.1. Le nombre d'adhérents est trompeur

Comme nous l'avons vu dans notre Chapitre VII, les associations de défense des consommateurs invoquent souvent la force du nombre pour légitimer leur place au sein des instances de concertation mais aussi pour faire face à un professionnel lors d'un litige. Néanmoins, le nombre d'adhérents ne semble pas être un indicateur pertinent pour mesurer les forces réelles et le dynamisme d'une association. Au mieux, cela peut mesurer la capacité de gestion de litiges d'une association (cf. Chapitres X et XI). En effet, le nombre de bénévoles est très faible proportionnellement au nombre d'adhérents. Or, ce sont eux qui font le dynamisme d'une association puisqu'ils en sont les acteurs.

En outre, le nombre d'adhérents est souvent très variable puisque directement lié à la prestation de service :

> « (…) Vous savez, il y a toujours eu un gros *turn-over* à ce niveau-là. On a des adhérents qui pensent qu'adhérer à une association c'est utile et du coup ils restent longtemps. Et puis il y a les adhérents qui viennent utiliser un service, ils ont besoin qu'on leur écrive un courrier, il a un problème avec une machine à laver, une voiture ou le téléphone et il vient, pour lui le problème est réglé. Il a payé une cotisation annuelle mais il ne revient plus. C'est dommage et c'est un gros problème. Le

problème c'est comment on peut fidéliser nos adhérents. Et ce n'est pas seulement valable à Uckange mais c'est un problème que l'on retrouve dans toutes les CLCV, même au niveau national on a un problème de *turn-over* de nos adhérents qui est de l'ordre de 50% au moins. C'est un vrai problème. Et on a tout essayé : on a fait des relances, du porte à porte, proposé des paiements par prélèvement rien y fait ! (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

Alors que les associations, notamment celles qui ont des salariés, sont contraintes d'anticiper leur budget, ces variations du nombre d'adhérents sont une difficulté supplémentaire (qui s'ajoute aux variations des financements) pour les trésoriers d'association. Ces derniers se voient alors forcés de jongler entre anticipation et spéculation sur les budgets prévisionnels. Pour parer à l'inconstance des adhésions, plusieurs stratégies sont mises en œuvre par les acteurs, telles que les propositions de prélèvements automatiques et les relances directes.

« (…) Là je fais des relances téléphoniques même si c'est pas trop mon truc parce que c'est un peu un côté commercial et moi vendre quelque chose je ne sais pas trop faire. Mais ça s'apprend et j'ai déjà un peu appris à le faire. Parce que beaucoup de gens se disent qu'une fois qu'on a réglé leur problème, il n'y a plus besoin d'adhérer l'année suivante donc c'est une démarche nécessaire. Ce que je leur dis c'est qu'effectivement on a réglé leur problème et que l'année suivante ils adhèrent plus mais si l'année d'après ils ont de nouveau un problème, peut-être que nous on n'aura plus pignon sur rue et on aura fermé la boutique. (…) » (Secrétaire administrative salariée UFC-QC Thionville, ancienne secrétaire bénévole UFC-QC Thionville)

Une majorité des adhérents adoptant une posture d'usager de l'organisation, l'adhésion ne peut être envisagée comme un gage de soutien populaire de l'association sur la base d'une adhésion avec les principes et les valeurs de celle-ci. Ce qui nous renvoie, par analogie, à la réflexion de Daniel Gaxie à propos de l'adhésion à un parti politique : « *Elle suppose tout d'abord que tous les adhérents maîtrisent l'idéologie qui justifie cette cause ou, à tout le moins, qu'ils en articulent sommairement les principaux concepts faisant ainsi preuve d'un niveau élevé de politisation*. »[386].

[386] GAXIE D., « Économie des partis et rétributions du militantisme », *Revue française de science politique*, 27e année, n°1, 1977, p. 126.

1.2. Un renouvellement timide des équipes bénévoles permanentes

Les équipes bénévoles permanentes sont composées des bénévoles permanents (cf. Chapitre XI) qui agissent au sein des associations locales. Après un état des lieux de ces équipes, nous poserons la question du vieillissement de la population bénévole au sein des associations de défense des consommateurs.

1.2.1. État des lieux du renouvellement des équipes

Si presque tous les acteurs associatifs interviewés se sont montrés inquiets quant au renouvellement des forces vives au sein de leur association, force est de constater qu'il existe à ce sujet des disparités importantes en fonction des structures locales. Il convient alors d'interroger les caractéristiques de ces équipes bénévoles, à savoir la manière dont elles se structurent et comment elles se sont développées au fil du temps.

Participa-AC

Si au sein de Participa-AC, les bénévoles (l'unique permanent, comme les bénévoles ponctuels) sont tous des membres fondateurs de l'association, cela tient certainement au caractère affinitaire sur lequel repose la création de l'association. Aussi, le fait qu'il n'y ait qu'un seul bénévole permanent et qu'il n'y ait pas une volonté claire de la part des acteurs de l'association à recruter des bénévoles expliquent que l'association soit constituée des mêmes acteurs qu'à sa création. Il nous faut ici souligner que parmi toutes les associations observées, Participa-AC est une des rares associations à ne pas exprimer la volonté de recruter des bénévoles.

ADECOVAL

Au sein d'ADECOVAL, la plupart des bénévoles permanents sont également des membres fondateurs de l'association, bien qu'au fil des années l'association ait intégré

des bénévoles, souvent occasionnels mais aussi permanents. On constate cependant que parmi les neuf bénévoles permanents d'ADECOVAL, seuls trois se sont engagés au sein de l'association après l'année 2000, la plupart d'entre eux étant présents au sein de l'association depuis plus d'une dizaine d'années. Au sein d'ADECOVAL la stratégie de développement se déroule en deux temps. Le premier consistant à se rendre visible dans l'espace public et le deuxième consistant à interpeller les individus investis dans le monde associatif, syndical et politique rencontrés lors d'actions portées par ADECOVAL. Le développement sur la base de l'affinité interpersonnelle y est également important mais se veut ouvert aux personnes non-connues des microcosmes militants *porteños*.

CLCV Uckange

Au sein de l'union locale d'Uckange de la CLCV, l'équipe permanente est composée de dix bénévoles, dont la secrétaire administrative salariée. Parmi ces derniers, presque tous sont actifs au sein de la CLCV depuis la fin des années 1970 et le début des années 1980, exceptés deux personnes dont la secrétaire salariée arrivée en tant que bénévole en 1999 et une deuxième bénévole arrivée en 2006. La stratégie de recrutement des bénévoles n'est pas clairement définie si ce n'est de proposer aux adhérents qui les sollicitent pour une de leur prestation de service d'agir bénévolement au sein de l'association, c'est ainsi qu'a été recrutée la dernière bénévole permanente en date.

UFC-QC Metz

L'équipe permanente de l'UFC-QC Metz est composée d'une vingtaine de bénévoles. Cette équipe permanente se distingue par son instabilité liée à un mouvement fréquent de départs et d'arrivées de bénévoles ainsi que par le fait que les bénévoles ne se connaissent pas tous entre eux. Afin de maintenir un effectif de conseillers litiges suffisant pour assurer les permanences quotidiennes, la stratégie mise en place consiste principalement en la diffusion d'appels à bénévole dans la presse ainsi qu'au centre du volontariat.

UFC-QC Thionville

Au sein de l'UFC-QC Thionville, l'équipe permanente de bénévoles compte quinze bénévoles. Cette équipe a été récemment renouvelée du fait des changements organisationnels effectués suite à l'élection du nouveau bureau de l'association. Cependant, voyant le nombre d'adhérents et, par ricochet, l'augmentation des litiges à traiter, les dirigeants de l'association sont contraints d'élaborer une stratégie de recrutement de bénévoles par le biais d'annonces dans la presse locale ainsi que dans la revue éditée par l'association locale.

ASSECO-CFDT Moselle

Au sein d'ASSECO-CFDT Moselle, l'équipe de bénévoles permanents est composée de six cédétistes. Cette équipe de syndicalistes qui assure les permanences d'ASSECO-CFDT a été formée à l'appel du Président d'ASSECO, suite à sa nomination par le Bureau départemental de la CFDT (cf. Chapitre X). Le recrutement des bénévoles s'effectue généralement par appel interne à la CFDT, puisque tout bénévole d'ASSECO doit être adhérent de la centrale syndicale.

INDECOSA-CGT Metz

L'association ne fonctionne qu'avec un seul bénévole permanent, suite au redémarrage de la structure qui était alors en sommeil depuis six ans. Aussi, bien que la stratégie de développement d'une équipe ne soit pas encore élaborée, le Président d'INDECOSA-CGT multiplie les prises de contacts parmi les syndicalistes actifs au sein de la CGT Moselle pouvant éventuellement agir au sein d'INDECOSA-CGT.

Familles de France Moselle

S'agissant d'une fédération départementale, il n'est pas étonnant d'y voir un plus faible nombre d'acteurs associatifs bénévoles, il en va de même pour la CLCV Moselle où les bénévoles sont les membres du bureau de l'union départementale. Cependant,

étant donné que c'est précisément à l'échelle départementale que se structure la défense des consommateurs au sein de Familles de France, cela nous oblige à regarder de plus près l'état de leur équipe permanente qui est composée de trois personnes, membres du bureau fédéral. Ces trois bénévoles ont investi l'association au cours des années 1980. Sur les questions propres à la défense des consommateurs, seul le juriste salarié à mi-temps s'y consacre pleinement, bien que des initiatives soient portées par un des directeurs, également salarié, afin de créer des passerelles entre la défense des consommateurs et l'activité principale de l'association : l'animation. Aussi, nous n'avons pas pu observer de réelles stratégies mises en place pour développer cette équipe bénévole autour des problématiques de défense des consommateurs. Il en va de même, de manière générale, pour ce qui est du recrutement des bénévoles, bien que cette question soulève des inquiétudes exprimées par tous les acteurs rencontrés, bénévoles et salariés confondus.

On voit ici combien les liens interpersonnels jouent sur la pérennité d'une équipe bénévole permanente, ou du moins, d'un noyau dur de bénévoles. En effet, plus les liens sont distendus plus il sera aisé pour un bénévole de quitter l'association comme il est venu. *A contrario*, lorsque les acteurs associatifs entretiennent des liens de proximité cela semble stabiliser l'équipe de base.

Les stratégies de recrutement des bénévoles ont aussi des effets sur la durabilité de l'engagement bénévole permanent. Si la diffusion d'une annonce par voie de presse ou d'affichage au centre du volontariat semble être plus efficace, d'un point de vue quantitatif, la sollicitation directe des bénévoles semble générer des engagements plus durables.

Enfin, il est à noter que les changements structurels (organisation du travail, changement des membres du bureau) peuvent également constituer un facteur de renouvellement des forces vives au sein des associations.

1.2.2. Vieillissement de la population bénévole

Il nous paraît important ici d'évoquer la question du vieillissement général des équipes de bénévoles permanents. En effet, les associations de défense de consommateurs comptent parmi leurs forces vives un contingent important de personnes retraitées, ou en âge d'être à la retraite. Les trois extraits d'entretien qui suivent sont significatifs d'une inquiétude exprimée par la plupart des acteurs associatifs rencontrés sur le terrain.

> « (…) Et puis, il n'y a qu'à voir ici les bénévoles sont presque tous des personnes âgées. On est encore trois ou quatre qui sommes là depuis les années 1980-90 et les autres sont un peu plus récents quand même. Il y a des gens qui viennent qui font quelques années et qui partent parce qu'ils déménagent ou qu'ils arrêtent de militer ou le professionnel prend le pas dessus. On a des gens qui sont artistes et quand ils ne sont pas sous contrat on les voit et quand ils sont sous contrat on les voit pas par exemple. (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

> « (…) On a un gros problème ici c'est des gens qui ont un certain âge donc on va pas leur demander d'être là tous les jours. Ça fait un an qu'on discute de comment renouveler les militants en attirant les jeunes. Mais les jeunes c'est pas le secteur d'activité, ils vont plus dans les associations de quartiers, des associations sportives mais pas trop les associations comme la nôtre. (…) » (Juriste salarié de la Fédération Familles de France Moselle, bénévole à l'UFC-QC Metz)

> « (…) Il y a de moins en moins de personnes qui veulent donner de leur temps à une association. Il y a eu un reportage dans le *Républicain lorrain* sur l'association, il y a quinze jours, j'en ai profité pour faire une annonce. Pas un coup de téléphone. Donc je dirais que c'est inquiétant, c'est inquiétant pour la pérennité de l'association. Nos bénévoles se sont bien souvent des personnes qui ont cessé leur activité professionnelle, donc c'est des personnes d'un certain âge. On a des conseillers litiges qui ont 70 ans donc ces gens-là au bout d'un moment vont aspirer à autre chose, à rester chez eux peut-être et ça va nous faire des trous. C'est la société d'aujourd'hui qui veut ça, je pense. Aujourd'hui il y avait un article dans le journal où c'était le Président de la Croix-Rouge qui évoquait le même phénomène. (…) » (Président UFC-QC Thionville, directeur d'enseigne retraité)

Il nous faut souligner ici que les deux premiers extraits d'entretiens renvoient à un contexte de vieillissement de la population bénévole différent du troisième extrait. En effet, au sein de la CLCV Uckange et de Familles de France Moselle, les bénévoles

aujourd'hui retraités, ont commencé à militer au sein de leurs associations respectives bien avant l'âge de la retraite, tandis qu'au sein de l'UFC-QC Thionville, bien des bénévoles sont entrés dans l'association au moment du départ en retraite, remplaçant ainsi le travail salarié par le travail associatif.

2. Coexistence de formes multiples d'engagement

Comme nous l'avons vu à travers les avatars de l'engagement associatif mais aussi à travers les carrières militantes et bénévoles, les formes d'engagement au sein de ces associations de défense de consommateurs sont multiples. Nous allons ici tenter de montrer les possibilités et les difficultés d'articulation de ces différentes formes d'engagement au cœur de l'action associative.

2.1. Se positionner dans le mouvement de défense des consommateurs : le fait d'une élite associative

Dans un contexte d'action associative technicisée, voire professionnalisée, l'engagement au sein d'une association relève davantage de l'application et / ou de l'acquisition de compétences techniques dans le but de « se rendre utile » que de la promotion d'une certaine vision du monde. On pourrait alors penser que les modes d'engagement des acteurs associatifs limitent l'action associative à la réponse à un besoin social (comme l'information et le conseil auprès des consommateurs). Or, comme le souligne Renaud Sainsaulieu: « *L'être associatif vise d'abord une liberté d'agir et de créer en visant plus que soi, un idéal de réalisation supérieure aux contraintes du moment ; non pas tant une révolte fondatrice de libération d'un joug écrasant, mais bien le sentiment d'engager souverainement, et avec d'autres, des actes*

porteurs de mieux-être dans tous les domaines possibles.(...) L'être associatif est d'abord projet souverain de création d'un petit morceau de monde meilleur. »[387].

Au sein des associations de consommateurs, l'engagement associatif, très marqué par cette mise en œuvre des compétences individuelles dans la défense des consommateurs, n'empêche pas forcément l'adhésion commune à une certaine vision du monde, ou tout du moins de la consommation, et de tenter de la mettre en pratique par l'action associative. En effet, comme nous avons pu le voir dans notre chapitre V, les associations peuvent être des canaux de diffusion, voire des constructrices, de modes de consommation alternatifs à la société de consommation. Les acteurs associatifs valorisant ces nouveaux modes de consommation se retrouvent donc au sein des associations de défense des consommateurs autour d'une critique de la société de consommation. Cette perspective politise l'action associative et l'engagement des acteurs la portant. Cependant, il faut souligner que ces derniers sont minoritaires par rapport à l'ensemble des acteurs associatifs et ce sont souvent, aussi, les plus investis tant d'un point de vue temporel que d'un point de vue identitaire au sein des associations.

Ces mêmes acteurs ont également une plus grande propension à se revendiquer d'un courant de défense des consommateurs. Revendiquer son affiliation à un courant de défense de consommateurs n'est pas anodin car d'une part, tous les acteurs engagés n'ont pas forcément une connaissance globale du mouvement de défense des consommateurs, d'autre part, parmi ceux qui en connaissent vaguement les tenants et aboutissants, peu sont ceux qui s'y positionnent. Là encore les acteurs se positionnant en tant que familialistes, consumeristes ou syndicalistes forment une certaine élite au sein des associations du fait de leur connaissance de la structure, de l'environnement, de son positionnement dans celui-ci leur donnant la capacité de se situer et donc de guider et diriger l'action associative. Bien que les formations théoriques sur le mouvement de défense des consommateurs puissent être proposées à tous les acteurs associatifs, ce ne sont pas les cycles de formation les plus valorisées, l'urgence lorsqu'arrive un « *novice* » étant de le former d'un point de vue juridique sur la constitution et la gestion

[387] SAINSAULIEU R., *Des sociétés en mouvement. La ressource des institutions intermédiaires*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. «Sociologie économique», 2001, p 156.

de dossiers de litige. Ce qui nous amène à émettre une hypothèse selon laquelle la constitution de cette élite parmi les bénévoles permanents (formant eux-mêmes une sorte d'élite parmi l'ensemble des acteurs du monde associatif puisqu'étant peu nombreux à agir) est directement liée à la centralité de la prestation de service au sein des associations qui survalorise la dimension technique aux dépens de la dimension plus politique et militante, pourtant existante, de la défense des consommateurs.

2.2. De l'affiliation…

Au sein de la Fédération Familles de France, le Président et la Secrétaire adjointe se réclament tous deux « militants familiaux » et ont un rapport identitaire fusionnel à l'association : ils y sont présents quotidiennement, et les problèmes rencontrés par l'association sont l'objet de longues discussions au sein du couple.

> « (…) On en n'est pas à en parler aux repas de famille, mais depuis que les enfants sont partis on en parle plus à la maison. Surtout quand il y a des problèmes comme maintenant parce que ça nous prend toute notre énergie et que si on en parle pas entre nous le risque c'est aussi qu'on n'ait pas le même son de cloches. Mais c'est pas mauvais en soi, si on est comme ça c'est que nous on est concerné, on se sent concerné, on est des vrais bénévoles. (…) » (Secrétaire adjointe de Familles de France Moselle, Présidente de Famille Lorraine, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle)

Cette affiliation à l'organisation caractérise également l'engagement du Président d'ASSECO-CFDT. Il est parvenu à construire une identité sociale valorisante au sein de la centrale syndicale et se présente avant toute autre facette de son identité comme responsable syndical et Président de l'association syndicale.

> « (…) Puis à un moment donné le boulot c'était ennuyant, moi il me faut quelque chose de palpitant, qui ait du peps, autre chose que le monde industriel dans lequel nous vivons qui est totalement inhumain basé sur aucun fondement si ce n'est basé sur le profit, l'argent, les tableaux Excel, ras le bol. Je m'ennuie et pas d'évolution de carrière dans l'entreprise parce que fonction syndicale importante égale carrière niquée. D'où l'idée de m'évader, j'ai envie de m'éclater ailleurs, et le syndicat c'est

aussi ça. (…) » (Président d'ASSECO Moselle, syndicaliste CFDT, ouvrier de la métallurgie)

Ainsi, il a substitué à son identité professionnelle son identité militante du fait d'une reconnaissance sociale plus marquée dans le champ syndical. Sa voix est celle de l'organisation et il s'identifie pleinement au statut qu'il détient en son sein.

Ces militants associatifs sont tout aussi affiliés à l'association que peut l'être le militant communiste décrit par Jacques Ion, Spyros Franguiadakis et Pascal Viot[388]. Cet engagement affilié ne les empêche en rien de se démarquer, leur position de dirigeants associatifs les capacitant, de la ligne politique nationale de leurs organisations respectives qu'ils espèrent faire évoluer. En effet, concernant les dirigeants de la Fédération mosellane de Familles de France, ces derniers se détachaient de la Fédération nationale notamment au moment de la crise financière de 2008, émettant de vives critiques à l'encontre du capitalisme financier et du bureau national qui ne prenait pas position. Ici, il s'agit bien plus d'une prise de parole (« *voice* »)[389] au sein de l'organisation que d'un signe d'affranchissement. Quant au Président d'ASSECO-Moselle, il dit clairement être opposé à la ligne actuelle du Secrétariat général de la CFDT incarnée par François Chérèque, étant plus proche de Nicole Notat.

2.3. …au « *processus d'affranchissement* »

Pour Jacques Ion le « *processus général d'affranchissement* » se décline en trois processus. Le premier consiste en une émancipation des « *réseaux associatifs verticaux* », le second consiste en une distanciation des « *appartenances*

[388] ION J., FRANGUIADAKIS S., VIOT P., *Militer aujourd'hui*, CEVIPOF/ Autrement, 2005, p.74-75. Les auteurs font ici référence à une autobiographie d'un militant du PCF déçu : RUSCIO A., *Nous et moi. Grandeurs et servitudes communistes*, Paris, Éditions Tirésias, 2003.
[389] HIRSCHMAN A.O., *Exit, voice, loyalty. Défection et prise de parole*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, coll. « UBlire », 2011.

communautaires » qui déterminaient autrefois l'engagement et le troisième consiste en un dégagement « *des contraintes de la démocratie représentative* »[390].

2.3.1. « *L'affranchissement des réseaux associatifs verticaux* »

L'affranchissement des réseaux verticaux peut s'objectiver par ce que Jacques Ion appelle « *les réseaux de personnes* » à savoir des réseaux construits par des individus indépendamment des structures institutionnelles (notamment fédérales) préexistantes. Ce premier processus d'affranchissement est lié à la perte de vitesse des réseaux idéo-politiques qui ont permis aux organisations associatives de se structurer. Parallèlement à cet affaiblissement des réseaux idéo-politiques s'est instaurée, dans le champ associatif, une logique de sectorisation de l'action associative impliquant, notamment, la contrainte de la professionnalisation[391]. La constitution de Participa-AC est un exemple emblématique de ce type d'affranchissement. Créée par un groupe d'individus sur des bases affinitaires, les membres de l'association (selon le Président de l'association avec qui nous nous sommes entretenues) n'ont jamais été syndiqués ni affiliés à une quelconque organisation politique ou associative auparavant et se définissent comme étant « apolitiques ». D'autre part, ils ont refusé de s'affilier à une structure nationale lorsqu'ils ont été sollicités afin de pouvoir conserver une « autonomie totale et de n'avoir de compte à rendre à personne »[392].

Si on place la focale à un niveau plus individuel, cet affranchissement peut également conduire à ce que Jacques Ion appelle l' « *engagement post-it* »[393] :

> « (…) Je pense qu'il ne faut pas trop s'enraciner dans un secteur dans sa vie, il faut regarder un peu tous les horizons tant que ça correspond à mon âge. Je ne vais pas

[390] ION J., « Affranchissements et engagements personnels » in ION J. (dir.), *L'engagement au pluriel,* Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, coll. « matière à penser », 2001, ION J., « L'évolution des modes d'engagement dans l'espace public », in BRÉCHON P., DURIEZ B, ION J. (dir.), *Religion et action dans l'espace public*, Paris, L'Harmattan, « Logiques politiques », 2000, pp.199-210., ION J., FRANGUIADAKIS S., VIOT P., *op. cit.*, 2005.
[391] ION J., *op.cit*., 2001.
[392] Extrait de l'entretien avec le Président de Participa-AC, avocat.
[393] ION J., *op.cit*. , 1997.

aller faire du sport avec les jeunes de vingt ans. Ce qui m'a motivé c'est que c'est pas mal intéressant. J'aime bien être libre et indépendant, je déploie mon parachute, j'atterris et je range mon parachute. (…) » (Bénévole UFC-QC Metz, ancien Vice-Président de l'association des retraités de la gendarmerie, ancien bénévole au Secours populaire, gendarme retraité)

Ici, l'enquêté explique à la fois son engagement au sein d'UFC-QC et son départ du Secours populaire. L'engagement associatif de cet enquêté est mû par l'intérêt porté à l'activité associative qui peut être éphémère.

