

Mieux protéger le consommateur

LE COMMENTAIRE D'AUGUSTIN LANDIER ET DE DAVID THESMAR

Nos modes de consommation changent en profondeur. On peut identifier trois tendances lourdes. Premièrement, la généralisation du modèle de l'abonnement. Pour de nombreux biens nous payons désormais par prélèvement automatique : il ne s'agit plus seulement du loyer, de l'eau, de l'électricité et du gaz, mais aussi de services financiers, communications, médias, musées, films, etc. Pour l'entreprise, il s'agit de développer avec le client une relation de longue durée permettant la vente ciblée de services supplémentaires à forte marge. Deuxième tendance : une croissance de la complexité qui s'observe dans de nombreux secteurs : produits d'épargne à options multiples, billets d'avion avec supplément bagage, téléphonie, compte e-mail et espace de stockage « gratuits », etc. Sous prétexte de différenciation et de ciblage fin, cette complexité tire souvent avantage de la rationalité limitée d'un consommateur sursollicité ou impulsif. Troisième tendance : le marketing quantitatif. Internet a ouvert la route à l'exploitation de grandes bases documentant les comportements individuels. Les entreprises utilisent ces données pour cibler stratégiquement leurs clients en anticipant leur réaction.

En France, le dispositif de protection des consommateurs répond mal aux enjeux de cette nouvelle donne. Dans un sondage récent de la Commission européenne, la France obtient une peu glorieuse 18^e place (sur 27) pour ce qui concerne la confiance dans la protection du consommateur... Résultat d'empilements successifs, le Code de la consommation est touffu et parfois contradictoire. La multiplication des acteurs et des institutions décourage le consommateur lésé. Qui contacter de la DGCCRF, des régulateurs sectoriels, des associations de

consommateurs ou encore de nombreuses instances d'autorégulation et autres comités de concertation ? D'autant que les sanctions prononcées contre les entreprises sont le plus souvent dérisoires et donc non dissuasives. Finalement, le paradoxe de la protection du consommateur est que les préjudices sont, pris isolément, trop petits : une connexion

lois qui doivent prévoir toutes les contingences à l'avance, sans jamais y parvenir. Pour que l'action de groupe puisse réellement fonctionner, il est crucial que les victimes soient, à moins qu'elles ne s'y déclarent opposées, automatiquement incluses dans le groupe plaignant (« opt out »), car toute forme de coût, même minime, anéantirait la volonté de participer.

En agglomérant les micropréjudices, l'action de groupe donne aux consommateurs la possibilité d'obtenir réparation sans avoir à s'occuper eux-mêmes des démarches.

Internet qui ne fonctionne pas à certaines heures, quelques frais bancaires injustifiés, un billet d'avion qui coûte quelques euros de plus que le prix affiché, etc. Ces petites avanies ne suffisent pas à pousser les consommateurs à investir le temps nécessaire pour faire valoir leurs droits.

Un dispositif répond à ces nouveaux enjeux : l'action de groupe, qui permet à une personne de prendre l'initiative d'attaquer l'entreprise au nom de l'ensemble des consommateurs lésés. En agglomérant les micropréjudices, l'action de groupe donne aux consommateurs la possibilité d'obtenir réparation sans avoir à s'occuper eux-mêmes des démarches. Anticipant sur ce nouveau droit, les entreprises auront plus de facilité à résister à la tentation de mordre la ligne jaune. L'action collective intervient donc ex post, lorsqu'un comportement déviant a été identifié, mais agit ex ante, à travers son effet dissuasif. Dans un environnement complexe et mouvant, elle est plus efficace que des

Promise par le gouvernement Sarkozy, l'action de groupe a été abandonnée face aux pressions du Medef. L'organisation patronale est dans son rôle en argumentant contre, mais ses critiques alarmistes ne se fondent sur aucune donnée concrète : l'épouvantail des « dérives à l'américaine » (avocats chasseurs de primes, etc.) est peu pertinent, car les actions de groupe – déjà en place aux Pays-Bas, au Portugal ou en Suède – peuvent s'accompagner de garde-fous concernant à la fois la rémunération des avocats et la validation ex ante de la recevabilité de l'action engagée. Il faut espérer que la gauche au pouvoir sera moins réceptive que ses prédécesseurs au corporatisme patronal et saisira l'enjeu de cette mesure pour la démocratisation de la vie économique.

Augustin Landier est professeur de finance à la Toulouse School of Economics.

David Thesmar est professeur à HEC