2.3.2. « *L'affranchissement des logiques d'appartenance* »

L'affranchissement des logiques d'appartenance communautaire peut s'objectiver par le fait que les appartenances communautaires qu'elles soient de classe, ethnique, religieuse, géographique ou professionnelle pèsent moins dans la volonté d'un individu de s'engager. Selon Jacques Ion cet affranchissement des logiques d'appartenance est lié aux changements des modes de socialisation qui remettent en cause l'identité collective sur laquelle repose la protection du corps social. Contrairement à ce qu'avance Laurent Fraisse[394] qui lie à ce mode d'affranchissement un affaiblissement de l'engagement dans le « réseau associatif », Jacques Ion montre que l'engagement n'y est pas moins important mais basé sur d'autres liens sociaux noués autour d'un projet commun. L'affranchissement des logiques d'appartenances implique ainsi un changement conséquent des rapports sociaux entre les membres associatifs. Ce n'est donc plus l'appartenance à un groupe social qui motive l'engagement auprès d'une association mais l'engagement dans la réalisation d'un projet qui génère des valeurs communes[395]. Cela explique certainement le manque de renouvellement de militants au sein de la CLCV Uckange dont la plupart des acteurs y sont présents depuis les années 1980[396]. L'action associative repose fortement sur son implantation dans un quartier populaire et sur le fait que les militants y vivent ou y ont

[394] FRAISSE L., « S'organiser en réseau : une mutation de l'espace public associatif », in HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.
[395] ION J., *op cit*., 2001.
[396] Rappelons que ces dix dernières années, seules deux militantes ont intégré l'association.

vécu. C'est donc sur une appartenance à un espace géographique, ainsi qu'une appartenance de classe que s'est construite la structure associative et qui a créé du lien entre les individus.

2.3.3. « *L'affranchissement des contraintes de la démocratie représentative* »

L'affranchissement des contraintes de la démocratie représentative constitue à la fois une remise en cause de la délégation du pouvoir (ou de la parole des acteurs engagés) au sein de l'association et un détachement des contraintes administratives et gestionnaires. Cela implique notamment de limiter les responsabilités collectives et parler en son nom propre « je » et non plus en « nous » deviennent des modalités centrales d'un tel fonctionnement associatif. L'engagement affranchi de ces contraintes pose un certain nombre de problèmes au sein des associations de défense des consommateurs qui sont loin, pour la plupart d'entre elles, d'être structurées comme des collectifs d'individus ponctuels. Parmi ces problèmes posés, l'absence des administrateurs lors des réunions du CA et des adhérents (ainsi que de certains bénévoles) lors des assemblées générales questionnent la démocratie interne aux associations. De même, le dégagement des contraintes ne génère pas une disparition, ni même un allègement de ces contraintes. En revanche, cela amène, généralement, à ce que l'ensemble des tâches administratives et gestionnaires reposent sur quelques acteurs (les dirigeants associatifs). Ceci peut donner lieu à des tensions, voire des conflits au sein des associations lorsque les attentes des acteurs vis-à-vis de l'association divergent :

> « (…) Bon aussi en terme d'organisation, ce que je reproche ici, mais c'est valable ailleurs, c'est que les bénévoles qui viennent ici, la moitié c'est pour passer du temps, ils ont ce créneau horaire qui est libre ils vont vers une association donc s'ils ont autre chose, ils vont annuler, s'il fait beau ils vont aller se promener s'il pleut ils vont peut-être venir donc on ne sait jamais sur qui compter. Donc moi je serais à la place du Président je serai beaucoup moins souple que lui sur ces questions-là parce que ces personnes n'apportent rien à l'association, au contraire on est embêté. Par exemple, il y a une bénévole ça fait des semaines qu'elle ne vient pas, qu'elle n'a pas ouvert les

dossiers et aujourd'hui les gens qui sont venus reviennent et posent des questions sur l'état d'avancement des dossiers donc il a fallu retransmettre le dossier à quelqu'un d'autre donc c'est problématique. Mais on ne peut pas s'en passer de ces gens-là. Donc on essaie de gérer pour le bien des adhérents mais je pense que dans toutes les associations c'est pareil. Il y a toujours des personnes qui sont là juste pour dire qu'elles sont dans une association et boire le café et parler de la pluie et du beau temps mais ils ne veulent pas de professionnalisme et tout ça. (…)Et puis pour moi pour être bénévole, il faut être militant sinon si c'est pour boire le café ici c'est pas la peine. Et il y a beaucoup de monde à mon avis, comme ailleurs, qui ne sont pas militants c'est comme dans le monde syndical, il y avait des gens qui étaient là pour profiter du système, comme partout. Ou même dans le monde professionnel, il y en a toujours qui abusent. Mais pour moi il faut croire en ce qu'on fait, adhérer aux valeurs, la défense des consommateurs pour moi c'est naturel. Quand on voit dans les grandes surfaces les marges qu'ils se font sur le dos des producteurs, sur les gens qui travaillent alors que c'est les culs assis qui en profitent moi je trouve ça scandaleux. Pour moi c'est naturel d'aider les gens. (…) » (Vice-Président et trésorier informel UFC-QC Thionville, ancien syndicaliste CFDT puis UNSA, membre actif d'une association sportive, cheminot retraité)

Ici, ce que le Vice-Président reproche à cette bénévole, c'est un investissement irrégulier, affranchi des responsabilités qui devrait, selon ce dernier, lui incomber. Mais comme le souligne Dan Ferrand Bechmann, une des caractéristiques d'un bénévole est d'être libre, notamment, de quitter son poste ou de ne pas s'y rendre, seuls les membres du bureau sont légalement liés à l'association[397].

Jacques Ion conclut qu'au terme de ce processus général d'affranchissement, l'individu aura accompli ces trois exigences : « *sortir de l'entre-soi* », « *pouvoir répondre de soi* » et « *préserver son quant-à-soi* ». Il est important de souligner que l'engagement affranchi n'est pas synonyme d'engagement d'une moindre intensité. Quand l'action se joue, les acteurs engagés affranchis peuvent être totalement investis, tout autant qu'ils seront totalement absents des temps de structuration de l'organisation.

Conjugué à la centralité de la prestation de service au dépens de l'ensemble des actions menées par les associations, ce processus général d'affranchissement peut également expliquer les difficultés actuelles de renouvellement des forces vives des associations de consommateurs dont la structuration exige qu'un noyau dur *a minima* s'engage sous la forme de l'affiliation. En effet, face à ces mutations de l'engagement, ces structures associatives peuvent paraître trop rigides. De même, elles affichent des

[397] FERRAND BECHMANN D., « Si les bénévoles faisaient grève ? », *Projet*, n° 329, 2012/4, pp. 39-44.

attentes vis-à-vis des acteurs engagés (horaires fixes de permanences, présence régulière, suivi de dossier, réunions fréquentes) en décalage avec celles qui motivent ces mêmes acteurs à s'engager. Ceci peut également être un élément explicatif de la défection de nombre de bénévoles (y compris permanents) des instances démocratiques internes à l'association tels que les CA et les assemblées générales.

3. Une faible participation démocratique au sein des associations

Si les associations sont perçues comme étant des garants de la santé des démocraties représentatives et comme les noyaux durs des démocraties participatives, il convient alors d'interroger la participation interne aux associations. Car, comme le dit Alain Caillé, « *le sort de la démocratie ne se joue pas seulement au niveau du pacte collectif tacite, au niveau du politique ; pas seulement au niveau de la politique instituée, au niveau de ce qu'on pourrait appeler les espaces publics secondaires. Elle se joue aussi, et peut-être d'abord, au jour le jour, au sein de ces espaces publics primaires que constituent les associations.* »[398]. Or, force est de constater la faiblesse de la participation des acteurs associatifs au sein des instances démocratiques internes des associations que sont les assemblées générales et les conseils d'administrations (Cf. chapitre X) faisant de ces instances des « chambres d'enregistrement » des décisions du bureau, dixit le Président d'ASSECO-CFDT.

> « (…) Donc on est 14 ou15 au CA sur le papier et une dizaine en réalité à être présents et ce sont les mêmes qui tiennent les permanences et la baraque en gros. Et je suis quand même Président depuis 1994. C'est un mandat extensible, c'est le moins qu'on puisse dire, d'autant que je n'habite plus Uckange ce qui est assez gênant. En fait, je voudrais bien que quelqu'un prenne ma place mais il n'y a pas de volontaires. Cette année, j'ai dit c'est bon je passe la main mais on m'a dit « non, non , non, reste

[398] CAILLÉ A., « Don et association », *Revue du MAUSS*, n°11, « Une seule solution, l'association ? », 1er semestre 1998, p.82.

là ». C'est un peu le problème qu'on rencontre dans beaucoup de structures, on a du mal à trouver la relève. (…) » (Président CLCV Uckange, syndicaliste CFDT, ouvrier retraité de la sidérurgie)

Ici le Président de la CLCV Uckange pose à la fois la question de l'absentéisme des administrateurs lors des réunions du CA mais aussi le manque de rotation des mandats. Son propos est assez représentatif de l'ensemble des associations rencontrées sur le terrain. À l'exception d'UFC-QC Thionville dont le bureau a été récemment renouvelé (mais où les anciens membres du bureau étaient aussi mandatés depuis plus de dix ans) et d'INDECOSA-CGT qui a été ravivée, les dirigeants associatifs interviewés ont été élus depuis huit à vingt-deux ans au sein du bureau de l'association.

Cette faible participation aux instances démocratiques internes pose également la question du degré de légitimité des organisations de défense des consommateurs à parler, si ce n'est au nom de tous les consommateurs, ne serait-ce qu'au nom des consommateurs adhérents. Nous avons vu dans notre Chapitre VII, qu'une des preuves de représentativité des associations de défense des consommateurs était le nombre d'adhérents. Or, si une majorité d'adhérents sont absents de ces débats, de qui se font-elles les porte-paroles ?

Pour éviter cet écueil, nous avons vu dans notre Chapitre X qu'ADECOVAL a mis en place un système de désadhésion en cas d'absence non-excusée de ses adhérents aux AG annuelles. Cela permet en effet, une plus grande participation des adhérents à la vie démocratique interne et de faire en sorte qu'ils puissent participer à construire les perspectives de l'association. Lors de l'AG annuelle du 31 juillet 2007 à laquelle nous avons assisté, 73 adhérents étaient présents et 10 excusés[399], tous ont participé aux votes. En revanche, nous avons constaté que seuls les membres actifs de l'association prenaient régulièrement la parole à chaque point de l'ordre du jour[400]. Les autres adhérents, peu présents au sein de l'association découvraient les nouveaux enjeux aux AG annuelles et ils ne se sentaient pas autorisés à prendre la parole.

[399] Sur 84 adhérents.
[400] Observation du 31/07/2007.

Bernard Turpin fait l'hypothèse d'une certaine « dynamique d'adaptation » au contexte économique, politique et social mise en œuvre par les associations qui a contribué à développer une logique d'efficacité par le biais de laquelle la technicité et la professionnalité des acteurs associatifs ont été valorisées afin de répondre à des impératifs gestionnaires[401]. Rappelons que répondre à ces impératifs gestionnaires, tout comme valoriser la prestation de service, fait partie d'un ensemble de conditions permettant aux associations de faire entendre leur voix et de former un réel contre-pouvoir face aux professionnels (cf. Chapitre VII et VIII). Cependant, ce mode de fonctionnement associatif peut scléroser l'action associative puisqu'il induit le primat de la gestion et de la technicité sur l'expression politique des acteurs associatifs.

Ces modes de fonctionnements très structurés, voire bureaucratisés, peuvent également avoir un effet dissuasif pour qui voudrait s'engager. En effet, nous avons vu que s'il n'est pas exact de parler d'une crise de l'engagement (Dan Ferrand Bechmann rappelle à cet égard que l'on compte aujourd'hui 13 millions de bénévoles[402]). En revanche, nous avons à faire à une transformation des modes d'engagement que Jacques Ion appelle le processus général d'affranchissement. Aussi, face à ce processus d'affranchissement, les structures associatives des organisations de défense des consommateurs se trouvent en inadéquation avec les attentes que peuvent avoir de nombreux et nouveaux militants souhaitant s'engager.

[401] TURPIN B., « Valoriser les nouvelles compétences. Une association d'action sociale », in HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.
[402] FERRAND-BECHMANN, *op.cit*., 2012.

Conclusion de la quatrième partie

Mettre à jour les avatars de l'engagement ainsi que les trajectoires sociales des acteurs engagés au sein des associations de défense de consommateurs nous a permis de mieux cerner les ressorts des formes d'engagement et la manière dont cela interroge le fonctionnement démocratique des structures étudiées.

Ainsi, nous avons vu que le nombre d'adhérents constitue pour les associations un enjeu important pour peser sur les débats publics affairant à la défense des consommateurs puisqu'il s'agit d'un critère de représentativité les autorisant à parler au nom des consommateurs. Cependant, au sein de ces associations où la prestation de service est centrale et tend à invisibiliser les autres actions associatives, l'adhésion renvoie à l'usage d'un service et n'engage les acteurs que d'un point de vue financier par le biais d'une cotisation, souvent annuelle. Dans leur grande majorité, ces adhérents sont absents des assemblées générales, espaces justement destinés à l'expression démocratique des adhérents et où se dessinent les perspectives des associations.

Cette absence aux débats démocratiques internes aux associations n'est pas uniquement le fait des adhérents. En effet, on note une certaine défection de ces espaces (CA et AG) de la part d'autres acteurs plus engagés tels que les bénévoles, qu'ils soient occasionnels, permanents et même administrateurs. Ces catégories d'acteurs associatifs absents des instances démocratiques internes ne se définissent pas comme militants consuméristes, syndicalistes ou familialistes. Pour les administrateurs absents des CA, il s'agit souvent de personnes issues de l'entourage amical des membres du bureau qui ont

accepté de prêter leur nom pour constituer un conseil d'administration. Quant aux bénévoles absents des CA et des AG, leur engagement relève bien plus de l'application et/ou du développement des compétences professionnelles que d'une volonté de prendre part aux débats internes à l'organisation dans laquelle ils agissent. Cette forme d'engagement, centrée sur la technicité et la gestion sociale implique le primat d'une réponse technique à une situation sans mobiliser des principes idéo-politiques par l'action associative.

Enfin, si, comme nous l'avons vu à travers des carrières bénévoles et militantes, ce qui motive les acteurs à s'engager au sein d'associations de défense de consommateurs est lié à une volonté à la fois d'*empowerment*, de solidarité et de création de liens sociaux, nous devons également prendre en compte les transformations qui s'opèrent sur les manières de s'engager. Aussi, nous avons pu montrer dans cette partie le décalage existant entre la structuration de ces associations et des acteurs engagés (ou potentiellement engageables sur la question de la défense des consommateurs) qui tendent à s'affranchir précisément des fonctionnements bureaucratisés, tout comme des structures hiérarchisées où il est attendu de l'acteur engagé une régularité et une pérennité de son action au sein de l'association.

CONCLUSION GENERALE

Les associations du mouvement de défense des consommateurs forment un objet relativement méconnu. Cette recherche nous a permis de souligner l'hétérogénéité des courants (Chapitre I) auxquels appartiennent ces associations et des positionnements (Chapitre V) qu'elles affirment quant à leur conception de l'espace marchand, de la consommation et plus généralement de la société. Ainsi l'on distingue plusieurs courants au sein de ce mouvement dont le courant consumériste, syndical et familial. Sachant qu'au sein même de chaque courant, les discours portés par les organisations ne sont ni univoques, ni toujours consensuels ce qui explique la multiplicité des structures associatives. Ainsi, si certaines associations relevant du courant consuméristes affichent un positionnement pro-libéral, la CLCV, dont les acteurs dénoncent les dérives des politiques libérales, et ADECOVAL, qui appelle à participer aux manifestations contre le néo-libéralisme, ne partagent pas ce positionnement. Cette hétérogénéité est souvent masquée par la prépondérance de certaines organisations consuméristes mises en avant notamment parce qu'elles sont en accord avec le discours dominant. Ceci explique en grande partie la confusion réduisant le mouvement de défense des consommateurs au courant consumériste comme en témoigne l'intitulé du rapport de Dominique Laurent : « Mission relative au mouvement consumériste en France »[403]. Ce rapport commandé par Luc Chatel alors Secrétaire d'État chargé de l'industrie et de la consommation, pose le diagnostic d'un surnombre des associations de défense des consommateurs et

[403] LAURENT D., « Mission relative au mouvement consumériste en France », rapport commandé par Luc Chatel alors Secrétaire d'Etat chargé de l'Industrie et de la Consommation.

préconise la réduction des renouvellements des agréments afin de réduire le nombre d'interlocuteurs sur ces questions (Chapitre VIII). Nous ne préjugeons pas d'une intention de mettre fin aux agréments des associations ne relevant pas du consumérisme mais tenons tout de même à relever ce que cette confusion implique en termes de (in)visibilité des différents courants d'associations de défense des consommateurs.

L'hypothèse sur laquelle repose notre étude est confirmée. Celle-ci avançait que « les relations d'interdépendances entre les pouvoirs publics et les associations de consommateurs ainsi que leur mise en concurrence génèrent des tensions au sein des organisations étudiées. Ces tensions se caractérisent principalement par des tiraillements entre aspiration à l'autonomie et institutionnalisation, professionnalisation et politisation de l'action associative, fonctionnement gestionnaire et fonctionnement démocratique et, enfin, entre engagement et adhésion usagères. Si les associations de défense de consommateurs affirment être des contre-pouvoirs alors il leur faut à la fois être présentes au sein des instances où se jouent le pouvoir et préserver leur autonomie au risque d'être assimilées à celui-ci. Pour être présente au sein de ces institutions elles doivent prouver leur légitimité à siéger. Si cette légitimité est basée sur le nombre d'adhérents et leur capacité technique à les défendre alors elles développent la prestation de service tant qualitativement (en se professionnalisant) que quantitativement afin d'accroître les adhésions en élargissant leur public. Si l'adhésion est corrélée à l'usage d'une prestation de service alors le fonctionnement démocratique interne aux associations se heurte au fonctionnement gestionnaire. »

En effet, nous avons exposé les enjeux que constitue l'intégration des associations de défense des consommateurs aux institutions par le biais de leur participation au sein des instances de concertation (Chapitre VIII). En effet, ces associations revendiquent la formation d'un contre-pouvoir, elles investissent donc les institutions afin d'y défendre l'intérêt des consommateurs face aux « professionnels ». Cette intégration aux institutions pose la question de l'autonomie des associations car, bien qu'elles participent à ces institutions, elles s'en distinguent notamment du fait de l'hétérogénéité de leurs positionnements ainsi que leur capacité à produire une expertise qui leur est propre (Chapitre VII). Dans un contexte concurrentiel, les associations de défense des consommateurs s'appuient sur le nombre d'adhérents pour justifier leur

capacité à parler au nom de l'ensemble des consommateurs. Cela implique une stratégie de développement basé sur l'accroissement constant du nombre d'adhérents. Pour ce faire, elles survalorisent la prestation de service aux dépens d'autres actions intégrant leur répertoire (Chapitre VI) tout en mettant en évidence leur technicité au détriment de leur positionnement politique liés aux questions de consommation. En effet, ces prestations de service consistent principalement en des conseils juridiques en cas de litiges d'un consommateur avec un « professionnel », ce qui appelle au développement de connaissances spécifiques au droit, entre autres, de la consommation ainsi qu'à d'autres formes de compétences pouvant être assimilées à des compétences professionnelles (Chapitre IX). Dans ce contexte, les contraintes gestionnaires s'accumulent et la nécessité d'assurer une continuité de l'action associative légitime le recours au salariat associatif. Le développement numérique des associations se fait alors sur la base d'une adhésion usagère (Chapitre X) qui relativise la pertinence du nombre d'adhérents comme indicateur de la capacité de mobilisation d'une association (Chapitre XIII). Ceci explique en partie la très faible participation des adhérents aux instances démocratiques internes aux associations. Cependant, cela n'explique pas la désaffection de ces mêmes instances par les acteurs associatifs engagés. Un élément important de notre réflexion manque à notre hypothèse principale: les transformations générales de l'engagement des individus. En effet, si à l'instar de Jacques Ion, nous analysons la participation des acteurs au prisme de l'affranchissement général de l'engagement alors nous pouvons comprendre qu'il existe un décalage entre les aspirations de certains acteurs associatifs ainsi que de potentiels acteurs et la structuration hiérarchisée et formelle de ces associations (Chapitre XIII).

A l'issue de cette recherche, nous concluons que « technicisme » et « militantisme » ne sont pas antagoniques. La technicité peut être un point d'appui des organisations militantes notamment pour préserver leur autonomie. Toutefois, survaloriser la prestation de service comme principal lieu où s'exerce cette technicité peut conduire à une « consommation » de ces organisations. Aussi, pour éviter cet écueil, tout en tenant compte des transformations des modes d'engagement aspirant notamment à des relations plus horizontales, il s'agirait peut-être pour ces associations de valoriser également les autres actions inscrites dans leur répertoire et de systématiser la formation des adhérents, notamment dans le cadre de la résolution de litiges. Ainsi,

les permanences réservées aux conseils juridiques pourraient être le lieu privilégié d'une formation concrète et individualisée des personnes rencontrant un litige de consommation. Cela permettrait de déplacer la centralité de l'action associative de la prestation de service vers la remise en cause des rapports de consommation. A ce titre, il nous a paru intéressant de relever la manière dont les associations de défense des consommateurs contribuent, plus ou moins efficacement, à la diffusion de modèles de consommation critique qui sont étroitement liés à leur historicité. Ceci pourrait également constituer une brèche permettant aux associations d'« *amorcer une réactivation de* [leur] *dimension d'espace public* »[404] en valorisant des débats confrontant des conceptions différentes de la consommation.

Il pourrait être intéressant, dans le cadre de recherches à venir, de confronter les résultats de cette thèse à d'autres types d'associations ou d'organisations militantes. Nous pensons ici à des associations revêtant un caractère moins institutionnalisé, voire revendiquant leur opposition à toute forme d'institutionnalisation, tels que certains groupements d'acheteurs, des collectifs *freegans* ou des collectifs *Do it yourself* ! Nous pourrions de même interroger, en dehors du domaine de la consommation, des associations communautaires, des associations de quartiers, des associations d'entraides ou encore des organisations syndicales sur la base de ces résultats.

[404] LAVILLE J-L, *Politique de l'association*, Paris, Seuil, coll. : « économie humaine », 2010, p.275.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Enquête « Histoire de vie-Construction des identités », *INSEE*, 2003

ABBOTT A**.**, *Time matters. On theory and method,* Chicago, The University of Chicago Press, 2001

AFCHAIN J., *Les associations d'action sociale. Outils d'analyse et d'intervention,* (2°édition), Paris, Dunod, (1997) 2001

AGRIKOLIANSKI E., « Carrières militantes et vocation à la morale : les militants de la LDH dans les années 1980. », Revue française de science politique, vol.51, 2001/1, pp.27-46.

ALIX N., CASTRO S., *L'entreprise associative*, Paris, Economica, 1990.

AMADIO S., ENGELS X., JORY H., « L'association fait-elle partie de l'économie sociale et solidaire ? ».Rapport commandité par la Délégation interministérielle à l'innovation sociale et l'économie sociale, piloté. par la Préfecture de la région Lorraine (Secrétariat général pour les affaires régionales), Convention DIISES-Lorraine n°24, in *Cahiers de recherche de la MIRE*, n°16, avril 2003.

AMOSSE T, PIGNONI M-T., «La transformation du paysage syndical depuis 1945», *Données sociales. La société française.,* Paris, INSEE, 2006.

ANTONIOLI M., (et al..),. *De l'histoire du mouvement ouvrier révolutionnaire. Actes du colloque international "Pour un autre futur"*, Paris, Edition CNT-RP, 2001.

ARCHAMBAULT E., « Le bénévolat en France et en Europe », *Pensée plurielle*, n°9, 2005/1, pp.11-34.

AVARE P., EYNAUD P., SPONEM S., « Usages des dispositifs de gestion: entre conformité et innovations », in HOARAU C., LAVILLE J.-L. (dir.), *La gouvernance des associations. Economie, sociologie, gestion.* Toulouse, Editions Erès, 2008, pp. 205-214.

BACQUÉ M.-H., « Action collective, institutionnalisation et contre-pouvoir : action associative et communautaire à Paris et Montréal », *Espaces et Sociétés*, N°123, 2006/1, pp.69-84.

BALZANI B., *Insertion par l'activité économique et gestion de la précarité : l'exemple du dispositif des associations intermédiaires*, Thèse de Sociologie, Université de Nancy 2, 2003.

BALZANI B., FERRY V., GERARDIN F., LAMBERT M., MORALES LA MURA R., ZANFERRARI F., *Le processus de professionnalisation dans les structures de l'IAE. Le cas de deux territoires : Metz-Borny et Longwy*, rapport de recherche, octobre 2004.

BAROZET E., « De la démobilisation au réinvestissement « local ». Mouvements sociaux locaux et territoires au Chili », *Cahiers des Amériques Latines*, n°66, « Mouvements sociaux et espaces locaux », 2011/1, pp.73-89.

BARTHÉLÉMY M., *Associations : Un nouvel âge de la participation ?*, Paris, Presses des Sciences po, 2000.

BAUDRILLARD J., *La société de consommation*, Editions Denoël, coll.: « folio essais », 2008 (1986).

BEAUD S., « L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour "l'entretien ethnographique". », *Politix*, n°35, 1996, p. 226-257

BEAUD S., WEBER F., *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, coll. « Grands Repères », 2003.

BECK U., *La Société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Flammarion, coll. : « Champs », 2003.

BECKER H.S., *Outsiders, Etudes de sociologie de la déviance*, Paris, A.-M. Métailié, (1963) 1985.

BECKER HS, « Biographie et mosaïque scientifique », Actes de la recherche en Sciences sociales, vol.62-63, juin 1986, pp.105-110

BELLIER I., « Le lieu du politique, l'usage du technocrate. « Hybridation » à la Commission européenne. » in DUBOIS V., DULONG D., *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'action publique.*, Strasbourg, Ed. Presses universitaires de Strasbourg, coll.: « Sociologie politique européenne », 1999, pp. 233-253.

BELORGEY J.M., *100 ans de vie associative*, Paris, Presses des Sciences politiques, coll. « la bibliothèque des citoyens », 2000.

BELOUET E., MORLET J., « L'action catholique et la transformation des modèles d'implication dans l'espace public », in BRÉCHON P., DURIEZ B, ION J. (dir.), *Religion et action dans l'espace public*, Paris, L'Harmattan, « Logiques politiques », 2000, pp. 45-58.

BERTIN. G., « Vie associative et citoyenneté », *Esprit critique*, vol.04 n°08, 2002.

BLOCH-LAINE F. (dir.), *Faire société. Les association au cœur du social*, Paris, Syros, coll. : « alternatives sociales », 1999.

BOLTANSKI L., CHIAPELLO E., *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll : « nrf essais », 1999.

BOLTANSKI L., THEVENOT L., *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

BONNIN J.-C., « Créer une logique d'entraide. Une association médico-sociale », in HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.

BOUMAZA M., HAMMAN P., *Sociologie des mouvements de précaires. Espaces mobilisés et répertoires d'action*, Paris, L'Harmattan, coll. : « Logiques sociales », 2007.

BOURDIEU P., *Questions de Sociologie*, Paris, Edition de minuit, 1980.

BOURDIEU P., « Classement, déclassement, reclassement. », Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 24, n°24, 1978, pp.2-22.

.BOURDIEU P., « Comprendre » in BOURDIEU P. (dir.), *La misère du monde,* Paris, Seuil, coll. : « libre examen », 1993

BOURDIEU P., *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, Editions du Seuil, coll. : « Essais », 2001, p.241.

BOURDIEU P., *Science de la science et réflexivité*, Paris, Raisons d'agir, coll. : « Cours et travaux », 2001.

BOURDIEU P., « L'illusion biographique », in *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Editions du Seuil, coll. « points essais », (1994) 2007, pp.81-89.

BOURDIEU P., *Raisons pratiques. Sur la théories de l'action*, Paris, Editions du Seuil, coll. « essais », (1996) 2007.

BOZONNET J-P, « Boycott et « buycott » en Europe », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », pp.72-75

BRANCIARD M., *Histoire de la CFDT. Soxiante-dix ans d'action syndicale*, Paris, Editions La déocuverte, coll.: "textes à l'appui/ série histoire contemporaine", 1990.

BRÉCHON P., DURIEZ B, ION J. (dir.), *Religion et action dans l'espace public*, Paris, L'Harmattan, « Logiques politiques », 2000.

BUSTAMANTE OLGUÍN F., *Bernardo : Una biografía de Bernardo O'Higgins*, Santiago de Chile, Ediciones B., 2007

CAILLÉ A., « Don et association », *Revue du MAUSS*, n°11, « Une seule solution, l'association ? », 1er semestre 1998

CASTEL R., *Les métamorphoses de la question sociale*., Paris, Ed. Gallimard, coll.: « Folio », 1999.

CASTRO S., « Spécificités associatives et notion de contrat. », in BLOCH-LAINE F. (dir.), *Faire société. Les associations au cœur du social*, Paris, Syros, coll. : « alternatives sociales », 1999.

CEFAÏ D., PASQUIER D., « Les sens du public. Introduction. » in CEFAÏ D., PASQUIER D (dir.), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF, 2003.

CHAUVIERE M., « Enjeux de la néo-familialisation de l'Etat social », Actes du colloque international: Etat et régulation sociale. Comment penser la cohérence de l'intervention publique?, Paris, Septembre 2006.

COLLOVALD A., « Pour une sociologie des carrières morales des dévouements militants » in Collovald A. (dir.), *L'humanitaire ou le management des dévouements. Enquête sur un militantisme de "solidarité internationale" en faveur du Tiers Monde*, Rennes, PUR, 2002, pp. 177-229.

COLSON D., «La crise du syndicalisme révolutionnaire en France et l'émergence du phénomène communiste» in ANTONIOLI M. (et al.),. *De l'histoire du mouvement ouvrier révolutionnaire. Actes du colloque international "Pour un autre futur"*, Paris, Edition CNT-RP, 2001, pp. 247-266.

COMBES M.-C., UGHETTO P., « La professionnalisation des associations : une entrée par le travail. », Communication au 3° congrès de l'Association française de sociologie (RT 35 Sociologie de l'engagement, de la vie associative et du bénévolat), Paris, 14-17 avril 2009. Version en ligne : http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/37/31/03/PDF/2009AFS-RT35-Combes_Ughetto.pdf [consultée le 21/09/2011]

COMBES M.-C., UGHETTO P., « Travail et organisation dans les associations : un autre regard sur la professionnalisation », Février 2008. Version en ligne : http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/36/98/05/PDF/AssociationTravailProfessionnalisationCombes_Ughetto.pdf [consultée le 21/09/2011]

CROZIER M., FRIEDBERG E., *L'acteur et le système*, Paris, Ed. du Seuil, 1977.

DEBORD G.., *La Société du Spectacle*, Paris, Gallimard, coll. : « Folio », (1967) 1992.

DEBORD G., *Commentaires sur la société du spectacle*, Paris, Gallimard, coll. : « Folio », (1988) 2008.

DE LUCAS A., ORTI A. « La sociedad de consumo en la tradicion del pensamiento de izquierda », resumen de la ponencia « En los limites del desarollo capitalista: multifrenia consumista y crisis de civilizacion en el modelo de globalizacion financiera », VIII Congreso de la FES, Alicante, 2004.

DEMAZIERE D, DUBAR C., *Analyser les entretiens biographiques – L'exemple des récits d'insertion*, Nathan, Essais et Recherche, Paris, 1997

DEMOUSTIER D., « Le bénévolat, du militantisme au volontariat », *Revue française des affaires sociales*, 2002/4 n° 4, pp. 97-116.

DOIDY E., «Le logement décent et l'épreuve de la réquisition. A propos de la « précarité » des mobilisations de précaires. », in BOUMAZA M., HAMMAN P., *Sociologie des mouvements de précaires. Espaces mobilisés et répertoires d'action*, Paris, L'Harmattan, coll. : « Logiques sociales », 2007, pp.79-104.

DREYFUS M., *Histoire de la C.G.T. Cent ans de syndicalisme en France*., Paris, Editions Complexe, coll. : «question au XX^{ème} siècle», 1995.

DUBAR C., « trajectoires sociales et formes identitaires : clarifications conceptuelles et méthodologiques », *Sociétés contemporaines*, n°29, 1998, pp.73-85

DUBAR C., TRIPIER P., *Sociologie des professions*, Paris, Armand Colin, coll. : « U », 1998.

DUBOIS V., DULONG D., *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'action publique.*, Strasbourg, Ed. Presses universitaires de Strasbourg, coll.: « Sociologie politique européenne », 1999, pp. 233-253.

DUBUISSON-QUELLIER S., « De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace des choix dans la consommation », *L'Economie politique*, n°39, « Pour un nouveau modèle de consommation. », Trimestriel-juillet 2008, pp. 21-31.

DUBUISSON-QUELLIER S., *La consommation engagée*, Paris, Editions Sciences Po. Les Presses, coll.: "contester", 2009.

DUBUISSON-QUELLIER S., « L'espace de choix des consommateurs », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », mars 2011, pp. 50-54.

DUBUISSON QUELLIER S., « Consommation : les associations au coeur de la régulation marchande », *Constructif*, Novembre 2011.

DUBUISSON QUELLIER S., « Le consommateur responsable. La construction des capacités d'action des consommateurs par les mouvements militants », *Sciences de la Société*, Mai 2012

DURKHEIM E., De la division du travail social, Paris, PUF, coll. : « Quadrige », (1893) 1998

ENRIQUE ALONSO L., « Consumo y ciudadania », *revista Pueblos n°29*, Madrid, 2007.

EME B., « Les associations ou les tourments de l'ambivalence », in LAVILLE J -L., CAILLE A., CHANIAL P., DACHEUX E., EME B., LATOUCHE S., *Association, démocratie et société civile*, Paris, Ed. La Découverte/M.A.U.S.S. / C.R.I.D.A, coll. : « Recherches », 2001, pp. 27-58.

FERRAND-BECHMANN D., *Bénévolat et solidarité*, Paris, Syros Alternatives, 1992.

FERRAND-BECHMANN D., *Le métier de bénévole*, Paris, Anthropos, 2000.

FERRAND-BECHMANN D. (dir.), *Les bénévoles et leurs associations. Autres réalités, autre sociologie ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010.

FERRAND-BECHMANN D., « Militantisme, bénévolat et engagement », in FERRAND-BECHMANN D. (dir.), *Les bénévoles et leurs associations. Autres réalités, autre sociologie ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010, pp.13-26.

FERRAND BECHMANN D., « Si les bénévoles faisaient grève ? », *Projet*, n° 329, 2012/4, pp. 39-44.

FILLIEULE O., PÉCHU C., *Lutter ensemble. Les théories de l'action collective*, Paris, L'Harmattan, coll. : « Logiques Politiques », 1993.

FILLIEULE O., « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel – post-scriptum », *Revue française de science politique*, « Devenirs militants », n°51, 1-2, février-avril, 2001, pp. 199-217.

FILLIEULE O., BLANCHARD P., AGRIKOLIANSKY E., BANDLER M., PASSY F., SOMMIER I., « L'altermondialisation en réseaux. Trajectoires militantes, multipositionnalité et formes de l'engagement: les participants du contre-sommet du G8 d'Evian », *Politix*. Vol. 17, N°68. Quatrième trimestre 2004, pp 13-48.

FORTIN-PELLERIN L., « Contribution théorique des représentations sociales à l'étude de l'empowerment : le cas du mouvements des femmes », *Journal international sur les représentations sociales*, vol. 3, n°1, 2006.

FOUCAULT M., *Dits et écrits. Tome II : 1976-1988*, Paris, Gallimard, 2001.

FRAISSE L., « S'organiser en réseau : une mutation de l'espace public associatif », in HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.

FREIRE J., DIAS DA SILVA C., *Consumidores em movimento*, Lisboa, CIES-ISCTE, 1996

FRIEDMANN G., *Le Travail en miettes*, Paris, Gallimard, coll. : « Idées », 1964.

GAÏTI B., ISRAËL L., « Sur l'engagement du droit dans la construction des causes », Politix, vol.16, n°62, Deuxième trimestre 2003, pp.17-30.

GARCIA CANCLINI, N., *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1995.

GAUDRON G., « L'économie sociale emploie un salarié sur dix en 2006 », *INSEE* n°1224, Février 2009.

GAXIE D., « Économie des partis et rétributions du militantisme », *Revue française de science politique,* 27e année, n°1, 1977. pp. 123-154.

GODBOUT J.-T., *Le don, la dette et l'identité*, Paris, La Découverte, coll. « Mauss », 2000.

GÓMEZ LEYTON J.-C., « La rebelión de las y los estudiantes secundarios en Chile. Protesta social y política en una sociedad neoliberal triunfante », *OSAL* nº 20, Buenos Aires, mayo-agosto 2006.

GRANJON F., « Les répertoires d'action télématiques du néo-militantisme », *Le Mouvement Social*, n°200, 2002/3, pp.11-32

GROSSETTI M., « L'imprévisibilité dans les parcours sociaux », *Cahiers internationaux de sociologie*, n°120, 1/2006, pp. 5-28.

GUILLEMARD A.-M., « De la retraite mort sociale à la retraite solidaire », *Gérontologie et société*, n° 102, 3/2002, pp. 53-66.

HAERINGER J., SPONEM S., « Régulation dirigeante et gouvernance associative », in HOARAU C., LAVILLE J.-L. (dir.), *La gouvernance des associations. Economie, sociologie, gestion.* Toulouse, Editions Erès, 2008, pp. 227-244.

HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.

HAVARD DUCLOS B., NICOURD S., *Pourquoi s'engager ? Bénévoles et militants dans les associations de solidarité*, Paris, Editions Payot & Rivages, 2005.

HEIN F., *Do It Yourself! Autodétermination et culture punk*. Paris, Le passager clandestin, 2012.

HELY M., « A travail égal, salaire inégal : ce que travailler dans le secteur associatif veut dire. », Sociétés *contemporaines*, n°69, 2008/1, pp.125-148.

HELY M., *Les métamorphoses du monde associatif*, Paris, PUF, coll. : « Le lien social », Janvier 2009.

HÉRAN F., « Au cœur du réseau associatif : les multi-adhérents », Économie et statistique, vol. 208, n°208, 1988, pp. 33-44.

HIRSCHMAN A.O., *Exit, voice, loyalty. Défection et prise de parole*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, coll. « UBlire », 2011.

HOARAU C., LAVILLE J.-L. (dir.), *La gouvernance des associations. Economie, sociologie, gestion.* Toulouse, Editions Erès, 2008

HUGHES E.-C., « Métiers modestes et professions prétentieuses : l'étude comparative des métiers » in *Le regard sociologique. Essais choisis*, textes rassemblés et présentés par CHAPOULIE J.M., Paris, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 1996.

ION J., *La fin des militants ?*, Paris, Editions de l'Atelier, 1997

ION J., « L'évolution des modes d'engagement dans l'espace public », in BRÉCHON P., DURIEZ B, ION J. (dir.), *Religion et action dans l'espace public*, Paris, L'Harmattan, « Logiques politiques », 2000, pp.199-210.

ION J., « Affranchissements et engagements personnels » in ION J. (dir.), *L'engagement au pluriel,* Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, coll. « matière à penser », 2001.

ION J. (dir.), *L'engagement au pluriel,* Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, coll. « matière à penser », 2001.

ION J., « Modes d'engagement et savoirs associatifs : petit coup d'œil dans le rétroviseur » in LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M. (Coord.), *L'expert associatif, le savant et le politique*, Paris, Ed. Syllepse, 2003, pp. 21-26.

ION J., FRANGUIADAKIS S., VIOT P., *Militer aujourd'hui*, CEVIPOF/ Autrement, 2005.

ION J., RAVON B., « Causes publiques, affranchissement des appartenances et engagement personnel », *Lien social et Politiques*, n°39, 1998, pp.59-71.

JOHO J., *Guide pratique des associations d'Alsace-Lorraine*, Colmar, Ed. Jean Joho, (1983) 2005.

JOIGNANT A., « Compétence politique et bricolage. Les formes profanes du rapport au politique », *Revue française de science politique* 2007/6, Volume 57, pp.799-817.

LAHIRE B., *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan, 1998

LAVILLE J.-L., *Une troisième voie pour le travail*, Paris, Desclée de Brower, coll. « Sociologie économique », 1999.

LAVILLE J.-L., « L'association : ni entreprise, ni administration », in BLOCH-LAINE F. (dir.), *Faire société. Les associations au cœur du social*, Paris, Syros, coll. : « alternatives sociales », 1999.

LAVILLE J.-L, *Politique de l'association*, Paris, Seuil, coll. : « économie humaine », 2010

LAVILLE J -L., CAILLE A., CHANIAL P., DACHEUX E., EME B., LATOUCHE S., *Association, démocratie et société civile*, Ed. La Découverte/M.A.U.S.S. / C.R.I.D.A, coll. : « Recherches », 2001.

LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R. (dir.), *Sociologie de l'association. Des organisations à l'épreuve du changement social*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Sociologie économique », 1999.

LAVILLE J.-L., SANSAULIEU R., « Les fonctionnements associatifs », in LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R. (dir.), *Sociologie de l'association. Des organisations à l'épreuve du changement social*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Sociologie économique », 1999.

LENOIR R., « Transformations du familialisme et reconversions morales », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol.59, septembre 1985, pp. 3-47.

LENOIR R., « Groupes de pression et groupes consensuels », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 64, n°1, 1986, pp.30-39.

LENOIR R., « Politique familiale et mode de gestion technocratique », in DUBOIS V., DULONG D., *La question technocratique. De l'invention d'une figure aux transformations de l'action publique.*, Strasbourg, Ed. Presses universitaires de Strasbourg, coll.: « Sociologie politique européenne », 1999, pp.155-168.

LINHART D., « A propos du post-taylorisme », *Sociologie du travail*, Vol. XXXV, n°1, 1993, pp.63-74.

LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M. (Coord.), *L'expert associatif, le savant et le politique*, Paris, Ed. Syllepse, 2003.

LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M., « L'expertise comme question sociologique » *in* LOCHARD Y., SIMONET-CUSSET M. (Coord.), *L'expert associatif, le savant et le politique*, Paris, Ed. Syllepse, 2003, pp. 7-14.

LOIRAND G., « Des relations « d'homme à homme » au contrat de travail », in CHAUCHARD J.P., HARDY-DUBERNET A.C., (dir.), *La subordination dans le travail*, Paris, Cahier Travail et Emploi, DARES - La documentation française, 2003, pp. 129-148.

LONDON J., *Quiconque nourrit un homme est son maître*, Paris, Les Editions du Sonneur, (1902) 2009.

LUCZAK F., NABLI F., « Vie associative : 16 millions d'adhérents en 2008 », *INSEE Première*, n°1327, 2010.

MARCHAL E., « L'entreprise associative entre calcul économique et désintéressement », *Revue française de Sociologie*, 33-1, 1992, pp. 365-390.

MARCUS-STEIFF J., « L'information comme mode d'action des organisations de consommateurs », *Revue française de Sociologie*, vol.18, n°1, 1977, p85-107.

MATHIEU L., *Comment lutter ? Sociologie et mouvements sociaux*, Paris, La discorde, coll. : « textuel », 2004.

MATHIEU L., « Des mouvements sociaux à la politique contestataire : les voies tâtonnantes d'un renouvellement de perspective », *Revue française de sociologie*, vol. 45-3, 2004, pp.561-580.

MATHIEU L., « L'espace des mouvements sociaux », *Politix*, n°77, 2007/1, pp.131-151.

MATHIEU L., *L'espace des mouvements sociaux*, Paris, Editions du croquant, coll. « sociopo », 2012.

MATONTI F., POUPEAU F., « Le capital militant. Essai de définition. », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°155, 2004/5, pp. 4-11.

MAUSS M., *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF, coll. « Quadrige Grands textes », 2007

MEISTER A., *Vers une sociologie des associations*, Paris, Editions Economie et Humanisme les Editions Ouvrières, coll. «Relations sociales», 1972.

MENDOZA H. M., « El movimiento de proteccion al consumidor y los efectos de la Ley 19.496 », *Estudios de Administración*, vol.6, N°1, 1999.

MICHAUDON H, .« L'engagement associatif après 60 ans *», INSEE première,* 737, septembre 2000.

MORALES LA MURA Q., *Technicisme ou militantisme? Mutations du travail associatif dans les associations de consommateurs en France et au Chili*., Metz, Mémoire de Sociologie pour l'obtention du Master "formation, travail, espace politique et social", 2006.

MORALES LA MURA Q., « Institutionnalisation des organisations de consommateurs et répertoires d'action associative. Approche sociologique des tensions au sein des associations de consommateurs à l'échelle internationale, européenne et locale. », Communication pour le colloque « Société civile et européanisation/internationalisation des politiques sociales », Nancy, octobre 2011.

MORALES LA MURA Q., « Contribuer à modéliser la figure du consommateur malin. Le rôle des organisations de consommateurs », in CLOCHARD F., DESJEUX D. GOUIN S., *Le consommateur malin face à la crise. Tome 1 : Le cadrage du client et les marges de manœuvre du consommateur,* Paris, L'Harmattan, coll. : « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », 2012, *à paraître.*

MORALES LA MURA Q., « Tensions et distensions des répertoires d'action associative », in KERSCHEN N., LEGRAND M., MESSU M., *Société civile et Europe* (titre provisoire), Paris, Éditions de l'Aube, 2012 *à paraître*

MORALES LA MURA R., « Les déplacements des dynamiques d'action des fonctionnaires de la fonction publique territoriale ou les effets d'un modèle bureaucratique en construction », « politiques vécues », *Sociétés*, n° 78, 2002.

MORALES LA MURA R., *Responsabilité institutionnelle, de la croyance à la lucidité. Essai sociologique*., Paris, L'Harmattan, 2005

NICOURD S., « Qui s'engage aujourd'hui ?. Regards sociologiques sur la participation. », *Informations sociales*, n°145, 2008/1, pp.110-111

ORTEGA OBREQUE D., « Organizaciones de consumidores: el desafio presente de convertirse en sujeto », Para una sociologia del consumo, Santiago, Julio 2001.

ÖZCAGLAR-TOULOUSE N., « Comment les consommateurs responsables perçoivent leur consommation », *Problèmes politiques et sociaux*, n°982, « Les enjeux de la consommation engagée », mars 2011, pp.39-44.

PARADEISE C., « Les professions comme marchés du travail fermés », Sociologie et sociétés, vol. XX, n°2, octobre 1988, pp. 9-21.

PARADEISE C., « Rhétorique professionnelle et expertise », *Sociologie du travail*, n°1, 1985.

PARSONS T., *Éléments pour une sociologie de l'action*, Paris, Plon, 1955

PASSARIS S., RAFFI G., *Les associations*, Paris, Editions La découverte, coll. « Repères », 1984.

PASSERON JC., « Biographies, flux, itinéraires, trajectoires », Revue française de Sociologie, vol. XXXI, N°31-1, 1990, pp. 3-22.

PÉCHU C., *Droit au logement : genèse et sociologie d'une mobilisation*, Paris Dalloz, 2006.

PFLIEGER G., « Domination du consommateur et résistance du citoyen. Les tensions entre les figures de l'usager au sein du système de régulation de l'eau en France. » *Flux*, n° 48-49, 2002/2-3, pp.20-34.

PINTO L., « Du « pépin » au litige de consommation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 76-77, « Droit et expertise », mars 1989, pp.65-81.

PLEYERS G. « Consommation critique : des promesses de la modernité aux enjeux de l'âge global » in PLEYERS G. (dir.), *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Solidarité et société », 2011.

PLEYERS G. (dir.), *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Solidarité et société », 2011.

PROUTEAU L., « Les chemins du bénévolat », *Futuribles*, décembre 1997.

PROUTEAU L., « Les différentes façons d'être bénévole », *Economie et statistique*, Vol. 311, n°1, 1998, pp.57-73.

PROUTEAU L., « Des associations sous tension », in PROUTEAU L. (dir.), *Les Associations entre bénévolat et logique d'entreprise*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. : « l'univers des normes », 2003, pp.7-23.

PROUTEAU L. (dir.), *Les Associations entre bénévolat et logique d'entreprise*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. : « l'univers des normes », 2003

PUJOL L., *La crise au sein des associations*, thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université du Maine, 1995.

QUEMIN A., « les rhétoriques professionnelles comme ressources : analyse dynamique du discours des commissaires-priseurs », *UTINAM*, n°23, 1997

QUENIART A., JACQUES J., « L'engagement politique des jeunes femmes au Québec : de la responsabilité au pouvoir d'agir pour un changement de société », « La responsabilité : au-delà des engagements et des obligations », *Lien social et politiques-RIAC*, n°46, automne 2001, pp.45-53.

RAPPE D., *La bourse du travail de Lyon. Une structure ouvrière entre services sociaux et révolution sociale,* Lyon, Edition Atelier de création libertaire, 2004.

REGO R., *Dirigentes associativos : envolvimento e profissionalizacão*, Thèse pour le Doctorat de Sociologie , ISCTE, Université Lille 1, 2007

REGO R**.**, « Une typologie de l'engagement des dirigeants associatifs », *SociologieS* [En ligne], Théories et recherches, mis en ligne le 29 septembre 2010, consulté le 30 juillet 2011. URL : http://sociologies.revues.org/3240

REGO R., *Dirigeants associatifs : engagement et professionnalisation*, Paris, Ed. L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 2010

REIMAT A., « Production associative et bénévolat informel : quelle signification économique pour les activités de production des retraités ? », *INNOVATIONS*, n°15, 2002/1, pp.73-98

ROLLAND P., *La coopérative, une autre façon d'entreprendre*, Paris, Editions SCOPEDIT, 2001.

ROSANVALLON P., *L'âge de l'autogestion*, Paris, Le Seuil, coll.: « politique », 1976.

RUSCIO A., *Nous et moi. Grandeurs et servitudes communistes*, Paris, Éditions Tirésias, 2003

SAINSAULIEU R., « Associations et entreprises», in LAVILLE J.-L., SAINSAULIEU R. (dir.), *Sociologie de l'association. Des organisations à l'épreuve du changement social*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. : « Sociologie économique », 1999.

SAINSAULIEU R., *Des sociétés en mouvement. La ressource des institutions intermédiaires*, Paris, Desclée de Brouwer, coll. «Sociologie économique», 2001

SALAZAR G., *Historia contemporanea de Chile. Tomo I.*, Santiago, LOM ediciones, 1999.

SAURUGGER S., « L'expertise : un mode de participation des groupes d'intérêt au processus décisionnel communautaire », *Revue française de science politique*, 2002-4, vol.52, p376.

SAURUGGER S., « Les groupes d'intérêts entre démocratie associative et mécanismes de contrôle », *Raisons politiques*, 2003/2 n° 10, pp. 151-169

SCHNAPPER D., « Rapport à l'emploi, protection sociale et statuts sociaux. », *Revue française de Sociologie*, Vol. 30, n°1, 1989, pp. 3-29.

SIMONET M., *Le travail bénévole. Engagement citoyen ou travail gratuit ?*, Paris, La dispute, coll. : « travail et salariat », 2010.

SIMONET-CUSSET M., « Du bénévolat en Amérique…Au poids symbolique de la loi 1901 », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°89, juin 2001, pp.39-45.

SIMONET-CUSSET M., «Penser le bénévolat comme travail pour repenser la sociologie du travail », *Revue de l'IRES*, n°44, janvier 2004.

SINIGAGLIA J., *Le paradoxe des intermittents du spectacle : l'art de retourner les obstacles à l'action collective (2003-2006)*, Thèse de Doctorat de Sociologie, Université Paul Verlaine de Metz, 2008

SINIGAGLIA-AMADIO S., *Une approche sociologique du travail associatif dans les quartiers dits sensibles : de l'expérience à l'expertise*, Thèse de doctorat de Sociologie, Université Paul Verlaine de Metz, 2007.

SUE R*., Renouer le lien social. Liberté, égalité, association*, Paris, Editions Odile Jacob, 2001.

TILLY C., *La France conteste. De 1600 à nos jours*, Paris, Fayard, Coll. Espace du politique, 1986.

TIXIER P.-E., *Mutation ou déclin du syndicalisme? Le cas de la CFDT*., Paris, PUF, 1992.

TREPOS J.-Y., *Contribution à une sociologie du militantisme dans les organisations de consommateurs*, thèse pour le doctoratde Sociologie, Université de Lille, 1982.

TREPOS J.-Y., *Sociologie de la compétence professionnelle*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, coll. « Espace social » ? 1992.

TREPOS J.-Y., *Sociologie de l'expertise*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 1996.

TREPOS J.-Y., « L'expertise comme équipement politique de la société civile », *Questions de communication*, 2002/2, pp 7-18.

TURPIN B., « Valoriser les nouvelles compétences. Une association d'action sociale », in HAERINGER J., TRAVERSAZ F. (dir.), *Conduire le changement dans les associations d'action sociale et médico-sociale*, Paris, Dunod, 2002.

VALDEBENITO VERDUGO M.-P., « Del consumismo el consumerismo y al consumo responsable. Podemos hablar de un Nuevo tipo de consumidores? », Ponencia, Encuentro Pre ALAS, 50 años de Sociología en Chile, Santiago, nov. 2008.

VOIROL O., « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique », *Réseaux*, n° 2005/1, pp. 89-121

WEBER M., *Economie et société /1. Les catégories de la sociologie*, Paris, Plon, coll. : « Agora les classiques », (1922) 1995.

WHYTE F., *L'Europe à visage humain ?. Citoyenneté, Social, Consommation…*, Paris, Ed. L'Harmattan, 1994.

WIEVIORKA M., *L'État, le patronat et les consommateurs*, Paris, PUF, coll. « politiques », 1977.

WILLEMEZ L., « *Perseverare Diabolicum* : l'engagement militant à l'épreuve du vieillissement social », *Lien social et politique*, n°51, pp.71-82.

ZAMORANO VAREA P., « Movimientos de consumidores en Chile. Entre la novedad y el reciclaje », *Revista de Estudios Hist*^{ó}*ricos*, vol.5, n°1, 2006

LISTE DES SOURCES ANALYSÉES

Arrêtés, décrets et textes de loi :

Arrêté du 14 mars 2005 portant règlement intérieur du Conseil national de la consommation, Version consolidée le 18 mars 2005.

Arrêté du 23 mai 2011 portant sur la modification de l'arrêté du 14 mars 2005 relatif à la constitution, aux attributions et au fonctionnement du bureau du Conseil national de la consommation.

Article R411-1, Créé par Décret n°97-298 du 27 mars 1997 - art. 1 (V) JORF 3 avril 1997.

Code civil local Alsace-Moselle

Décret du 16 août 1901 pris pour l'exécution de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (dernière modification mai 2008)

La loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973

Décret n°83-642 du 12 juillet 1983 portant création d'un Conseil national de la consommation.

Ley 19.496 sobre la protección del consumidor.

Ley 20.500 sobre asociaciones y particpación ciudadana en la gestión publica

Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (dernière modification août 2009)

Publications institutionnelles

Commission européenne, *Sommet de Paris, 19 au 21 octobre 1972*. Paris, 1972.

« Historique des Directions et Services du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie », CAEF, Août 2004.

CNC, « Rapport d'activité du Conseil national de la consommation pout l'année 2007 »,

Paris, 2007.

DGCCRF, « Le Conseil national de la consommation vient d'avoir vingt ans », Actualités n°172, février 2004.

LAURENT D., « Mission relative au mouvement consumériste en France », rapport commandé par Luc Chatel alors Secrétaire d'Etat chargé de l'Industrie et de la Consommation

Sernac, *Revista del consumidor*, diciembre 2006.

Sernac, *Revista del consumidor*, junio 2007.

Sernac, « Metas, indicadores de gestión y ponderadores para cada uno de los equipos de trabajo del Servicio Nacional del Consumidor, año 2010 », 2010.

Supports de communication associatifs :

«Les associations qui vous défendent. Le guide des associations de consommateurs», Supplément au n° 410, *60 Millions de consommateurs*, novembre 2006.

ORGANISATIONS INTERNATIONALES DE DÉFENSE DES CONSOMMATEURS

« Statuts du BEUC. N°d'identification de l'entreprise 0422071051 », ref. : X/041/2008, mis à jour le 02/09/09.

Coface, « Statuts (tels que modifiés par l'Assemblée générale du 8 mai 2007 », 2007.

Coface, « Coface 1958_2008. La voix des familles dans l'Union européenne », Bruxelles, 2008

Consumers International, Constitution of Consumers International as amended 1 November 2007, Sydney, 2007.

Consumers International, « CI pamphlet », Fort Worth, (version française publiée grâce au soutien de Consumers Union, USA), 2011.

ADECOVAL

« presentacion de la asociacion de consumidores de Valparaiso », 1993.

« De la defensa del consumidor », comunicado de prensa, 1997.

« Encuentro nacional de consumidores y usuarios », Valparaíso, 1998.

ASSECO-CFDT

Info conso, janvier 2009

Info conso, février 2009

Info conso, mars 2009

Info conso, avril 2009

Info conso, mai 2009

Info conso, juin 2009

Info conso, juillet 2009

Info conso, août 2009

Info conso, septembre 2009

Info conso, octobre 2009

Info conso, novembre 2009

Info conso, décembre 2009

CLCV

« 1952-2002 : 50 ans de consommation citoyenne », (brochure), Paris, CLCV: Consommation logement et cadre de vie, 2002.

« L'éco-consommation en marche. Rapport d'activité 2004-2008 », 23ème congrès CLCV: Consommation, logement et cadre de vie, novembre 2008.

Cadre de Vie, n°152, juillet-août-septembre 2006

Cadre de Vie, n°153, octobre-novembre-décembre 2006

Cadre de Vie, n°154, janvier-février-mars 2007

Cadre de Vie, n°154, avril-mai-juin 2007

Cadre de Vie, n°155, juillet-août-septembre 2007

Cadre de Vie, n°156, octobre-novembre-décembre 2007

Cadre de Vie, n°157, janvier-février-mars 2008

Cadre de Vie, n°158, avril-mai-juin 2008

Cadre de Vie, n°159, juillet-août-septembre 2008

CSCV 1952-1992. 40 ans d'action par les consommateurs, (sous la direction du bureau national CSCV) Paris, supplément à Cadre de Vie n° 78, 1992.

Le consommateur lorrain, n°232, Septembre / Octobre 2006

Le consommateur lorrain, n°233, Novembre / Décembre 2006

Le consommateur lorrain, n°234, Janvier / Février 2007

Le consommateur lorrain, n°235, Mars / Avril 2007

Le consommateur lorrain, n°236, Mai/Juin 2007

Le consommateur lorrain, n°237, Juillet/Août 2007

Le consommateur lorrain, n°238, Septembre/Octobre 2007

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 290, Septembre/Octobre 2007

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 291, Novembre/Décembre 2007

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 292, Janvier/Février 2008

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 293, Mars/Avril 2008

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 294, Mai/Juin 2008

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 295, Juillet/Août 2008

Vie des structures et réseaux CLCV, n° 296, Septembre/Octobre 2008

FAMILLES DE FRANCE

Familles de France magazine, n°695, Septembre/Octobre 2006

Familles de France magazine, n°696, Novembre/Décembre 2006

Familles de France magazine, n°697, Janvier/Février 2007

Familles de France magazine, n°698, Mars/Avril 2007

Familles de France magazine, n°699, Mai/Juin 2007

Familles de France magazine, n°700, Juillet/Août 2007

Familles de France magazine, n°701, Septembre/Octobre 2007

Familles de France magazine, n°702, Novembre/Décembre 2007

Familles de France magazine, n°703, Janvier/Février 2008

Familles de France magazine, n°704, Mars/Avril 2008

Familles de France magazine, n°705, Mai/Juin 2008

INDECOSA-CGT

« Première assemblée générale d'INDECOSA-CGT », Le Peuple, Mars 1983

IN Magazine, n°124, Janvier-Février 2009

IN Magazine, n°125, Mars-Avril 2009

IN Magazine, n°126, Mai-Juin 2009

IN Magazine, n°127, Juillet-Août 2009

IN Magazine, n°128, Septembre-Octobre 2009

IN Magazine, n°129, Novembre-Décembre 2009

UFC-QUE CHOISIR ?

AGIR, Feuillet national (4p), octobre 2007

Consom'action, n°1, Thionville, octobre 2008

Consom'action, n°2, Thionville, avril 2009

Consom'action, n°3, Thionville, octobre 2009

« Voyages en avion : vos droits - Assurance protection juridique », *Défense Action Consommation,* n°111, Metz, 4e trimestre 2007

« Evitez les pièges de vacances - AG de l'association », *Défense Action Consommation,* n°112, Metz, 1er trimestre 2008

« Centres de bronzage : faut-il leur faire confiance ? », *Défense Action Consommation,* n°113, Metz, 2ème trimestre 2008

« Notre enquête de prix dans les grandes surfaces », *Défense Action Consommation,* n°114, Metz, 3ème trimestre 2008

« Locataires : connaissez vos droits », *Défense Action Consommation,* n°115, association locale de Metz, 4ème trimestre 2008

Que Choisir?, n°1, décembre 1961.

Que Choisir?, « 50 ans d'indépendance », n°388, décembre 2001.

Que Choisir, n°445*,* Février 2007

Que choisir, n°446, Mars 2007

Que choisir, n°447, Avril 2007

Que choisir, n°448, Mai 2007

Que choisir, n°449, Juin 2007

Que choisir, n°450, Juillet 2007

Que choisir, n°451, Septembre 2007

Que choisir, n°452, Octobre 2007

Que choisir, n°453, Novembre 2007

Que choisir, n°454, Décembre 2007

Que choisir, n°455, Janvier 2008

Que choisir, n°456, Février 2008

Que choisir, n°457, Mars 2008

Que choisir, n°458, Avril 2008

Sites internet :

Bureau européen des unions de consommateurs : http://www.beuc.org

CLCV : http://www.clcv.org/

CLCV Uckange: http://www.multisite.clcv.org/permanences-clcv/lorraine/clcv-uckange.html

Coface : http://coface-eu.org/fr/

CONADECUS (ADECOVAL) : http://www.conadecus.cl

CNC : http://www.minefi.gouv.fr/conseilnationalconsommation

Consumers International : http://www.consumersinternational.org

DGCCRF : http://www.dgccrf.bercy.gouv.fr

Famille de France : http://www.familles-de-france.org/

Famille de France Moselle : http://www.famillesdefrance57.fr

Légifrance : http://www.legifrance.gouv.fr/

Sernac : http://www.sernac.cl

UFC QC : http://www.quechoisir.org/

UFC-QC Metz : http://www.ufcquechoisir-metz.org/

UFC-QC Thionville : http://www.ufcquechoisir-thionville.fr/

ANNEXES

Annexe 1 : Table des sigles

ACHICO : Asociación Chilena de Consumidores / Association chilienne des consommateurs

ACO : Action catholique ouvrière

ADECOVAL : Asociación de consumidores de Valparaíso / Association de consommateurs de Valparaíso

AEC : Association européenne des consommateurs

AFNOR : Association française de normalisation

AFOC : Association force ouvrière consommateurs

AFR : Association familiale rurale

AG : Assemblée générale

AGESSIC : Association des groupes d'études économiques, sociales et syndicales d'inspiration chrétienne

AIT : Association internationale des travailleurs

AMAPA : Association mosellane d'aide aux personnes âgées et handicapées

APF : Associations populaires familiales

APROC-Viña : Asociación de proteccion al consumidor de Viña del Mar / Association de protection du consommateur de Viña del Mar

ASSECO-CFDT : Association étude et consommation - CFDT

ATTAC : Association pour la taxation des transactions financières et pour l'action citoyenne

BEP : Brevet d'études professionnelles

BEUC : Bureau européen des unions de consommateurs

CA : Conseil d'administration

CAE : Contrat d'accompagnement dans l'emploi

CAF : Caisse d'allocations familiales

CAP : Certificat d'aptitude professionnelle

CDAC : Commission départementale d'aménagement commercial

CDD : Contrat à durée déterminée

CDI : Contrat à durée indéterminée

CE : Communauté européenne

CE : Comité d'entreprise

CFDT : Confédération française démocratique du travail

CFTC : Confédération française des travailleurs chrétiens

CGT : Confédération générale du travail

CGT-CCRF : Syndicat national des agents CGT de la Concurrence, consommation et répression des fraudes

CGT-FO : Confédération générale du travail – Force ouvrière

CGT-SR : Confédération générale du travail – Syndicaliste révolutionnaire

CGTU : Confédération générale du travail unitaire

CHSCT : Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail

CI : Consumers International

CIA : Central Intelligence Agency / Agence centrale de renseignement

CLCV : Confédération de la Consommation, logement et cadre de vie

CNAM : Conservatoire national des arts et métiers

CNAPF : Confédération nationale des associations populaires familiales

CNAPFS : Confédération nationale des associations populaires familiales syndicales

CNC : Conseil national de la consommation

COFACE : Confédération des organisations familiales de l'Union européenne

COJEP : Carrefour des organisations de jeunesse et d'éducation populaire

CONACCION : Asociación de Consumidores / Association de consommateurs

CONADECUS : Consejo nacional de consumidores y usuarios / Conseil national des consommateurs et usagers

CRS : Compagnie républicaine de sécurité

CSCV : Confédération syndicale du cadre de vie

CSF : Confédération syndicale des familles

CTRC : Centre technique régional de la consommation

CUPEMCHI : Central Unitaria de Pensionados y Montepiados de Chile / Centrale unitaire des retraités et des pensionnaires du Chili

CUT : Central Unitaria de trabajadores de Chile / Centrale unitaire des travailleurs du Chili

DDPP : Direction départementale de la protection des populations

DGCCRF : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes

DGCIP : Direction du commerce intérieur et des prix

DGPCE : Direction générale des prix et des contrôles économiques

DGPEE : Direction générale des prix et des enquêtes économiques

DIRECCTE : Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi

DIRINCO : Dirección de industria y comercio / Direction de l'industrie et du commerce

DP : Délégué du personnel

EDF : Electricité de France

ETFP : processus d'établissement des productions concernant le commerce équitable

FFF : Fédération des familles de France

FO : Force ouvrière

HLM : Habitation à loyer modéré

INC : Institut national de la consommation

INDECOSA-CGT : Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés - CGT

INN : Instituto nacional de normalizacion / Institut national de normalisation

INSEE : Institut national de la statistique et des études économiques

IOCU : International organization consumers unions / Organisation internationale des unions de consommateurs

ISO : International Organization for Standardization / Organisation internationale de normalisation

IVG : Interruption volontaire de grossesse

JOC : Jeunesse ouvrière chrétienne

MJC : Maison des jeunes et de la culture

MLF : Mouvements de libération des femmes

MLO : Mouvement de libération ouvrière

MLP : Mouvement de libération du peuple

MPF : Mouvement populaire des familles

NPA : Nouveau parti anticapitaliste

NTIC : Nouvelles technologies de l'information et de la communication

Odecu : Organización de Consumidores y Usuarios de Chile / Organisation des consommateurs et usagers du Chili

OGM : Organisme génétiquement modifié

OMC : Organisation mondiale du commerce

ONU : Organisation des nations unies

OPAC : Office public d'aménagement et de construction

OPHLM : Office public d'habitation à loyer modéré

Participa-AC : Participa - Asociación de consumidores / Participe – Association de consommateurs

PCF : Parti communiste Français

PS : Parti socialiste

RTT : Réduction du temps de travail

SAP : Superintendencia de Abastecimiento y Precios / Superintendance d'approvisionnement et des prix

SEGEGOB : Secretaria General de Gobierno / Secrétariat général du gouvernement

Sernac : Servicio nacional del consumidor / Service national du consommateur

SFIO : Section française de l'internationale ouvrière

SGEN : Syndicat général de l'éducation nationale

SMAE : Société mécanique automobile de l'Est

TACD : Dialogue transatlantique des consommateurs

UD : Union départementale

UDAF : Union départementale des associations familiales

UE : Union européenne

UFC : Union fédérale de la consommation

UFC : Union fédérale des consommateurs

UFC-QC : Union Fédérale des Consommateurs - Que choisir?

UIOF : Union internationale des organismes familiaux

UL : Union locale

UNAF : Union nationale des associations familiales

UNEF : Union nationale des étudiants de France

UNSA : Union nationale des syndicats autonomes

ZEP : Zone d'éducation prioritaire

Annexe 2 : Liste des entretiens

N°	Association	Statut dans l'association	Expérience bénévole et/ou militante	Profession	Date de l'entretien	Durée
1	ADECOVAL	Président	Ancien syndicaliste de la CUT, Président d'un Conseil de quartier, Vice-Président de CUPEMCHI	Postier retraité	24/07/2007	2h05
2	ADECOVAL	Vice-Président	Ancien porte-parole de quartier et ancien représentant communal de *Democracia Cristiana*, Président de CUPEMCHI	Employé municipal retraité	26/07/2007	1h47
3*	ADECOVAL	Bénévole	/	Employée municipale	31/07/2007	/
4*	ADECOVAL	Bénévole	Présidente d'un conseil de quartier	/	31/07/2007	/
5	ADECOVAL	Trésorière	/	Secrétaire et artisane	07/08/2007	1h22
6	ADECOVAL	Bénévole	Membre actif du *Foto cine club de Valparaíso*	Reporter graphique retraité	09/08/2007	1h32
7	ADECOVAL	Bénévole	Président du *Club adulto mayor renacer con sabidura*,	Postier retraité	21/08/2007	1h47

			Président d'un conseil de quartier			
8	ADECOVAL	Bénévole	Président du *Miradero O'Higgins*	Dirigeant d'entreprise	23/08/2012	1h22
9	ADECOVAL	Bénévole	Administrateur du collège des journalistes de Valparaíso	Chargé de communication	28/08/2007	1h52
10	ADECOVAL	Bénévole	Militant des mouvements sociaux	Travailleur saisonnier	29/08/2007	2h02
11	ADECOVAL	Bénévole	Syndicaliste de la CUT	Ouvrier du bâtiment	04/09/2007	1h59
12	Participa-AC	Président	/	Avocat	05/09/2007	1h15
13	ADECOVAL	Bénévole	Membre active de la Corporación del circulo de campeones y cuequeros de Chile	Chef d'unité technique et pédagogique d'un lycée	06/09/2007	1h57
14	ADECOVAL	Bénévole	/	Employée municipale retraitée	12/09/2007	1h52
15	ADECOVAL	Bénévole	Adhérente et militante au Partido Socialista	Travailleuse sociale	13/09/2007	1h58
16	CLCV Moselle	Coordinateur salarié	Ancien militant de la CSCV	/	19/02/2008	2h09
17	CLCV Moselle	Président	Ancien militant des JOC, ACO, adhérent de la CFDT et d'ATTAC.	Rédacteur à l'inspection académique	04/03/2008	2h05
18	UFC-QC Metz	Juriste stagiaire	/	étudiante	16/09/2008	1h38

19	UFC-QC Metz	Bénévole	Ancien Vice-Président de l'association des retraités de la gendarmerie, ancien bénévole au Secours populaire	Gendarme retraité	24/09/2008	1h12
20	UFC-QC Metz	Secrétaire	Ancien Vice-Président de la Fédération nationale des étudiants en sciences	Professeur émérite des Universités	02/10/2008	1h45
21	Familles de France Moselle	Directeur salarié	Militant écologiste à Green Peace	/	13/10/2008	1h52
22	Familles de France Moselle	Juriste salarié	Bénévole au sein d'UFC-QC Metz	/	22/10/2008	1h35
23	Familles de France Moselle	Président	Ancien bénévole de Familles lorraines	Chef d'unité dans l'industrie retraité	04/11/2008	1h47
24	Familles de France Moselle	Secrétaire-Adjointe	Présidente de Familles Lorraines, ancienne Présidente de l'AMAPA et de la CAF Moselle.	/	06/11/2008	1h55
25	CLCV Uckange	Président	Syndicaliste de la CFDT	Ouvrier de la sidérurgie retraité	13/10/2009	1h43
26	UFC-QC Thionville	Président	/	Directeur d'enseigne retraité	20/10/2009	1h55
27	CLCV Uckange	Secrétaire administrative salariée et trésorière	Militante de la CLCV	/	22/10/2009	1h17

28	CLCV Uckange	Déléguée de quartier	Ancienne syndicaliste de la CFTC dans l'industrie automobile	Agent d'accueil dans une association d'action sociale et médico-sociale	03/11/2009	1h35
29	UFC-QC Thionville	Vice-Président (et trésorier informel)	Ancien syndicaliste de la CFDT, puis de l'UNSA	Cheminot retraité	05/11/2009	1h47
30	UFC-QC Thionville	Secrétaire administrative salariée	Ancienne bénévole d'UFC-QC Thionville	/	17/11/2009	1h57
31	CLCV Uckange	Vice-Présidente	Ancienne syndicaliste	Professeure des écoles retraitée	19/11/2009	1h12
32	UFC-QC Thionville	Bénévole	Ancien Président d'association de parents d'élèves, ancien maire d'une petite commune mosellane	Chef de service dans la sidérurgie	30/11/2009	1h46
33	CLCV Uckange	Responsable consommation	Conseillère municipale et adhérente au PS	/	17/12/2009	1h48
34	INDECOSA-CGT	Président	Syndicaliste de la CGT et sympathisant du NPA	Agent de la DDCCRF	22/01/2010	2h15
35	ASSECO-CFDT	Président	Syndicaliste de la CFDT	Ouvrier de la sidérurgie	22/02/2010	1h55

Annexe 3 : Guides d'entretien

Guide spécifique aux bénévoles

TRAJECTOIRE SOCIALE

Pouvez-vous me raconter votre parcours scolaire et professionnel ?
Trajectoire scolaire
Trajectoire professionnelle
Trajectoire associative, syndicale ou autres (arrivée dans l'organisation, le choix de cette organisation…)
La manière de se définir au sein de la structure : militant bénévole autres.
Sa perception de la consommation

FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF

Pouvez-vous me décrire comment fonctionne l'association ?
Les principes défendus par l'association (évaluer sa connaissance historique de l'association)
Le nombre d'adhérents
Le nombre de militants
Le nombre de salariés
Fréquence des réunions et nombre de participants.
Description d'une réunion ordinaire :
-qui décide de la tenue des réunions et des actions menées.
-type d'action menée pour la défense des consommateurs
-répartition des tâches.

ACTIVITE ASSOCIATIVE

Que faites-vous au sein de l'association ?

Ses activités
Le temps mis à disposition dans l'organisation
Fonctionnement
La place de la défense du consommateur dans la structure

CARACTÉRISTIQUES DES RELATIONS

Entre militants, bénévoles
Bénévoles et salariés
Avec les adhérents
Avec les autres associations de consommateurs
Avec les pouvoirs publics
Avec les médias

Guide spécifique aux salariés

TRAJECTOIRE SOCIALE

Pouvez-vous me raconter votre parcours scolaire et professionnel ?
Trajectoire scolaire
Trajectoire professionnelle
Trajectoire associative, syndicale ou
Sa perception de la consommation

FONCTIONNEMENT ASSOCIATIF

Pouvez-vous me décrire comment fonctionne l'association ?
Les principes défendus par l'association (évaluer sa connaissance historique de l'association)
Le nombre d'adhérents
Le nombre de militants
Le nombre de salariés
Fréquence des réunions et nombre de participants.
Description d'une réunion ordinaire :
-qui décide de la tenue des réunions et des actions menées.
-type d'action menée pour la défense des consommateurs
-répartition des tâches.

DESCRIPTION DU POSTE

Que faites-vous au sein de l'association ?
Recrutement :
-qualifications requises pour le poste
-déroulement de la procédure de recrutement.
Missions attachées au poste
Détails des tâches effectuées au sein du poste
Type de contrat de travail

CARACTÉRISTIQUES DES RELATIONS

Entre militants, bénévoles
Bénévoles et salariés
Avec les adhérents
Avec les autres associations de consommateurs
Avec les pouvoirs publics

Annexe 4 : Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association (version en vigueur au 24 mars 2012)

Titre I.

Article 1
L'association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices. Elle est régie, quant à sa validité, par les principes généraux du droit applicables aux contrats et obligations.

Article 2
Les associations de personnes pourront se former librement sans autorisation ni déclaration préalable, mais elles ne jouiront de la capacité juridique que si elles se sont conformées aux dispositions de l'article 5.

Article 2 bis
Créé par LOI n°2011-893 du 28 juillet 2011 - art. 45

Les mineurs de seize ans révolus peuvent librement constituer une association.
Sous réserve d'un accord écrit préalable de leur représentant légal, ils peuvent accomplir tous les actes utiles à son administration, à l'exception des actes de disposition.

Article 3
Toute association fondée sur une cause ou en vue d'un objet illicite, contraire aux lois, aux bonnes moeurs, ou qui aurait pour but de porter atteinte à l'intégrité du territoire national et à la forme républicaine du gouvernement, est nulle et de nul effet.

Article 4
Modifié par LOI n°2012-387 du 22 mars 2012 - art. 125

Tout membre d'une association peut s'en retirer en tout temps, après paiement des cotisations échues et de l'année courante, nonobstant toute clause contraire.

Article 5
Modifié par Ordonnance n°2005-856 du 28 juillet 2005 - art. 4 JORF 29 juillet 2005 en vigueur le 1er janvier 2006

Toute association qui voudra obtenir la capacité juridique prévue par l'article 6 devra être rendue publique par les soins de ses fondateurs.

La déclaration préalable en sera faite à la préfecture du département ou à la sous-préfecture de l'arrondissement où l'association aura son siège social. Elle fera connaître le titre et l'objet de l'association, le siège de ses établissements et les noms, professions et domiciles et nationalités de ceux qui, à un titre quelconque, sont chargés de son administration. Un exemplaire des statuts est joint à la déclaration. Il sera donné récépissé de celle-ci dans le délai de cinq jours.

Lorsque l'association aura son siège social à l'étranger, la déclaration préalable prévue à l'alinéa précédent sera faite à la préfecture du département où est situé le siège de son principal établissement.

L'association n'est rendue publique que par une insertion au Journal officiel, sur production de ce récépissé.

Les associations sont tenues de faire connaître, dans les trois mois, tous les changements survenus dans leur administration, ainsi que toutes les modifications apportées à leurs statuts.

Ces modifications et changements ne sont opposables aux tiers qu'à partir du jour où ils auront été déclarés.

Les modifications et changements seront en outre consignés sur un registre spécial qui devra être présenté aux autorités administratives ou judiciaires chaque fois qu'elles en feront la demande.

Article 6
Modifié par LOI n°2012-387 du 22 mars 2012 - art. 126

Toute association régulièrement déclarée peut, sans aucune autorisation spéciale, ester

en justice, recevoir des dons manuels ainsi que des dons d'établissements d'utilité publique, acquérir à titre onéreux, posséder et administrer, en dehors des subventions de l'Etat, des régions, des départements, des communes et de leurs établissements publics :

1° Les cotisations de ses membres ;

2° Le local destiné à l'administration de l'association et à la réunion de ses membres ;

3° Les immeubles strictement nécessaires à l'accomplissement du but qu'elle se propose.

Les associations déclarées qui ont pour but exclusif l'assistance, la bienfaisance, la recherche scientifique ou médicale peuvent accepter les libéralités entre vifs ou testamentaires dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.

Article 7
Modifié par LOI n°2012-387 du 22 mars 2012 - art. 127

En cas de nullité prévue par l'article 3, la dissolution de l'association est prononcée par le tribunal de grande instance, soit à la requête de tout intéressé, soit à la diligence du ministère public. Celui-ci peut assigner à jour fixe et le tribunal, sous les sanctions prévues à l'article 8, ordonner par provision et nonobstant toute voie de recours, la fermeture des locaux et l'interdiction de toute réunion des membres de l'association.

Article 8
Modifié par Ordonnance n°2000-916 du 19 septembre 2000 - art. 3 (V) JORF 22 septembre 2000 en vigueur le 1er janvier 2002

Seront punis d'une amende prévue par le 5° de l'article 131-13 du code pénal pour les contraventions de 5è classe en première infraction, et, en cas de récidive, ceux qui auront contrevenu aux dispositions de l'article 5 [*sanctions pénales*].

Seront punis de trois ans d'emprisonnement et de 45000 euros d'amende, les fondateurs, directeurs ou administrateurs de l'association qui se serait maintenue ou reconstituée illégalement après le jugement de dissolution.

Seront punies de la même peine toutes les personnes qui auront favorisé la réunion des membres de l'association dissoute, en consentant l'usage d'un local dont elles disposent.

Article 9

En cas de dissolution volontaire, statutaire ou prononcée par justice, les biens de l'association seront dévolus conformément aux statuts ou, à défaut de disposition statutaire, suivant les règles déterminées en assemblée générale.

Titre II.

Article 10
Modifié par Loi n°87-571 du 23 juillet 1987 - art. 17 JORF 24 juillet 1987

Les associations peuvent être reconnues d'utilité publique par décret en Conseil d'Etat à l'issue d'une période probatoire de fonctionnement d'une durée au moins égale à trois ans.

La reconnaissance d'utilité publique peut être retirée dans les mêmes formes.

La période probatoire de fonctionnement n'est toutefois pas exigée si les ressources prévisibles sur un délai de trois ans de l'association demandant cette reconnaissance sont de nature à assurer son équilibre financier.

Article 11
Modifié par Ordonnance n°2005-856 du 28 juillet 2005 - art. 2 JORF 29 juillet 2005 en vigueur le 1er janvier 2006

Ces associations peuvent faire tous les actes de la vie civile qui ne sont pas interdits par leurs statuts, mais elles ne peuvent posséder ou acquérir d'autres immeubles que ceux nécessaires au but qu'elles se proposent. Cependant, elles peuvent acquérir, à titre onéreux ou à titre gratuit, des bois, for êts ou terrains à boiser. Toutes les valeurs mobilières d'une association doivent être placées en titres nominatifs, en titres pour lesquels est établi le bordereau de références nominatives prévu à l'article 55 de la loi n° 87-416 du 17 juin 1987 sur l'épargne ou en valeurs admises par la Banque de France en garantie d'avances.

Elles peuvent recevoir des dons et des legs dans les conditions prévues par l'article 910 du code civil.

NOTA: Ordonnance n° 2005-856 du 28 juillet 2005 art. 9 :
l'article 2 n'est pas applicable aux libéralités pour lesquelles des demandes d'autorisation de leur acceptation ont été formées avant l'entrée en vigueur de la présente ordonnance.

Article 12 (abrogé)

Titre III.

Article 13

Toute congrégation religieuse peut obtenir la reconnaissance légale par décret rendu sur avis conforme du Conseil d'Etat ; les dispositions relatives aux congrégations

antérieurement autorisées leur sont applicables.

La reconnaissance légale pourra être accordée à tout nouvel établissement congréganiste en vertu d'un décret en Conseil d'Etat.

La dissolution de la congrégation ou la suppression de tout établissement ne peut être prononcée que par décret sur avis conforme du Conseil d'Etat.

Article 14 (abrogé)

Article 15
Modifié par Décret n°2004-1159 du 29 octobre 2004 - art. 19 (V) JORF 31 octobre 2004 en vigueur le 1er janvier 2005

Toute congrégation religieuse tient un état de ses recettes et dépenses ; elle dresse chaque année le compte financier de l'année écoulée et l'état inventorié de ses biens meubles et immeubles.

La liste complète de ses membres, mentionnant leur nom de famille, ainsi que le nom sous lequel ils sont désignés dans la congrégation, leur nationalité, âge et lieu de naissance, la date de leur entrée, doit se trouver au siège de la congrégation.

Celle-ci est tenue de représenter sans déplacement, sur toute réquisition du préfet à lui même ou à son délégué, les comptes, états et listes ci-dessus indiqués.

Seront punis des peines portées au paragraphe 2 de l'article 8 les représentants ou directeurs d'une congrégation qui auront fait des communications mensongères ou refusé d'obtempérer aux réquisitions du préfet dans les cas prévus par le présent article.

Article 16 (abrogé)

Article 17

Sont nuls tous actes entre vifs ou testamentaires, à titre onéreux ou gratuit, accomplis soit directement, soit par personne interposée, ou toute autre voie indirecte, ayant pour objet de permettre aux associations légalement ou illégalement formées de se soustraire aux dispositions des articles 2, 6, 9, 11, 13, 14 et 16.

La nullité pourra être prononcée soit à la diligence du ministère public, soit à la requête de tout intéressé.

Article 18

Les congrégations existantes au moment de la promulgation de la présente loi, qui n'auraient pas été antérieurement autorisées ou reconnues, devront, dans le délai de trois

mois, justifier qu'elles ont fait les diligences nécessaires pour se conformer à ses prescriptions.

A défaut de cette justification, elles sont réputées dissoutes de plein droit. Il en sera de même des congrégations auxquelles l'autorisation aura été refusée.

La liquidation des biens détenus par elles aura lieu en justice. Le tribunal, à la requête du ministère public, nommera, pour y procéder, un liquidateur qui aura pendant toute la durée de la liquidation tous les pouvoirs d'un administrateur séquestre.

Le tribunal qui a nommé le liquidateur est seul compétent pour connaître, en matière civile, de toute action formée par le liquidateur ou contre lui.

Le liquidateur fera procéder à la vente des immeubles suivant les formes prescrites pour les ventes de biens de mineurs.

Le jugement ordonnant la liquidation sera rendu public dans la forme prescrite pour les annonces légales.

Les biens et valeurs appartenant aux membres de la congrégation antérieurement à leur entrée dans la congrégation, ou qui leur seraient échus depuis, soit par succession ab intestat en ligne directe ou collatérale, soit par donation ou legs en ligne directe, leur seront restitués.

Les dons et legs qui leur auraient été faits autrement qu'en ligne directe pourront être également revendiqués, mais à charge par les bénéficiaires de faire la preuve qu'ils n'ont pas été les personnes interposées prévues par l'article 17.

Les biens et valeurs acquis, à titre gratuit et qui n'auraient pas été spécialement affectés par l'acte de libéralité à une oeuvre d'assistance pourront être revendiqués par le donateur, ses héritiers ou ayants droit, ou par les héritiers ou ayants droit du testateur, sans qu'il puisse leur être opposé aucune prescription pour le temps écoulé avant le jugement prononçant la liquidation.

Si les biens et valeurs ont été donnés ou légués en vue de gratifier non les congréganistes, mais de pourvoir à une oeuvre d'assistance, ils ne pourront être revendiqués qu'à charge de pourvoir à l'accomplissement du but assigné à la libéralité.

Toute action en reprise ou revendication devra, à peine de forclusion, être formée contre le liquidateur dans le délai de six mois à partir de la publication du jugement. Les jugements rendus contradictoirement avec le liquidateur, et ayant acquis l'autorité de la chose jugée, sont opposables à tous les intéressés.

Passé le délai de six mois, le liquidateur procédera à la vente en justice de tous les immeubles qui n'auraient pas été revendiqués ou qui ne seraient pas affectés à une oeuvre d'assistance.

Le produit de la vente, ainsi que toutes les valeurs mobilières, sera déposé à la Caisse

des dépôts et consignations.

L'entretien des pauvres hospitalisés sera, jusqu'à l'achèvement de la liquidation, considéré comme frais privilégiés de liquidation.

S'il n'y a pas de contestation ou lorsque toutes les actions formées dans le délai prescrit auront été jugées, l'actif net est réparti entre les ayants droit.

Le décret visé par l'article 20 de la présente loi déterminera, sur l'actif resté libre après le prélèvement ci-dessus prévu, l'allocation, en capital ou sous forme de rente viagère, qui sera attribuée aux membres de la congrégation dissoute qui n'auraient pas de moyens d'existence assurés ou qui justifieraient avoir contribué à l'acquisition des valeurs mises en distribution par le produit de leur travail personnel.

Article 19 (abrogé)
Abrogé par Loi n°92-1336 du 16 décembre 1992 - art. 323 (V) JORF 23 décembre 1992 en vigueur le 1er mars 1994

Article 20

Un décret déterminera les mesures propres à assurer l'exécution de la présente loi.

Article 21

Sont abrogés les articles 291, 292, 293 du code pénal, ainsi que les dispositions de l'article 294 du même code relatives aux associations ; l'article 20 de l'ordonnance du 5-8 juillet 1820 ; la loi du 10 avril 1834 ; l'article 13 du décret du 28 juillet 1848 ; l'article 7 de la loi du 30 juin 1881 ; la loi du 14 mars 1872 ; le paragraphe 2, article 2, de la loi du 24 mai 1825 ; le décret du 31 janvier 1852 et, généralement, toutes les dispositions contraires à la présente loi.

Il n'est en rien dérogé pour l'avenir aux lois spéciales relatives aux syndicats professionnels, aux sociétés de commerce et aux sociétés de secours mutuels.

Article 21 bis
Modifié par LOI n°2009-970 du 3 août 2009 - art. 10

La présente loi est applicable dans les collectivités d'outre-mer régies par l'article 74 de la Constitution et en Nouvelle-Calédonie, à l'exception de son article 18 et sous réserve des dispositions suivantes :
I. - Pour l'application de la présente loi à Mayotte :
1° A l'article 5, les références à la préfecture du département et à la sous-préfecture de l'arrondissement sont remplacées par la référence à la préfecture ;

2° A l'article 6, les mots : " des régions, des départements " sont remplacés par les mots : " de la collectivité " ;
3° A l'article 7, la référence au tribunal de grande instance est remplacée par la référence au tribunal de première instance.
II. - Pour l'application de la présente loi à Saint-Barthélemy, à Saint-Martin et à Saint-Pierre-et-Miquelon :
1° A l'article 5, les références à la préfecture du département et à la sous-préfecture de l'arrondissement sont remplacées par la référence aux services du représentant de l'Etat ;
2° A l'article 6, les mots : " des régions, des départements " sont remplacés par les mots : " de la collectivité " ;
3° A l'article 15, la référence au préfet est remplacée par la référence au représentant de l'Etat.
III. - Pour l'application de la présente loi dans les îles Wallis et Futuna :
1° A l'article 5, les références à la préfecture du département et à la sous-préfecture de l'arrondissement sont remplacées par la référence aux services de l'administrateur supérieur ;
2° A l'article 6 :
a) Les mots : " des régions, des départements, des communes " sont remplacés par les mots : " des îles Wallis et Futuna, des circonscriptions territoriales " ;
b) Après les mots : " 16 euros " sont insérés les mots : " ou à un montant équivalent en monnaie locale " ;
3° A l'article 7, la référence au tribunal de grande instance est remplacée par la référence au tribunal de première instance ;
4° A l'article 8, après les mots : " 45 000 euros " sont insérés les mots : " ou d'un montant équivalent en monnaie locale " ;
5° A l'article 11, les mots : " en titres pour lesquels est établi le bordereau de références nominatives prévu à l'article 55 de la loi n° 87-416 du 17 juin 1987 sur l'épargne " sont supprimés ;
6° A l'article 15, la référence au préfet est remplacée par la référence à l'administrateur supérieur ;
7° (Abrogé)
IV. - Pour l'application de la présente loi en Polynésie française :
1° A l' article 5 :
a) La référence à la préfecture du département est remplacée par la référence aux services du haut-commissaire de la République ;
b) La référence à la sous-préfecture de l'arrondissement est remplacée par la référence aux services du chef de subdivision administrative ;
2° A l'article 6 :
a) Les mots : " des régions, des départements " sont remplacés par les mots : " de la Polynésie française " ;
b) Après les mots : " 16 euros " sont insérés les mots : " ou à un montant équivalent en monnaie locale " ;
3° A l'article 7, la référence au tribunal de grande instance est remplacée par la référence au tribunal de première instance ;
4° A l'article 8, après les mots : " 45 000 euros " sont insérés les mots : " ou d'un montant équivalent en monnaie locale " ;
5° A l'article 11, les mots : " en titres pour lesquels est établi le bordereau de références nominatives prévu à l'article 55 de la loi n° 87-416 du 17 juin 1987 sur l'épargne " sont

supprimés ;
6° A l'article 15, la référence au préfet est remplacée par la référence au haut-commissaire de la République.
V. - Pour l'application de la présente loi en Nouvelle-Calédonie :
1° A l'article 5 :
a) La référence à la préfecture du département est remplacée par la référence aux services du haut-commissaire de la République ;
b) La référence à la sous-préfecture de l'arrondissement est remplacée par la référence aux services du commissaire délégué de la République de la province ;
2° A l'article 6 :
a) Les mots : " des régions, des départements " sont remplacés par les mots : " de la Nouvelle-Calédonie ou de ses provinces " ;
b) Après les mots : " 16 euros " sont insérés les mots : " ou à un montant équivalent en monnaie locale " ;
3° A l'article 7, la référence au tribunal de grande instance est remplacée par la référence au tribunal de première instance ;
4° A l'article 8, après les mots : " 45 000 euros " sont insérés les mots : " ou d'un montant équivalent en monnaie locale " ;
5° A l'article 11, les mots : " en titres pour lesquels est établi le bordereau de références nominatives prévu à l'article 55 de la loi n° 87-416 du 17 juin 1987 sur l'épargne " sont supprimés ;
6° A l'article 15, la référence au préfet est remplacée par la référence au haut-commissaire de la République.

Titre IV : Des associations étrangères. (abrogé)

Article 22 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 23 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 24 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 25 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 26 (abrogé)

Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 27 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 28 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 29 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 30 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 31 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 32 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 33 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 34 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Article 35 (abrogé)
Abrogé par Loi 81-909 1981-10-09 JORF 10 octobre 1981 rectificatif JORF 16 octobre 1981

Par le Président de la République :
EMILE LOUBET.

Le président du conseil, ministre de l'intérieur et des cultes,

WALDECK-ROUSSEAU.

Annexe 5 : Le code civil local Alsace Moselle

Extrait relatif aux associations

Entré en vigueur le 1er janvier 1900 - Maintenu en vigueur le 1er juin 1924 - Modifié par la Loi du 1er août 2003 de modernisation du droit local des associations qui abroge notamment la loi locale du 19 avril 1908

1. Dispositions générales

Art. 21

(créé L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 20-I)

Les associations peuvent se former librement.
Une association acquiert la capacité juridique par l'inscription au registre des associations du tribunal d'instance compétent.

Article 22 Abrogé (L. n° 85-698, 11 juill. 1985, art. 17).

Article 23 Abrogé (L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 21).

Article 24

Est réputé siège d'une association, s'il n'en a pas été disposé autrement, le lieu où en est exercée l'administration.

Article 25

Modifié (L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 20-II)

La constitution d'une association est régie par les statuts, sous réserve des dispositions édictées par les articles suivants.

Article 26

L'association doit posséder une direction. La direction peut se composer de plusieurs personnes. La direction assure la représentation judiciaire et extrajudiciaire de l'association ; elle a la situation d'un représentant légal. L'étendue de son pouvoir de représentation peut être limitée par les statuts avec effet à l'égard des tiers.

Article 27

La direction est nommée par résolution de l'assemblée des membres. La direction est librement révocable, sans préjudice de l'indemnité prévue par voie de contrat. Le droit de révocation peut être limité par les statuts au cas où il existe un motif important de révocation ; un motif de cette nature réside en particulier dans une violation grave des devoirs ou dans une incapacité de gestion régulière. Les dispositions (des articles 1993, 1994, 1999, 2000) du Code civil relatives au mandat s'appliquent par analogie à la gestion de la direction.

Article 28

Lorsque la direction se compose de plusieurs personnes, les résolutions sont prises conformément aux règles des articles 32 et 34, applicables aux résolutions des membres de l'association. S'il y a une déclaration de volonté à émettre envers l'association, il suffit qu'elle le soit envers l'un des membres de la direction.

Article 29

Lorsque le nombre des membres de la direction est devenu inférieur au minimum requis, le tribunal d'instance dans le ressort duquel l'association a son siège, est tenu en cas d'urgence, à la requête de tout intéressé, de pourvoir à la vacance jusqu'à ce que celle-ci ait pris fin.

Article 30

Les statuts peuvent prévoir la nomination à côté des dirigeants de représentants spéciaux chargés d'accomplir des actes déterminés. Leur pouvoir s'étend en cas de doute à tous les actes juridiques que comporte habituellement la mission de représentation qui leur a été impartie.

Article 31

L'association est responsable du dommage que la direction, un membre de la direction ou un autre représentant institué conformément aux statuts a causé à un tiers par un fait générateur de responsabilité, accompli dans l'exécution de ses fonctions.

Article 32

Les affaires de l'association qui ne relèvent pas des attributions de la direction ou d'un autre organe de l'association sont réglées par voie de résolution prise en assemblée des membres.
Pour la validité de la résolution, il est exigé que son objet ait été désigné dans la convocation.
La résolution est arrêtée à la majorité des membres présents. Une résolution est également valable en dehors de toute assemblée des membres de l'association, lorsque tous les membres donnent par écrit leur accord à la résolution.

Article 33

Pour une résolution comportant une modification des statuts, la majorité des trois quarts des membres présents est exigée. Pour une modification du but de l'association, l'assentiment de tous les membres est requis ; l'assentiment des membres non présents doit être donné par écrit. Lorsque la capacité juridique de l'association se fonde sur une concession, l'approbation de l'Etat est exigée pour toute modification des statuts (dernier membre de phrase abrogé L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 21).

Article 34

Un membre de l'association n'a pas droit de vote, lorsque la résolution a pour objet la conclusion d'un acte juridique avec lui, ou l'introduction ou la clôture d'une instance judiciaire entre lui et l'association.

Article 35

Il ne peut être porté atteinte, par une résolution de l'assemblée des membres de l'association, aux droits propres d'un membre, sans l'assentiment de celui-ci.

Article 36

L'assemblée des membres de l'association doit être convoquée dans les cas déterminés par les statuts et chaque fois que l'intérêt de l'association l'exige.

Article 37

L'assemblée des membres doit être convoquée lorsque la fraction fixée par les statuts, ou, à défaut d'une telle disposition, un dixième des membres, demande cette convocation sous forme écrite avec indication du but et des motifs. S'il n'est pas fait droit à la demande, le tribunal d'instance dans le ressort duquel l'association a son siège peut habiliter les membres qui ont formé la demande à convoquer l'assemblée, et il peut statuer sur les mesures relatives à la présidence de l'assemblée. Dans la convocation de l'assemblée il doit nécessairement être fait mention de l'habilitation.

Article 38

La qualité de membre de l'association n'est ni cessible, ni transmissible. L'exercice des

droits attachés à cette qualité ne peut être abandonné à une autre personne.

Article 39

Les membres de l'association ont le droit de se retirer de l'association. Il peut être décidé par les statuts que l'exercice de ce droit ne sera admis qu'à la clôture d'une année sociale ou qu'après l'expiration d'un délai de préavis ; le délai de préavis ne peut être supérieur à deux années.

Article 40

Les statuts peuvent déroger aux dispositions de l'article 27, alinéa 1 et 3, de l'article 28, alinéa 1 et des articles 32, 33, 38.

Article 41

L'association peut être dissoute par résolution de l'assemblée des membres. Pour cette résolution, une majorité des trois quarts des membres présents est exigée, à moins de dispositions statutaires différentes.

Article 42
Remplacé (L. n°2003-709, 1er août 2003, art. 20-III).

Lorsque l'association est dans l'impossibilité de faire face au passif exigible avec son actif disponible, la direction doit requérir l'ouverture de la procédure de redressement ou de liquidation judiciaires. En cas de retard dans le dépôt de la demande d'ouverture, les membres de la direction auxquels une faute est imputable sont responsables envers les créanciers du dommage qui en résulte. Ils sont tenus comme débiteurs solidaires.

Article 43

Peut être privé de la capacité juridique l'association qui compromet l'intérêt public par une résolution illégale de l'assemblée de ses membres ou par des agissements illicites de la direction.
(Alinéa 2 abrogé L. n°2003-709, 1er août, art.21)
Peut être privée de la capacité juridique l'association dont la capacité se fonde sur une concession, lorsqu'elle poursuit un but autre que celui établi dans les statuts.

Article 44 Abrogé L. n°2003-709, 1er août 2003, art. 21

Article 45

Lorsqu'il y a dissolution de l'association ou retrait de la capacité juridique, le patrimoine est dévolu aux personnes désignées dans les statuts. Il peut être prescrit par les statuts que les ayants droit à la dévolution seront désignés par résolution de l'assemblée des membres ou de tout autre organe. L'assemblée des membres peut, même à défaut d'une telle disposition statutaire, attribuer le patrimoine à une fondation ou à un établissement public. Lorsqu'il n'y a pas désignation des ayants droit, si l'association, d'après les

statuts, a pour but exclusif de servir les intérêts de ses membres, le patrimoine est dévolu par parts égales aux personnes membres de l'association au moment de la dissolution ou du retrait de la capacité juridique, et en tout autre cas à l'Etat.

celles-ci sont tenues comme débiteurs solidaires. Pour le surplus, il y a lieu d'appliquer les règles régissant la société civile en participation.

Article 46

Lorsque le patrimoine social est dévolu à l'Etat, les dispositions régissant la dévolution successorale à l'Etat en tant qu'héritier légal s'appliquent par analogie. L'Etat doit dans la mesure du possible employer le patrimoine à une destination correspondant au but de l'association.

Article 47

Dans tous les cas où le patrimoine social n'est pas dévolu à l'Etat, il y a nécessairement lieu à liquidation.

Article 48

Il incombe à la direction de procéder à la liquidation. D'autres personnes peuvent également être désignées comme liquidateurs. Elles sont désignées dans les mêmes conditions que la direction.
Les liquidateurs ont la situation juridique de la direction, sauf s'il résulte du but de la liquidation qu'il doit en être autrement.
S'il y a plusieurs liquidateurs, l'unanimité est exigée pour leurs résolutions à moins qu'il n'en ait été disposé autrement.

Article 49

Les liquidateurs ont mission de terminer les affaires en cours, de recouvrer les créances, de rendre liquide ce qui reste de l'actif, de désintéresser les créanciers et de remettre le boni aux ayants droit à la dévolution. En vue de régler les affaires en cours, les liquidateurs peuvent aussi en conclure de nouvelles. Il peut être sursis au recouvrement des créances comme à la conversion en argent du solde de l'actif, si ces mesures ne sont pas exigées pour le désintéressement des créanciers ou pour le partage du boni entre les ayants droit.
L'association est réputée subsister jusqu'à la clôture de la liquidation pour autant que le but de la liquidation l'exige.

Article 50

La dissolution de l'association ou le retrait de la capacité juridique doivent être publiés par les soins des liquidateurs. Dans la publication, les créanciers doivent être invités à faire connaître leurs prétentions. La publication se fait dans le journal désigné dans les statuts pour les annonces, et à défaut d'une telle désignation, dans celui choisi pour les publications du tribunal d'instance dans le ressort duquel l'association avait son siège. La publication est opposable à l'expiration du second jour après l'insertion ou après la

première des insertions.
Les créanciers connus doivent être invités par notification individuelle à faire leur déclaration.

Article 51

Le patrimoine ne peut être délivré aux ayants droit à la dévolution avant expiration d'une année à compter de la publication de la dissolution de l'association ou du retrait de la capacité juridique.

Article 52

Lorsqu'un créancier connu ne fait pas de déclaration, le montant dû doit être consigné pour son compte si les conditions pour une telle consignation sont remplies.
Si le règlement d'un engagement ne peut être opéré à ce moment ou si un engagement est contesté, il n'est permis de délivrer le patrimoine aux ayants droit à la dévolution que moyennant fourniture d'une sûreté au créancier.

Article 53

Les liquidateurs qui contreviennent aux obligations qui leur incombent en vertu des articles 42, alinéa 2 et 50 à 52 ou qui font une délivrance d'actif aux ayants droit à la dévolution avant que les créanciers aient été désintéressés, sont, s'il y a une faute à leur charge, responsables envers les créanciers du dommage qui en sera résulté. Ils sont tenus comme débiteurs solidaires.

Article 54

Remplacé L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 20-IV.

Seul le patrimoine affecté à l'association non inscrite garantit les dettes contractées au nom de cette association. Toutefois, l'auteur d'actes juridiques accomplis envers les tiers au nom d'une telle association est tenu personnellement ; si ces actes sont accomplis par plusieurs personnes, celles-ci sont tenues comme débiteurs solidaires. Pour le surplus, il y a lieu d'appliquer les règles régissant la société civile en participation.

2. Associations inscrites

Article 55

L'inscription au registre des associations d'une association de la nature définie à l'article 21 doit être faite auprès du tribunal d'instance dans le ressort duquel l'association a son siège.

Article 56

L'inscription ne peut avoir lieu que si le nombre des membres est au moins de sept.

Article 57

Les statuts doivent contenir l'objet, le nom et le siège de l'association et indiquer que l'association doit être inscrite. Il faut que le nom se distingue nettement des noms des associations inscrites qui existent au même lieu ou dans la même commune.

Article 58

Il y a lieu de faire figurer dans les statuts des dispositions relatives :

à l'entrée et au retrait des membres ;

à l'existence et à la nature des contributions qui devront être fournies par les membres de l'association ;

à la formation de la direction ;

aux conditions de convocation de l'assemblée des membres, à la forme de la convocation et au mode de constatation des résolutions de l'assemblée.

Article 59

La direction est chargée de déclarer l'association en vue de l'inscription. Il y a lieu de joindre à la déclaration :

l'original et la copie des statuts ;

une copie des titres relatifs à la constitution de la direction. Il faut que les statuts comportent la signature de sept membres au moins et l'indication du jour de leur établissement.

Article 60

Lorsqu'il n'a pas été satisfait aux exigences des articles 56 à 59, la déclaration doit être repoussée par le tribunal d'instance avec indication des motifs. L'ordonnance qui repousse la déclaration peut faire l'objet d'un pourvoi immédiat formé conformément aux règles du code de procédure civile.

Article 61

Si la déclaration est admise, le tribunal d'instance doit la communiquer à l'autorité administrative compétente.
Remplacé (L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 19-1). L'autorité administrative peut faire opposition contre l'inscription lorsque les buts de l'association sont contraires aux lois pénales réprimant les crimes et délits ou lorsque l'association aurait pour but de porter atteinte à l'intégrité du territoire et à la forme républicaine du Gouvernement.

Article 62

Si l'autorité administrative élève opposition, le tribunal d'instance doit communiquer l'opposition à la direction. L'opposition peut être attaquée selon les règles de la

procédure administrative contentieuse.

Article 63
Remplacé (L. n°2003-709, 1er août 2003, art.19-II).

inscrits au registre des associations. Il n'y a pas lieu de procéder à cette inscription en cas d'ouverture de la faillite. Si l'association est dissoute par résolution de l'assemblée des membres ou par expiration du temps fixé pour la durée de l'association, la direction doit déclarer la dissolution à fin d'inscription. Dans le premier cas, il y a lieu de joindre à la déclaration une copie de la résolution prononçant la dissolution. Si le retrait de la capacité juridique est prononcé en vertu de l'article 43 ou que la dissolution a lieu en application des règles du droit public des associations, l'inscription est faite sur avis de l'autorité compétente.

Article 64

Lors de l'inscription, il y a lieu de porter sur le registre des associations le nom et le siège de l'association, le jour de l'établissement des statuts ainsi que l'indication des membres de la direction. Il y a lieu également de comprendre dans l'inscription les stipulations qui viendraient restreindre l'étendue du pouvoir de représentation de la direction ou déroger aux règles de l'article 28 alinéa 1er relatives au pouvoir de décision de la direction.

Article 65

A partir de l'inscription, l'association prend le titre d'association inscrite.

Article 66

Le tribunal d'instance a charge de publier l'inscription dans le journal désigné pour recevoir ses publications.
L'original des statuts doit être revêtu de la mention de l'inscription et être restitué. La copie est certifiée par le tribunal d'instance et conservée avec les autres pièces.

Article 67

Toute modification de la direction ainsi que tout renouvellement d'un de ses membres doivent être déclarés à fin d'inscription par la direction. A cette déclaration doit être jointe une copie de la décision de modification ou de renouvellement.
L'inscription des membres de la direction nommés par le tribunal est faite d'office.

Article 68

Si un acte juridique est conclu entre les anciens membres de la direction et un tiers, une modification de la direction ne peut être opposée au tiers que si elle était inscrite au registre des associations ou qu'elle était connue du tiers à la date de conclusion de l'acte.
Si la modification a été inscrite, le tiers peut invoquer l'inopposabilité de l'inscription, s'il n'en avait pas connaissance et que son ignorance ne soit pas imputable à la négligence.

Article 69

A l'égard des autorités, la preuve que la direction se compose des personnes inscrites au registre est établie par une attestation du tribunal d'instance relative à l'inscription.

Article 70

Les dispositions de l'article 68 s'appliquent également aux stipulations qui viennent restreindre l'étendue du pouvoir de représentation de la direction ou déroger aux règles de l'article 28 alinéa 1er relatives au pouvoir de décision de la direction.

Article 71

Toute modification des statuts exige pour son efficacité d'être inscrite au registre des associations. La modification doit être déclarée par la direction à fin d'inscription. A cette déclaration doivent être joints l'original et une copie de la décision ayant pour objet la modification.
Les règles des articles 60 à 64 et de l'article 66 alinéa 2 s'appliquent par analogie.

Article 72

La direction doit, à toute époque, fournir au tribunal d'instance sur sa demande une attestation, certifiée par elle du nombre des membres de l'association.

Article 73

Lorsque le nombre des membres de l'association descend en dessous de trois, le tribunal d'instance doit sur requête de la direction et d'office si la requête n'a pas été présentée dans un délai de trois mois, après avoir entendu la direction, retirer la capacité juridique à l'association. L'ordonnance doit être signifiée à l'association. Un pourvoi immédiat peut être interjeté conformément aux règles du code de procédure civile.
L'association perd la capacité juridique à dater de l'acquisition de la force de chose jugée par l'ordonnance.

Article 74

La dissolution de l'association, de même que le retrait de la capacité juridique doivent être inscrits au registre des associations. Il n'y a pas lieu de procéder à cette inscription en cas d'ouverture de la faillite.
Si l'association est dissoute par résolution de l'assemblée des membres ou par expiration du temps fixé pour la durée de l'association, la direction doit déclarer la dissolution à fin d'inscription. Dans le premier cas, il y a lieu de joindre à la déclaration une copie de la résolution prononçant la dissolution.
Si le retrait de la capacité juridique est prononcé en vertu de l'article 43 ou que la dissolution a lieu en application des règles du droit public des associations, l'inscription est faite sur avis de l'autorité compétente.

Article 75

L'ouverture de la faillite est inscrite d'office. Il en est de même de la mainlevée du

jugement prononçant l'ouverture de la procédure.

Article 76

Les noms des liquidateurs doivent être inscrits au registre des associations. Sont également soumises à inscription les dispositions relatives au mode de formation de la décision des liquidateurs, qui dérogeraient à la règle de l'article 48, alinéa 3.La déclaration incombe à la direction et, pour des modifications ultérieures, aux liquidateurs. Lorsque les liquidateurs sont constitués par résolution de l'assemblée des membres de l'association, à la déclaration qui les concerne, il y a lieu de joindre une copie de la résolution ; lorsqu'il s'agit d'une disposition régissant le mode de formation de la décision des liquidateurs, il y a lieu de joindre à la déclaration une copie de l'acte comportant cette disposition. L'inscription des liquidateurs constitués par justice se fait d'office.

Article 77

Remplacé (L. n° 2003-709, 1er août 2003, art. 18)

Sont fixées par décret les mesures d'exécution des articles 55 à 79-I, notamment en vue de préciser les modalités d'instruction des demandes d'inscription et de tenue du registre des associations, ainsi que pour définir les conditions dans lesquelles les associations peuvent être radiées du registre des associations en application de l'article 79-I.

Article 78

Le tribunal d'instance peut, au moyen de pénalités disciplinaires infligées aux membres de la direction imposer l'observation des règles de l'article 67, alinéa 1, de l'article 71, alinéa 1, de l'article 72, de l'article 74, alinéa 2 et de l'article 76.
Seconde phrase abrogée (L. n°2003-709, 1er août 2003, art. 21).
Les mêmes sanctions peuvent être prononcées à l'encontre des liquidateurs en vue de l'observation des règles de l'article 76.

Article 79

Toute personne peut consulter le registre des associations ainsi que les pièces remises par l'association au tribunal d'instance. Copie des inscriptions peut être demandée ; cette copie doit être certifiée sur demande.

Article 79-I

Créé (L. n° 2003-709, 1er août 2003-709, art. 17)

Les associations ayant fait l'objet d'un retrait de capacité juridique ou d'une dissolution sont radiées du registre des associations par le tribunal d'instance. Il en est de même des associations pour lesquelles le tribunal d'instance constate qu'elles ont cessé toute activité et ne possèdent plus de direction depuis plus de cinq ans.

Article 79-II

Créé (L. n° 2003-709, 1er août 2003-709, art. 17)

Chaque fois qu'une disposition législative ou réglementaire prévoit qu'une activité peut se développer dans le cadre d'une association déclarée constituée sur le fondement de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association, il y a lieu de lire cette référence comme visant également les associations inscrites constituées sur le fondement du code civil local.

Article 79-III

Créé (L. n° 2003-709, 1er août 2003-709, art. 17)

L'ensemble des droits et avantages attribués aux associations reconnues d'utilité publique bénéficie également aux associations régies par le code civil local dont la mission a été reconnue d'utilité publique conformément au I de l'article 80 de la loi de finances pour 1985 (n° 84-1208 du 29 décembre (1984)

Annexe 6 : Extracto de Ley núm. 19.496

ESTABLECE NORMAS SOBRE PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente

P r o y e c t o d e l e y:

Párrafo 2º

De las organizaciones para la defensa de los derechos de los consumidores

Artículo 5º.- Se entenderá por Asociación de Consumidores la organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial o político, cuyo objetivo sea proteger, informar y educar a los consumidores y asumir la representación y defensa de los derechos de sus afiliados y de los consumidores que así lo soliciten, todo ello con independencia de cualquier otro interés.

Artículo 6º.- Las asociaciones de consumidores se regirán por lo dispuesto en esta ley, y en lo no previsto en ella por el decreto ley Nº 2.757, de 1979, del Ministerio del Trabajo.

Artículo 7º.- Además de las causales de disolución indicadas en el artículo 18 del decreto ley Nº 2.757, de 1979, las organizaciones de consumidores pueden ser disueltas por sentencia judicial o por disposición de la ley, a pesar de la voluntad de sus miembros.

En caso de que el juez, dentro del plazo de tres años, declare temerarias dos o más demandas colectivas interpuestas por una misma Asociación de Consumidores, podrá, a petición de parte, en casos graves y calificados, decretar la disolución de la asociación, por sentencia fundada.

Los directores de las Asociaciones de Consumidores disueltas por sentencia judicial quedarán inhabilitados para formar parte, en calidad de tales, de otras asociaciones de consumidores, durante el período de dos años.

Artículo 8º.- Las organizaciones a que se refiere el presente párrafo sólo podrán ejercer las siguientes funciones:

a) Difundir el conocimiento de las disposiciones de esta ley y sus regulaciones complementarias;

b) Informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos y brindarles asesoría cuando la requieran;

c) Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo;

2 Representar a sus miembros y ejercer las acciones a que se refiere esta ley en defensa de aquellos consumidores que le otorguen el respectivo mandato, y

e) Representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan;

f) Participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen.

Artículo 9º.- Las organizaciones de que trata este párrafo en ningún caso podrán:

a) Desarrollar actividades lucrativas, con excepción de aquellas necesarias para el financiamiento o recuperación de costos en el desarrollo y cumplimiento de actividades que les son propias;

b) Incluir como asociados a personas jurídicas que se dediquen a actividades empresariales;

c) Percibir ayudas o subvenciones de empresas o agrupaciones de empresas que suministren bienes o servicios a los consumidores;

d) Realizar publicidad o difundir comunicaciones no meramente informativas sobre bienes o servicios, ni

e) Dedicarse a actividades distintas de las señaladas en el artículo anterior.

La infracción grave y reiterada de las normas contenidas en el presente artículo será sancionada con la cancelación de la personalidad jurídica de la organización, por sentencia judicial, a petición de cualquier persona, sin perjuicio de las responsabilidades penales o civiles en que incurran quienes las cometan.

Artículo 10.- No podrán ser integrantes del consejo directivo de una organización de consumidores:

a) El que hubiere sido declarado en quiebra culpable o fraudulenta, mientras no se alce la quiebra;

b) El que hubiere sido condenado por delito contra la propiedad o por delito sancionado con pena aflictiva, por el tiempo que dure la condena;

c) El que hubiere sido sancionado como reincidente de denuncia temeraria o por denuncias temerarias reiteradas.

Artículo 11.- Tampoco podrán ser integrantes del consejo directivo de una organización de consumidores quienes ejerzan cargos de elección popular ni los consejeros regionales.

Los directivos de una organización de consumidores que sean a la vez dueños, accionistas propietarios de más de un 10% del interés social, directivos o ejecutivos de empresas o sociedades que tengan por objeto la producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, deberán abstenerse de intervenir en la adopción de acuerdos relativos a materias en que tengan interés comprometido en su condición de propietarios o ejecutivos de dichas empresas. La contravención a esta prohibición será sancionada con la pérdida del cargo directivo en la organización de consumidores, sin perjuicio de las eventuales responsabilidades penales o civiles que se configuren.

Los directores responderán personal y solidariamente por las multas y sanciones que se apliquen a la asociación por actuaciones calificadas por el juez como temerarias, cuando éstas hayan sido ejecutadas sin previo acuerdo de la asamblea.

Artículo 11 bis.- Créase un Fondo Concursable, destinado al financiamiento de iniciativas que las Asociaciones de Consumidores constituidas según lo dispuesto en la presente ley desarrollen en el cumplimiento de sus objetivos, con exclusión de las actividades a que se refieren las letras d) y e) del artículo 8º.

Dicho Fondo estará compuesto por los aportes que cada año se contemplen en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor y por las donaciones que realicen para dicho efecto organizaciones sin fines de lucro nacionales o internacionales.

Un reglamento establecerá la constitución y composición del Consejo de Administración del Fondo, preservando la autonomía de las Asociaciones de Consumidores y de la gestión del Fondo.

Santiago, enero 28 de 1997.- Rafael Larraín Cruz, Secretario.

Annexe 7 : Ley número. 20.500

SOBRE ASOCIACIONES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente proyecto de ley,

Proyecto de ley:

"TÍTULO I

De las asociaciones sin fines de lucro

PÁRRAFO 1º

Del derecho de asociación

Artículo 1º. Todas las personas tienen derecho a asociarse libremente para la consecución de fines lícitos.

Este derecho comprende la facultad de crear asociaciones que expresen la diversidad de intereses sociales e identidades culturales.

Prohíbense las asociaciones contrarias a la moral, al orden público y a la seguridad del Estado.

Las asociaciones no podrán realizar actos contrarios a la dignidad y valor de la persona, al régimen de Derecho y al bienestar general de la sociedad democrática.

Artículo 2º. Es deber del Estado promover y apoyar las iniciativas asociativas de la sociedad civil.

Los órganos de la Administración del Estado garantizarán la plena autonomía de las asociaciones y no podrán adoptar medidas que interfieran en su vida interna.

El Estado, en sus programas, planes y acciones, deberá contemplar el fomento de las asociaciones, garantizando criterios técnicos objetivos y de plena transparencia en los procedimientos de asignación de recursos.

Artículo 3º. Nadie puede ser obligado a constituir una asociación, ni a integrarse o a permanecer en ella. La afiliación es libre, personal y voluntaria.

Ni la ley ni autoridad pública alguna podrán exigir la afiliación a una determinada asociación, como requisito para desarrollar una actividad o trabajo, ni la desafiliación para permanecer en éstos.

Artículo 4º. A través de sus respectivos estatutos, las asociaciones deberán garantizar los derechos y deberes que tendrán sus asociados en materia de participación, elecciones y acceso a información del estado de cuentas, sin perjuicio de las demás estipulaciones que ellas consideren incluir.

La condición de asociado lleva consigo el deber de cumplir los estatutos y acuerdos válidamente adoptados por la asamblea y demás órganos de la asociación, tanto en relación con los aportes pecuniarios que correspondan, como a la participación en sus actividades.

Artículo 5º. Las asociaciones se constituirán y adquirirán personalidad jurídica conforme al Título XXXIII del Libro I del Código Civil, sin perjuicio de lo que dispongan leyes especiales.

Artículo 6º. Las asociaciones podrán constituir uniones o federaciones, cumpliendo los requisitos que dispongan sus estatutos y aquellos que la ley exige para la constitución de las asociaciones. En las mismas condiciones, las federaciones podrán constituir confederaciones.

Artículo 7º. Podrán constituirse libremente agrupaciones que no gocen de personalidad jurídica. Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso final del artículo 549 del Código Civil, en procura de los fines de tales agrupaciones podrán actuar otras personas, jurídicas o naturales, quienes responderán ante terceros de las obligaciones contraídas en interés de los fines de la agrupación.

PÁRRAFO 2º

Del Registro Nacional de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro

Artículo 8º. Existirá un Registro Nacional de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro, a cargo del Servicio del Registro Civil e Identificación.

La información contenida en el Registro se actualizará sobre la base de documentos autorizados por las municipalidades y demás órganos públicos que indique el reglamento. Será obligación de tales organismos remitir esos documentos al Registro, a menos que el interesado solicitare formalmente hacer la inscripción de manera directa.

Artículo 9º. En el Registro se inscribirán los antecedentes relativos a la constitución, modificación y disolución o extinción de:

a) Las asociaciones y fundaciones constituidas conforme a lo dispuesto en el Título XXXIII del Libro I del Código Civil.

b) Las organizaciones comunitarias funcionales, juntas de vecinos y uniones comunales constituidas conforme a la ley Nº 19.418.

c) Las demás personas jurídicas sin fines de lucro regidas por leyes especiales que determine el reglamento.

El Registro diferenciará las organizaciones inscritas de acuerdo a su naturaleza, atendiendo especialmente al marco normativo que las regule.

Los tribunales de justicia deberán remitir al Registro Nacional de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro las sentencias ejecutoriadas que disuelvan las asociaciones en conformidad con el artículo 559 del Código Civil.

Artículo 10. En el Registro se inscribirán igualmente los actos que determinen la composición de los órganos de dirección y administración de las personas jurídicas registradas.

El reglamento determinará las demás informaciones que deban inscribirse o subinscribirse en relación con el funcionamiento de las personas jurídicas registradas.

Artículo 11. El Servicio certificará, a petición de cualquier interesado, la vigencia de las personas jurídicas registradas, así como la composición de sus órganos de dirección y administración.

Por la emisión de los certificados a que se refiere este artículo, el Servicio podrá cobrar los valores que establezca mediante resolución.

Artículo 12. El Servicio elaborará anualmente las estadísticas oficiales de las personas jurídicas inscritas en el Registro, a fin de determinar aquellas que estén vigentes.

Asimismo, el Servicio elaborará anualmente una nómina de personas jurídicas no vigentes, en la que incluirá aquellas que estén disueltas o extinguidas y aquellas

personas jurídicas que en un período de cinco años no hayan presentado, por intermedio de la municipalidad o del órgano público autorizado, antecedentes relativos a la renovación o elección de sus órganos directivos. Con todo, en este último caso las personas jurídicas podrán solicitar ser excluidas de dicha nómina si por causa no imputable a ellas no apareciere realizada la renovación o elección de sus órganos directivos.

Artículo 13. El retraso o la falta de remisión de los antecedentes de las personas jurídicas al Registro, o de su inscripción en él, se mirará como infracción grave a los deberes funcionarios de quien corresponda, para efectos de su responsabilidad administrativa.

Artículo 14. El reglamento señalará las demás disposiciones relativas a la forma, contenidos y modalidades de la información del Registro.

TÍTULO II

De las organizaciones de interés publico

PÁRRAFO 1º

Sobre la calidad de interés público

Artículo 15. Son organizaciones de interés público, para efectos de la presente ley y los demás que establezcan leyes especiales, aquellas personas jurídicas sin fines de lucro cuya finalidad es la promoción del interés general, en materia de derechos ciudadanos, asistencia social, educación, salud, medio ambiente, o cualquiera otra de bien común, en especial las que recurran al voluntariado, y que estén inscritas en el Catastro que establece el artículo siguiente.

Por el solo ministerio de la ley tienen carácter de interés público las organizaciones comunitarias funcionales, juntas de vecinos y uniones comunales constituidas conforme a la ley Nº 19.418 y las comunidades y asociaciones indígenas reguladas en la ley Nº 19.253. Su inscripción en el Catastro se practicará de oficio por el Consejo Nacional que se establece en el Título III.

El Consejo Nacional podrá inscribir en el Catastro a toda otra persona jurídica sin fines de lucro que lo solicite, y que declare cumplir los fines indicados en el inciso primero.

Artículo 16. El Consejo Nacional señalado en el artículo precedente formará un Catastro de Organizaciones de Interés Público que contenga la nómina actualizada de organizaciones de interés público.

El Catastro estará a disposición del público, en forma permanente y gratuita, en el sitio electrónico del Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público.

Artículo 17. Las personas jurídicas a que se refiere este título que reciban fondos públicos, en calidad de asignaciones para la ejecución de proyectos, subvenciones o subsidios, o a cualquier otro título, deberán informar acerca del uso de estos recursos, ya sea publicándolo en su sitio electrónico o, en su defecto, en otro medio.

Anualmente, las organizaciones de interés público deberán dar a conocer su balance contable en la forma señalada en el inciso anterior.

Artículo 18. Las organizaciones de interés público no podrán efectuar contribuciones de aquellas señaladas en el Título II de la ley Nº 19.884 y en el Título II de la ley Nº 19.885.

El incumplimiento de esta prohibición, determinado por decisión fundada del Consejo Nacional, hará perder la calidad de organización de interés público.

PÁRRAFO 2º

Sobre el voluntariado

Artículo 19. Son organizaciones de voluntariado las organizaciones de interés público cuya actividad principal se realiza con un propósito solidario, a favor de terceros, y se lleva a cabo en forma libre, sistemática y regular, sin pagar remuneración a sus participantes.

El reglamento determinará las condiciones conforme a las cuales el Consejo Nacional reconocerá la calidad de organizaciones de voluntariado a quienes así lo soliciten.

La calidad de organizaciones de voluntariado se hará constar en el Catastro.

Artículo 20. Las personas interesadas en realizar voluntariado en las organizaciones de interés público, sean o no asociadas, tendrán derecho a que se deje constancia por escrito del compromiso que asumen con dichas organizaciones, en el que se señalará la descripción de las actividades que el voluntario se compromete a realizar, incluyendo la duración y horario de éstas, el carácter gratuito de esos servicios, y la capacitación o formación que el voluntario posee o requiere para su cumplimiento.

En el ejercicio de las actividades a que se obligue, el voluntario deberá respetar los fines de la organización y rechazar cualquier retribución a cambio.

A petición del interesado, la organización deberá certificar su condición de voluntario, la actividad realizada y la capacitación recibida.

El compromiso a que se refiere este artículo en ningún caso podrá contravenir lo establecido en el artículo 3º de la presente ley.

TÍTULO III

Del Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público

Artículo 21. Establécese el Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público, en adelante "el Fondo".

El Fondo se constituirá con los aportes, ordinarios o extraordinarios, que la ley de presupuestos contemple anualmente para tales efectos y con los aportes de la cooperación internacional que reciba a cualquier título. No obstante, también podrá recibir y transferir recursos provenientes de otros organismos del Estado, así como de donaciones y otros aportes que se hagan a título gratuito.

Los recursos del Fondo deberán ser destinados al financiamiento de proyectos o programas nacionales y regionales que se ajusten a los fines específicos a que hace referencia el inciso primero del artículo 15. Anualmente, el Consejo Nacional del Fondo fijará una cuota nacional y cuotas para cada una de las regiones, sobre la base de los criterios objetivos de distribución que determine mediante resolución fundada.

Con todo, la asignación a la Región Metropolitana no podrá exceder del 50% del total de los recursos transferidos.

Las donaciones y otros aportes que se hagan a título gratuito no se considerarán en el límite señalado en el inciso anterior.

Artículo 22. El Consejo Nacional estará integrado por:

a) El Subsecretario del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

b) El Subsecretario del Ministerio de Hacienda.

c) El Subsecretario del Ministerio de Planificación.

d) Dos miembros designados por el Presidente de la República, con acuerdo de la Cámara de Diputados y del Senado, respectivamente.

e) Seis representantes de las organizaciones de interés público, incorporadas al Catastro que crea esta ley.

La votación de la propuesta respectiva de los representantes a que se refiere la letra d) se hará en un solo acto. En caso de ser rechazada, el Presidente de la República hará una nueva propuesta dentro de los 30 días siguientes a que le sea comunicado el resultado negativo de la votación.

En el proceso de elección de los representantes de la letra e), deberá también seleccionarse al menos a tres miembros suplentes, definiéndose su orden de prelación.

El Subsecretario del Ministerio Secretaría General de Gobierno, el Subsecretario del Ministerio de Planificación y el Subsecretario del Ministerio de Hacienda deberán nombrar a sus respectivos suplentes en la primera sesión del Consejo.

El Presidente del Consejo será nombrado por el Presidente de la República de entre las seis personas elegidas por las organizaciones de interés público, a través del mecanismo que determine el reglamento. En tanto el Presidente del Consejo no sea designado o en caso de ausencia del titular, el Consejo designará de entre sus miembros y por mayoría simple a un Presidente provisorio.

El quórum para sesionar y para adoptar decisiones será la mayoría absoluta de sus miembros, quienes deberán inhabilitarse, o podrán ser recusados, respecto de su participación en votaciones para programas en que tengan interés, directo o indirecto, en virtud de lo establecido en el artículo 28. En dicho caso serán reemplazados por el o los suplentes que procedan.

En caso de empate en las votaciones, el Presidente tendrá voto dirimente.

Artículo 23. Los consejos regionales del Fondo estarán integrados por:

a) Cinco representantes de las organizaciones de interés público, de cada región, incorporadas al Catastro que crea esta ley;

b) El Secretario Regional Ministerial de Gobierno;

c) El Secretario Regional Ministerial de Planificación, y

d) Dos miembros designados por el intendente con acuerdo del consejo regional.

En el proceso de elección de los representantes de la letra a), deberá también elegirse al menos a tres miembros suplentes, definiéndose su orden de prelación.

El presidente de cada consejo regional del Fondo será elegido por el intendente regional respectivo, de entre los cinco representantes señalados en la letra a). En tanto el presidente del consejo no sea designado o en caso de ausencia del titular, el consejo designará de entre sus miembros y por mayoría simple a un presidente provisorio.

El quórum para sesionar y para adoptar decisiones será la mayoría absoluta de sus miembros, quienes deberán inhabilitarse, o podrán ser recusados, respecto de su participación en votaciones para programas en que tengan interés, directo o indirecto, en virtud de lo establecido en el artículo 28. En dicho caso serán reemplazados por el o los suplentes que procedan.

En caso de empate en las votaciones, el presidente tendrá voto dirimente.

Artículo 24. Los representantes a que se refieren la letra e) del artículo 22 y la letra a) del artículo 23, serán elegidos por las organizaciones de interés público, incorporadas al Catastro a que se refiere esta ley.

El reglamento fijará el procedimiento de selección de los representantes de las organizaciones de interés público que deberán formar parte del Consejo Nacional y de los consejos regionales del Fondo, debiendo garantizar una participación proporcional de los distintos tipos de asociaciones a que se refiere la presente ley. Sin embargo, el voto de cada organización será por un solo candidato.

Los miembros del Consejo Nacional y de los consejos regionales del Fondo se renovarán cada dos años, no recibirán remuneración o dieta de especie alguna por su participación en los mismos, sin perjuicio de los recursos que la Secretaría Ejecutiva del Fondo destine para solventar los gastos de transporte, alimentación y alojamiento que se deriven de su concurrencia a las sesiones de dichos consejos.

Artículo 25. Son causales de cesación en el cargo de consejero las siguientes:

a) Expiración del período para el que fue nombrado, no obstante lo cual, éste se entenderá prorrogado hasta el nombramiento de su reemplazante;

b) Renuncia voluntaria;

c) Condena a pena aflictiva, y

d) Falta grave al cumplimiento de las obligaciones como consejero, de acuerdo a lo que establezca el reglamento.

Los reemplazantes de las vacantes que se puedan generar serán elegidos por el mismo procedimiento de selección de quien produjo la vacancia y serán consejeros por el resto del período que a éste le correspondía cumplir.

Artículo 26. Al Consejo Nacional del Fondo le corresponderá:

a) Aprobar las bases generales y los requisitos administrativos para la postulación de proyectos o programas a ser financiados en el país por los recursos del Fondo;

b) Adjudicar los proyectos o programas de carácter nacional que postulen anualmente, y

c) Cumplir las demás funciones determinadas por la presente ley y su reglamento.

Artículo 27. A los consejos regionales del Fondo les corresponderá:

a) Fijar anualmente, dentro de las normas generales definidas por el Consejo Nacional, criterios y prioridades para la adjudicación de los recursos del Fondo entre proyectos y programas que sean calificados de relevancia para la región;

b) Adjudicar los recursos del Fondo a proyectos o programas de impacto regional, y

c) Cumplir las demás funciones que señala esta ley y su reglamento.

En las restantes materias, los consejos regionales del Fondo estarán sujetos a las regulaciones establecidas por el Consejo Nacional.

Artículo 28. Serán inhábiles para presentar proyectos al Fondo, las organizaciones de interés público relacionadas con miembros que formen parte del Consejo Nacional en virtud de la letra e) del artículo 22, o de los consejos regionales en virtud de la letra a) del artículo 23, que por sí tengan vinculación con aquellas organizaciones por interés patrimonial o por la realización de labores remuneradas. La misma inhabilidad se aplicará respecto de los reemplazantes a que se refieren los artículos señalados.

Las autoridades que deben formar parte de los consejos señalados en el inciso anterior, o sus reemplazantes, según sea el caso, que se encuentren vinculados con alguna asociación o fundación por intereses patrimoniales o por la realización de labores remuneradas en ellas, ya sea por sí o por personas ligadas a él hasta el tercer grado de consanguinidad o segundo grado de afinidad, se encontrarán inhabilitados para presentar proyectos y participar en las discusiones y votaciones que se refieran a la respectiva asociación o fundación.

La misma inhabilidad del inciso anterior se aplicará a los miembros elegidos como representantes de las organizaciones de interés público, cuando personas ligadas a ellos hasta el tercer grado de consanguinidad o segundo grado de afinidad se encuentren vinculadas con alguna asociación o fundación por intereses patrimoniales o por la realización de labores remuneradas en ellas.

Artículo 29. La función ejecutiva del Fondo de Fortalecimiento de las Organizaciones de Interés Público estará radicada en el Ministerio Secretaría General de Gobierno, que actuará como soporte técnico para el funcionamiento regular del Fondo así como de su Consejo Nacional y consejos regionales.

Corresponderá a un Secretario Ejecutivo, nombrado por el Sistema de Alta Dirección Pública, la responsabilidad de coordinar la función ejecutiva señalada en el inciso precedente.

Un funcionario con la denominación de coordinador regional designado por resolución de la respectiva secretaría regional ministerial del Ministerio Secretaría General de Gobierno y dependiente de ésta, ejercerá la coordinación de las funciones ejecutivas del Fondo en cada región del país.

Los gastos que origine el funcionamiento del Consejo Nacional, de los consejos regionales del Fondo y de la Secretaría Ejecutiva, se financiarán con cargo al presupuesto del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

Artículo 30. Un reglamento del Ministerio Secretaría General de Gobierno, suscrito además por los Ministros de Hacienda y de Planificación, establecerá el funcionamiento del Fondo.

Artículo 31. Tanto el catastro como las resoluciones del Consejo Nacional y de los consejos regionales del Fondo deberán encontrarse a disposición de la Contraloría General de la República, para el efecto de que ésta conozca la asignación y rendición de cuenta de los recursos.

TÍTULO IV

De la modificación de otros cuerpos legales

PÁRRAFO 1º

Modificaciones en la ley Nº 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado

Artículo 32. Introdúcense las siguientes modificaciones en la ley Nº 18.575, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado se fijó en el decreto con fuerza de ley Nº 1, de 2001, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia:

1) Intercálase, en el inciso segundo del artículo 3º, entre el vocablo "administrativas" y la coma (,) que sigue a éste, la frase "y participación ciudadana en la gestión pública".

2) Intercálase antes del Título Final, el siguiente Título IV, pasando el actual artículo 69 a ser 76:

"TÍTULO IV

De la participación ciudadana en la gestión pública

Artículo 69.- El Estado reconoce a las personas el derecho de participar en sus políticas, planes, programas y acciones.

Es contraria a las normas establecidas en este Título toda conducta destinada a excluir o discriminar, sin razón justificada, el ejercicio del derecho de participación ciudadana señalado en el inciso anterior.

Artículo 70.- Cada órgano de la Administración del Estado deberá establecer las modalidades formales y específicas de participación que tendrán las personas y organizaciones en el ámbito de su competencia.

Las modalidades de participación que se establezcan deberán mantenerse actualizadas y publicarse a través de medios electrónicos u otros.

Artículo 71.- Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, cada órgano de la Administración del Estado deberá poner en conocimiento público información relevante acerca de sus políticas, planes, programas, acciones y presupuestos, asegurando que ésta sea oportuna, completa y ampliamente accesible. Dicha información se publicará en medios electrónicos u otros.

Artículo 72.- Los órganos de la Administración del Estado, anualmente, darán cuenta pública participativa a la ciudadanía de la gestión de sus políticas, planes, programas, acciones y de su ejecución presupuestaria. Dicha cuenta deberá desarrollarse desconcentradamente, en la forma y plazos que fije la norma establecida en el artículo 70.

En el evento que a dicha cuenta se le formulen observaciones, planteamientos o consultas, la entidad respectiva deberá dar respuesta conforme a la norma mencionada anteriormente.

Artículo 73.- Los órganos de la Administración del Estado, de oficio o a petición de parte, deberán señalar aquellas materias de interés ciudadano en que se requiera conocer la opinión de las personas, en la forma que señale la norma a que alude el artículo 70.

La consulta señalada en el inciso anterior deberá ser realizada de manera informada, pluralista y representativa.

Las opiniones recogidas serán evaluadas y ponderadas por el órgano respectivo, en la forma que señale la norma de aplicación general.

Artículo 74.- Los órganos de la Administración del Estado deberán establecer consejos de la sociedad civil, de carácter consultivo, que estarán conformados de manera diversa, representativa y pluralista por integrantes de asociaciones sin fines de lucro que tengan relación con la competencia del órgano respectivo.

Artículo 75.- Las normas de este Título no serán aplicables a los órganos del Estado señalados en el inciso segundo del artículo 21 de esta ley.

Dichos órganos podrán establecer una normativa especial referida a la participación ciudadana.".

PÁRRAFO 2º

Modificaciones en la ley Nº 18.695, Orgánica Constitucional de Municipalidades

Artículo 33. Introdúcense las siguientes modificaciones en la ley Nº 18.695, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado se fijó en el decreto con fuerza de ley Nº 1, de 2006, del Ministerio del Interior:

1) Reemplázase en la letra c) del artículo 5º, el término "consejo económico y social de la comuna" por la frase "consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil".

2) Sustitúyese en la letra m) del artículo 63 la expresión "consejo económico y social comunal" por "consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil".

3) Intercálase en el inciso primero del artículo 67, a continuación de la palabra "concejo", la frase "y al consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil".

4) Sustitúyese en el inciso primero del artículo 75 la palabra "comunales" por la expresión "consejos comunales de organizaciones de la sociedad civil".

5) Introdúcense las siguientes modificaciones en el inciso primero del artículo 79:

a) Intercálase en la letra k), entre la expresión "territorio comunal" y el punto y coma (;) que la sigue, la frase "previo informe escrito del consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil".

b) Sustitúyense la expresión ", y" con que termina la letra 11) y el punto aparte (.) de la letra m), respectivamente, por un punto y coma (;), y agréganse las siguientes letras n) y ñ):

"n) Pronunciarse, a más tardar el 31 de marzo de cada año, a solicitud del consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil, sobre las materias de relevancia local que deben ser consultadas a la comunidad por intermedio de esta instancia, como asimismo la forma en que se efectuará dicha consulta, informando de ello a la ciudadanía, y

ñ) Informar a las organizaciones comunitarias de carácter territorial y funcional; a las asociaciones sin fines de lucro y demás instituciones relevantes en el desarrollo económico, social y cultural de la comuna, cuando éstas así lo requieran, acerca de la marcha y funcionamiento de la municipalidad, de conformidad con los antecedentes que haya proporcionado el alcalde con arreglo al artículo 87.".

6) Reemplázase en la letra a) del artículo 82 la expresión "consejo económico y social comunal" por "consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil".

7) Agrégase el siguiente inciso en el artículo 93:

"Con todo, la ordenanza deberá contener una mención del tipo de las organizaciones que deben ser consultadas e informadas, como también las fechas o épocas en que habrán de efectuarse tales procesos. Asimismo, describirá los instrumentos y medios a través de los cuales se materializará la participación, entre los que podrán considerarse la elaboración de presupuestos participativos, consultas u otros.".

8) Sustitúyese el artículo 94 por el siguiente:

"Artículo 94.- En cada municipalidad existirá un consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil.

Éste será elegido por las organizaciones comunitarias de carácter territorial y funcional, y por las organizaciones de interés público de la comuna. Asimismo, y en un porcentaje no superior a la tercera parte del total de sus miembros, podrán integrarse a aquellos representantes de asociaciones gremiales y organizaciones sindicales, o de otras actividades relevantes para el desarrollo económico, social y cultural de la comuna.

En ningún caso la cantidad de consejeros titulares podrá ser inferior al doble ni superior al triple de los concejales en ejercicio de la respectiva comuna.

El consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil se reunirá a lo menos cuatro veces por año bajo la presidencia del alcalde.

Un reglamento, elaborado sobre la base de un reglamento tipo propuesto por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo que el alcalde respectivo someterá a la aprobación del concejo, determinará la integración, organización, competencia y funcionamiento del consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil, como también la forma en que podrá autoconvocarse, cuando así lo solicite, por escrito, un tercio de sus integrantes. Dicho reglamento podrá ser modificado por los dos tercios de los miembros del Concejo, previo informe del consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil.

Los consejeros durarán cuatro años en sus funciones. En ausencia del alcalde, el consejo será presidido por el vicepresidente que elija el propio consejo de entre sus miembros. El secretario municipal desempeñará la función de ministro de fe de dicho organismo.

Las sesiones del consejo serán públicas, debiendo consignarse en actas los asuntos abordados en sus reuniones y los acuerdos adoptados en las mismas. El secretario municipal mantendrá en archivo tales actas, así como los originales de la ordenanza de participación ciudadana y del reglamento del consejo, documentos que serán de carácter público.

El alcalde deberá informar al consejo acerca de los presupuestos de inversión, del plan comunal de desarrollo y sobre las modificaciones al plan regulador, el que dispondrá de quince días hábiles para formular sus observaciones.

Con todo, en el mes de marzo de cada año, el consejo deberá pronunciarse respecto de la cuenta pública del alcalde, sobre la cobertura y eficiencia de los servicios municipales, así como sobre las materias de relevancia comunal que hayan sido establecidas por el concejo, y podrá interponer el recurso de reclamación establecido en el Título final de la presente ley.

Asimismo, los consejeros deberán informar a sus respectivas organizaciones, en sesión especialmente convocada al efecto y con la debida anticipación para recibir

consultas y opiniones, acerca de la propuesta de presupuesto y del plan comunal de desarrollo, incluyendo el plan de inversiones y las modificaciones al plan regulador, como también sobre cualquier otra materia relevante que les haya presentado el alcalde o el concejo.

Cada municipalidad deberá proporcionar los medios necesarios para el funcionamiento del consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil.".

9) Introdúcense las siguientes modificaciones en el artículo 95:

a) Reemplázase, en sus incisos primero y tercero, la expresión "consejo económico y social comunal" por "consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil".

b) Elimínase en su inciso tercero la frase "en el artículo 74 y en la letra b) del artículo 75".

10) Sustitúyese el inciso primero del artículo 98 por el siguiente:

"Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores, cada municipalidad deberá habilitar y mantener en funcionamiento una oficina de informaciones, reclamos y sugerencias abierta a la comunidad. La ordenanza de participación establecerá un procedimiento público para el tratamiento de las presentaciones o reclamos, como asimismo los plazos en que el municipio deberá dar respuesta a ellos, los que, en ningún caso, serán superiores a treinta días, de acuerdo a las disposiciones contenidas en la ley Nº 19.880.".

11) Reemplázase el artículo 99 por el siguiente:

"Artículo 99.- El alcalde, con acuerdo del concejo, a requerimiento de los dos tercios de los integrantes en ejercicio del mismo y a solicitud de dos tercios de los integrantes en ejercicio del consejo comunal de organizaciones de la sociedad civil, ratificada por los dos tercios de los concejales en ejercicio, o por iniciativa de los ciudadanos inscritos en los registros electorales de la comuna, someterá a plebiscito las materias de administración local relativas a inversiones específicas de desarrollo comunal, a la aprobación o modificación del plan comunal de desarrollo, a la modificación del plan regulador o a otras de interés para la comunidad local, siempre que sean propias de la esfera de competencia municipal, de acuerdo con el procedimiento establecido en los artículos siguientes.".

12) Sustitúyese en el artículo 100 el guarismo "10%" por "5%".

13) Suprímese en el artículo 141 letra b) la expresión "éste o de otros".

14) Agrégase la siguiente disposición transitoria:

"Artículo 5º transitorio.- La ordenanza a que alude el artículo 93 y el reglamento señalado en el artículo 94 deberán dictarse dentro del plazo de 180 días siguientes a la fecha de publicación de la presente ley.

Los consejos comunales de organizaciones de la sociedad civil deberán quedar instalados en el plazo de 60 días, contado desde la fecha de publicación del reglamento mencionado en el inciso precedente.".

PÁRRAFO 3º

Modificaciones en la ley Nº 19.418, sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias

Artículo 34. Incorpóranse las siguientes modificaciones en la ley Nº 19.418, sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto supremo Nº 58, de 1997, del Ministerio del Interior:

1) Agrégase un nuevo inciso tercero al artículo 6º, pasando el actual inciso tercero a ser cuarto y el inciso cuarto a ser quinto, cuyo texto es el siguiente:

"Será obligación de las municipalidades enviar al Servicio de Registro Civil e Identificación, semestralmente, y para efectos de mantener actualizado el Registro Nacional de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro, una copia con respaldo digital de los registros públicos señalados en los incisos primero y segundo de este artículo.".

2) Sustitúyese en el inciso tercero, que pasa a ser cuarto, la forma verbal "Será", por las expresiones "Asimismo, será".

3) Intercálase el siguiente artículo 6º bis:

"Artículo 6º bis.- Las uniones comunales de juntas de vecinos y las uniones comunales de organizaciones comunitarias funcionales podrán agruparse en federaciones y confederaciones de carácter provincial, regional o nacional. Un reglamento establecerá el funcionamiento de este tipo de asociaciones, garantizando la debida autonomía en sus distintos niveles de funcionamiento.".

4) Introdúcense las siguientes modificaciones en su artículo 19:

a) Sustitúyese en su inciso primero las expresiones "cinco" por "tres" y "dos" por "tres", respectivamente.

b) Agrégase el siguiente inciso cuarto:

"No podrán ser parte del directorio de las organizaciones comunitarias territoriales y funcionales los alcaldes, los concejales y los funcionarios municipales que ejerzan cargos de jefatura administrativa en la respectiva municipalidad, mientras dure su mandato.".

5) Agrégase a continuación del punto aparte (.) del inciso final del artículo 45 la siguiente oración:

"El concejo deberá cuidar que dicho reglamento establezca condiciones uniformes, no discriminatorias y transparentes en el procedimiento de asignación, así como reglas de inhabilidad que eviten los conflictos de intereses y aseguren condiciones objetivas de imparcialidad.".

6) Agrégase un nuevo artículo 54 bis:

"Artículo 54 bis.- Las uniones comunales podrán constituir federaciones que las agrupen a nivel provincial o regional.

Será necesario a lo menos un tercio de uniones comunales de juntas de vecinos o de organizaciones comunitarias funcionales de la provincia o de la región, para formar una federación. Un tercio de federaciones regionales de un mismo tipo podrán constituir una confederación nacional.

Cada unión comunal que concurra a la constitución de una federación, o que resuelva su retiro de ella, requerirá de la voluntad conforme de la mayoría de los integrantes del directorio de dicha unión comunal, dejando constancia de ello en el acta de la sesión especialmente convocada para tal efecto. El mismo procedimiento será aplicable para las federaciones que constituyan una confederación.

La federación o confederación gozará de personalidad jurídica por el solo hecho de realizar el depósito de su acta constitutiva y estatutos en la secretaría municipal de la comuna donde reconozca su domicilio, de acuerdo al reglamento, el que establecerá, además, los procedimientos para su constitución, regulación y funcionamiento, de conformidad con esta ley.".

PÁRRAFO 4º

Modificaciones en la ley de los Tribunales Electorales Regionales

Artículo 35. Sustitúyese en el número 1º del inciso primero del artículo 10 de la ley Nº 18.593, de los Tribunales Electorales Regionales, la expresión "Consejos de Desarrollo Comunal" por la frase "consejos comunales de organizaciones de la sociedad civil".

PÁRRAFO 5º

Modificaciones en las leyes sobre organización del Ministerio Secretaría General de Gobierno

Artículo 36. En el artículo 2º de la ley Nº 19.032, del Ministerio Secretaría General de Gobierno, que reorganiza el Ministerio Secretaría General de Gobierno, sustitúyese la expresión ", y" con que termina su letra g) por un punto y coma (;), reemplázase el punto aparte (.) de su letra h) por la expresión ", y" e incorpórase la siguiente letra i):

"i) Dar cuenta anualmente sobre la participación ciudadana en la gestión pública, para lo cual deberá establecer los mecanismos de coordinación pertinentes.".

Artículo 37. Reemplázase el artículo 3º del decreto con fuerza de ley Nº 1, de 1992, del Ministerio Secretaría General de Gobierno, que modifica la organización del Ministerio Secretaría General de Gobierno, por el siguiente:

"Artículo 3º.- Corresponderá, especialmente, a la División de Organizaciones Sociales:

a) Contribuir a hacer más eficientes los mecanismos de vinculación, interlocución y comunicación entre el gobierno y las organizaciones sociales, favoreciendo el asociacionismo y el fortalecimiento de la sociedad civil.

b) Promover la participación de la ciudadanía en la gestión de las políticas públicas.

c) Coordinar, por los medios pertinentes, la labor del Ministerio señalada en la letra i) del artículo 2º de la ley Nº 19.032.".

PÁRRAFO 6º

Modificaciones en el Título XXXIII del Libro I del Código Civil

Artículo 38.- Introdúcense las siguientes modificaciones en el Código Civil:

1º En el artículo 545:

a) Incorpórase, al final del inciso segundo, la siguiente frase: "Las corporaciones de derecho privado se llaman también asociaciones.".

b) Agrégase el siguiente inciso, a continuación del segundo, pasando el actual inciso tercero a ser cuarto:

"Una asociación se forma por una reunión de personas en torno a objetivos de interés común a los asociados. Una fundación, mediante la afectación de bienes a un fin determinado de interés general.".

2º En el artículo 546, sustitúyese la frase "hayan sido aprobadas por el Presidente de la República" por "se hayan constituido conforme a las reglas de este Título".

3º Sustitúyese el artículo 548 por los siguientes:

"Artículo 548. El acto por el cual se constituyan las asociaciones o fundaciones constará en escritura publica o privada suscrita ante notario, oficial del Registro Civil o funcionario municipal autorizado por el alcalde.

Copia del acto constitutivo, autorizada por el ministro de fe o funcionario ante el cual fue otorgado, deberá depositarse en la secretaría municipal del domicilio de la persona jurídica en formación, dentro del plazo de treinta días contado desde su otorgamiento. Este plazo no regirá para las fundaciones que se constituyan conforme a disposiciones testamentarias.

Dentro de los treinta días siguientes a la fecha del depósito, el secretario municipal podrá objetar fundadamente la constitución de la asociación o fundación, si no se hubiere cumplido los requisitos que la ley o el reglamento señalen. No se podrán objetar las cláusulas de los estatutos que reproduzcan los modelos aprobados por el Ministerio de Justicia. La objeción se notificará al solicitante por carta certificada. Si al vencimiento de este plazo el secretario municipal no hubiere notificado observación alguna, se entenderá por el solo ministerio de la ley que no objeta la constitución de la organización, y se procederá de conformidad al inciso quinto.

Sin perjuicio de las reclamaciones administrativas y judiciales procedentes, la persona jurídica en formación deberá subsanar las observaciones formuladas, dentro del plazo de treinta días, contado desde su notificación. Los nuevos antecedentes se depositarán en la secretaría municipal, procediéndose conforme al inciso anterior. El órgano directivo de la persona jurídica en formación se entenderá facultado para introducir en los estatutos las modificaciones que se requieran para estos efectos.

Si el secretario municipal no tuviere objeciones a la constitución, o vencido el plazo para formularlas, de oficio y dentro de quinto día, el secretario municipal archivará copia de los antecedentes de la persona jurídica y los remitirá al Servicio de Registro Civil e Identificación para su inscripción en el Registro Nacional de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro, a menos que el interesado solicitare formalmente hacer la inscripción de manera directa. La asociación o fundación gozará de personalidad jurídica a partir de esta inscripción.

Artículo 548-1. En el acto constitutivo, además de individualizarse a quienes comparezcan otorgándolo, se expresará la voluntad de constituir una persona jurídica, se aprobarán sus estatutos y se designarán las autoridades inicialmente encargadas de dirigirla.

Artículo 548-2. Los estatutos de las personas jurídicas a que se refiere este Título deberán contener:

a) El nombre y domicilio de la persona jurídica;

b) La duración, cuando no se la constituya por tiempo indefinido;

c) La indicación de los fines a que está destinada;

d) Los bienes que forman su patrimonio inicial, si los hubiere, y la forma en que se aporten;

e) Las disposiciones que establezcan sus órganos de administración, cómo serán integrados y las atribuciones que les correspondan, y

f) Las disposiciones relativas a la reforma de estatutos y a la extinción de la persona jurídica, indicándose la institución sin fines de lucro a la cual pasarán sus bienes en este último evento.

Los estatutos de toda asociación deberán determinar los derechos y obligaciones de los asociados, las condiciones de incorporación y la forma y motivos de exclusión.

Los estatutos de toda fundación deberán precisar, además, los bienes o derechos que aporte el fundador a su patrimonio, así como las reglas básicas para la aplicación de los recursos al cumplimiento de los fines fundacionales y para la determinación de los beneficiarios.

Artículo 548-3. El nombre de las personas jurídicas a que se refiere este Título deberá hacer referencia a su naturaleza, objeto o finalidad.

El nombre no podrá coincidir o tener similitud susceptible de provocar confusión con ninguna otra persona jurídica u organización vigente, sea pública o privada, ni con personas naturales, salvo con el consentimiento expreso del interesado o sus sucesores, o hubieren transcurrido veinte años desde su muerte.

Artículo 548-4. Todos aquellos a quienes los estatutos de la corporación irrogaren perjuicio podrán recurrir a la justicia, en procedimiento breve y sumario, para que éstos se corrijan o se repare toda lesión o perjuicio que de la aplicación de dichos estatutos les haya resultado o pueda resultarles.".

4º En el artículo 550:

a) Sustitúyese la palabra "sala" por "asamblea", las dos veces que aparece.

b) Introdúcese a continuación del inciso primero, el siguiente:

"La asamblea se reunirá ordinariamente una vez al año, y extraordinariamente cuando lo exijan las necesidades de la asociación.".

5º Sustitúyese el artículo 551 por los siguientes:

"Artículo 551. La dirección y administración de una asociación recaerá en un directorio de al menos tres miembros, cuyo mandato podrá extenderse hasta por cinco años.

No podrán integrar el directorio personas que hayan sido condenadas a pena aflictiva.

El director que durante el desempeño del cargo fuere condenado por crimen o simple delito, o incurriere en cualquier otro impedimento o causa de inhabilidad o incompatibilidad establecida por la ley o los estatutos, cesará en sus funciones, debiendo el directorio nombrar a un reemplazante que durará en sus funciones el tiempo que reste para completar el período del director reemplazado.

El presidente del directorio lo será también de la asociación, la representará judicial y extrajudicialmente y tendrá las demás atribuciones que los estatutos señalen.

El directorio sesionará con la mayoría absoluta de sus miembros y sus acuerdos se adoptarán por la mayoría absoluta de los asistentes, decidiendo en caso de empate el voto del que presida.

El directorio rendirá cuenta ante la asamblea de la inversión de los fondos y de la marcha de la asociación durante el período en que ejerza sus funciones. Cualquiera de los asociados podrá pedir información acerca de las cuentas de la asociación, así como de sus actividades y programas.

Artículo 551-1. Los directores ejercerán su cargo gratuitamente, pero tendrán derecho a ser reembolsados de los gastos, autorizados por el directorio, que justificaren haber efectuado en el ejercicio de su función.

Sin embargo, y salvo que los estatutos dispusieren lo contrario, el directorio podrá fijar una retribución adecuada a aquellos directores que presten a la organización servicios distintos de sus funciones como directores. De toda remuneración o retribución que reciban los directores, o las personas naturales o jurídicas que les son relacionadas por parentesco o convivencia, o por interés o propiedad, deberá darse cuenta detallada a la asamblea o, tratándose de fundaciones, al directorio.

La regla anterior se aplicará respecto de todo asociado a quien la asociación encomiende alguna función remunerada.

Artículo 551-2. En el ejercicio de sus funciones los directores responderán solidariamente hasta de la culpa leve por los perjuicios que causaren a la asociación.

El director que quiera salvar su responsabilidad por algún acto o acuerdo del directorio, deberá hacer constar su oposición, debiendo darse cuenta de ello en la próxima asamblea.".

6º En el artículo 553:

a) Sustitúyese la voz "penas" por "sanciones".

b) Agrégase el siguiente inciso segundo:

"La potestad disciplinaria que le corresponde a una asociación sobre sus asociados se ejercerá a través de una comisión de ética, tribunal de honor u otro organismo de similar naturaleza, que tendrá facultades disciplinarias respecto de los integrantes de la respectiva asociación, las que ejercerá mediante un procedimiento racional y justo, con respeto de los derechos que la Constitución, las leyes y los estatutos confieran a sus asociados. En todo caso, el cargo en el órgano de administración es incompatible con el cargo en el órgano disciplinario.".

7º Derógase el artículo 554.

8º Sustitúyese el artículo 556 por el siguiente:

"Artículo 556. Las asociaciones y fundaciones podrán adquirir, conservar y enajenar toda clase de bienes, a título gratuito u oneroso, por actos entre vivos o por causa de muerte.

El patrimonio de una asociación se integrará, además, por los aportes ordinarios o extraordinarios que la asamblea imponga a sus asociados, con arreglo a los estatutos.

Las rentas, utilidades, beneficios o excedentes de la asociación no podrán distribuirse entre los asociados ni aún en caso de disolución.".

9º Incorpóranse los siguientes artículos 557, 557-1, 557-2 y 557-3:

"Artículo 557. Corresponderá al Ministerio de Justicia la fiscalización de las asociaciones y fundaciones.

En ejercicio de esta potestad podrá requerir a sus representantes que presenten para su examen las actas de las asambleas y de las sesiones de directorio, las cuentas y memorias aprobadas, libros de contabilidad, de inventarios y de remuneraciones, así como cualquier otra información respecto del desarrollo de sus actividades.

El Ministerio de Justicia podrá ordenar a las corporaciones y fundaciones que subsanen las irregularidades que comprobare o que se persigan las responsabilidades pertinentes, sin perjuicio de requerir del juez las medidas que fueren necesarias para proteger de manera urgente y provisional los intereses de la persona jurídica o de terceros.

El incumplimiento de las instrucciones impartidas por el Ministerio de Justicia se mirará como infracción grave a los estatutos.

Artículo 557-1. Las personas jurídicas regidas por este Título estarán obligadas a llevar contabilidad de conformidad con los principios de contabilidad de aceptación general. Deberán además confeccionar anualmente una memoria explicativa de sus actividades y un balance aprobado por la asamblea o, en las fundaciones, por el directorio.

Las personas jurídicas cuyo patrimonio o cuyos ingresos totales anuales superen los límites definidos por resolución del Ministro de Justicia, deberán someter su contabilidad, balance general y estados financieros al examen de auditores externos independientes designados por la asamblea de asociados o por el directorio de la fundación de entre aquellos inscritos en el Registro de Auditores Externos de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Artículo 557-2. Las asociaciones y fundaciones podrán realizar actividades económicas que se relacionen con sus fines. Asimismo, podrán invertir sus recursos de la manera que decidan sus órganos de administración.

Las rentas que se perciban de esas actividades sólo deberán destinarse a los fines de la asociación o fundación o a incrementar su patrimonio.

Artículo 557-3. De las deliberaciones y acuerdos del directorio y, en su caso, de las asambleas se dejará constancia en un libro o registro que asegure la fidelidad de las actas.

Las asociaciones y fundaciones deberán mantener permanentemente actualizados registros de sus asociados, directores y demás autoridades que prevean sus estatutos.".

10º Incorpórase el siguiente artículo 558:

"Artículo 558. La modificación de los estatutos de una asociación deberá ser acordada por la asamblea citada especialmente con ese propósito. La disolución o fusión con otra asociación deberán ser aprobadas por dos tercios de los asociados que asistan a la respectiva asamblea.

Los estatutos de una fundación sólo podrán modificarse por acuerdo del directorio, previo informe favorable del Ministerio, siempre que la modificación resulte conveniente al interés fundacional. No cabrá modificación si el fundador lo hubiera prohibido.

El Ministerio de Justicia emitirá un informe respecto del objeto de la fundación, como asimismo, del órgano de administración y de dirección, en cuanto a su generación, integración y atribuciones.

En todo caso deberá cumplirse con las formalidades establecidas en el artículo 548.".

11º Sustitúyese el artículo 559 por el siguiente:

"Artículo 559. Las asociaciones se disolverán:

a) Por el vencimiento del plazo de su duración, si lo hubiera;

b) Por acuerdo de la asamblea general extraordinaria, cumpliendo los requisitos formales establecidos en el artículo 558;

c) Por sentencia judicial ejecutoriada, en caso de:

1) estar prohibida por la Constitución o la ley o infringir gravemente sus estatutos, o

2) haberse realizado íntegramente su fin o hacerse imposible su realización, y

d) Por las demás causas previstas en los estatutos y en las leyes.

La sentencia a que se refiere la letra c) precedente sólo podrá dictarse en juicio incoado a requerimiento del Consejo de Defensa del Estado, en procedimiento breve y sumario, el que ejercerá la acción previa petición fundada del Ministerio de Justicia. En el caso a que se refiere el número 2 de la letra c) precedente, podrá también dictarse en juicio promovido por la institución llamada a recibir los bienes de la asociación o fundación en caso de extinguirse.".

12º Derógase el artículo 560.

13º En el artículo 562, sustitúyese la frase "será suplido este defecto por el Presidente de la República", por "se procederá en la forma indicada en el inciso segundo del artículo 558".

TÍTULO V

Disposiciones transitorias

Primera.- Los ministerios y servicios referidos en el Título IV de la Ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, deberán dictar la respectiva norma de aplicación general a que se refiere su artículo 70, dentro del plazo de seis meses contado desde la fecha de publicación de la presente ley.

Segunda.- Las disposiciones de la presente ley contenidas en el Párrafo 2º del Título I, en el artículo 34 Nº 1 y en el Párrafo VI del Título IV, entrarán en vigencia doce meses después de su publicación en el Diario Oficial.

Tercera.- Las corporaciones y fundaciones cuya personalidad jurídica sea o haya sido conferida por el Presidente de la República con arreglo a leyes anteriores se regirán por las disposiciones establecidas por la presente ley en cuanto a sus obligaciones, fiscalización, requisitos y formalidades de modificación y de extinción.

Cuarta.- Los procedimientos de concesión de personalidad jurídica de corporaciones y fundaciones que a la entrada en vigencia de la presente ley se encuentren en curso continuarán hasta su conclusión con arreglo a la ley antigua en caso de haberse formulado observaciones a la constitución o a los estatutos. En los demás casos, el

interesado podrá acogerse a las normas que fija esta ley, requiriendo al Ministerio de Justicia la remisión de los antecedentes a la secretaria municipal que corresponda.

Igual regla se aplicará a los procedimientos pendientes sobre aprobación de reformas de estatutos y de acuerdos relacionados con la disolución de corporaciones.

Los procedimientos que tengan por objeto la cancelación de la personalidad jurídica de corporaciones o fundaciones y se encuentren pendientes seguirán tramitándose conforme a la ley antigua.

Quinta.- Dentro del año siguiente a la vigencia de la presente ley, según lo establecido en la disposición segunda transitoria, el Ministerio de Justicia deberá remitir al Servicio de Registro Civil e Identificación, todos los antecedentes relativos a corporaciones y fundaciones preexistentes que se encuentren incorporados en el Registro de Personas Jurídicas a cargo del Ministerio, para su inclusión en el Registro Nacional de Personas Jurídicas sin Fines de Lucro. Durante el lapso previo a la remisión, el referido Ministerio cursará las certificaciones de vigencia de aquellas personas jurídicas sin fines de lucro, que se hubieren constituido en conformidad a la ley antigua, según los requisitos que aquéllas y su reglamento establecían.

Dentro del mismo plazo y con igual objeto, los secretarios municipales deberán remitir al Servicio copia de los antecedentes contenidos en los registros públicos correspondientes a las juntas de vecinos, organizaciones comunitarias y uniones comunales constituidas en su territorio y que se encuentren vigentes.".

Habiéndose cumplido con lo establecido en el Nº 1º del Artículo 93 de la Constitución Política de la República y por cuanto he tenido a bien aprobarlo y sancionarlo; por tanto promúlguese y llévese a efecto como Ley de la República.

Santiago, 4 de febrero de 2011.- SEBASTIÁN PIÑERA ECHENIQUE, Presidente de la República.- Rodrigo Hinzpeter Kirberg, Ministro del Interior.- Rodrigo Álvarez Zenteno, Ministro de Hacienda (S).- Claudio Alvarado Andrade, Ministro Secretario General de la Presidencia (S).- María Eugenia de la Fuente Núñez, Ministra Secretaria General de Gobierno (S).

Lo que transcribo a Ud., para su conocimiento y fines.- René Montané Hispa, Subsecretario General de Gobierno (S).

Tribunal Constitucional

Proyecto de ley sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública (Boletín Nº 3562-06)

La Secretaria del Tribunal Constitucional, quien suscribe, certifica que la Honorable Cámara de Diputados envió el proyecto de ley enunciado en el rubro, aprobado por el Congreso Nacional, a fin de que este Tribunal ejerciera el control de constitucionalidad

respecto de los artículos 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 32 Nºs 3, 4, 5, 7, 8, 10 y 11, y artículo 38 Nºs 3, 9 (letra a), y 11, del proyecto, y por sentencia de 20 de enero de 2011 en los autos Rol Nº 1.868-10-CPR:

Se declara:

1º. Que este Tribunal Constitucional no emitirá pronunciamiento, en examen preventivo de constitucionalidad, respecto de los artículos 21, salvo el inciso tercero, desde "Anualmente" hasta el punto aparte; 22, incisos segundo y siguientes; 23, incisos segundo y siguientes; 24, 25, 27, inciso segundo; 29, y 38, números 3º, 9º y 11º, del proyecto de ley remitido, en razón de que dichas disposiciones no regulan materias que la Carta Fundamental califica como propias de Ley Orgánica Constitucional.

2º. Que los artículos 21, inciso tercero, desde "Anualmente" hasta el punto aparte; 22, inciso primero; 23, inciso primero; 26, 27, inciso primero; 32, número 1) y número 2), en la parte que intercala los nuevos artículos 69, 74 y 75 en la ley Nº 18.575, y 33, numerales 1), 2), 3), 4), 5), 6), 7), 9), letra a), 10), y 12), del proyecto de ley remitido, son constitucionales.

3º. Que el artículo 32, número 2), del proyecto de ley bajo examen, en la parte que intercala los nuevos artículos 70, 72 y 73 en la ley Nº 18.575, es constitucional en el entendido que las modalidades formales y específicas de participación que tendrán las personas y organizaciones que establezcan los órganos de la Administración del Estado, deben tener por objeto facilitar y promover, no entrabar, el derecho establecido en el artículo 1º, inciso final, de la Constitución Política, en relación con el artículo 5º de la misma Carta Fundamental, en orden a que las personas puedan participar con igualdad de oportunidades en la vida nacional.

4º. Que el artículo 32, número 2), del proyecto de ley remitido, en la parte que intercala el nuevo artículo 71 en la ley Nº 18.575, se ajusta a la Constitución Política en el entendido que lo que en él se establece guarda correspondencia con la obligación de transparencia contemplada para todos los órganos del Estado en el artículo 8º de la Carta Fundamental y en la ley Nº 20.285, sobre Acceso a la Información Pública.

5º. Que la norma contenida en el numeral 11) del artículo 33 del proyecto controlado, que reemplaza el artículo 99 de la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, es constitucional en el entendido de que, según los fundamentos expresados en el considerando decimonoveno de esta sentencia, siguen siendo tres los facultados para convocar a plebiscito comunal: 1) el Alcalde, con acuerdo del Concejo; 2) el Alcalde, a requerimiento del Concejo Municipal, por acuerdo de dos tercios de sus integrantes, de oficio, o a petición de los dos tercios de los integrantes en ejercicio del Consejo Comunal de Organizaciones de la Sociedad Civil, y 3) el Alcalde, por iniciativa de un porcentaje de los ciudadanos inscritos en los registros electorales de la comuna (5% de los ciudadanos inscritos en los registros electorales de la comuna al 31 de diciembre del año anterior).

Santiago, 20 de enero de 2011.- Marta de la Fuente Olguín, Secretaria.