



Loïc Armand
Président de L'Oréal France

“ La satisfaction des consommateurs est la raison d'être et la condition de pérennité de nos entreprises. Selon leur taille et leur activité, elles reçoivent chaque année de la part des consommateurs des centaines, des milliers, des millions ou même des milliards de votes de confiance en France et à l'étranger. Qui dit mieux ? Mais cette confiance se mérite tous les jours : l'envie de consommer est basée sur l'innovation et la créativité ; la confiance se fonde sur la responsabilité. ”

Un pacte de **satisfaction**, de **confiance** et de **responsabilité** entre les entreprises et la société

Les entreprises et les consommateurs ont des intérêts convergents et sont liés par des rapports de complémentarité et non de conflictualité.

La consommation est un facteur de la croissance économique, source de bien-être et témoin de l'amélioration du niveau de vie. La création de valeur doit s'opérer dans le cadre d'une discipline comportementale.

L'engagement des entreprises pour la satisfaction des consommateurs peut s'analyser grâce à une pyramide à trois étages dont aucun ne peut se substituer à l'autre :

- le socle est constitué par la qualité de l'offre qui est source de valeur ajoutée et justification du prix ;
- le deuxième étage est le développement des bonnes pratiques des services clients et consommateurs ;
- le troisième et dernier étage est constitué par les modes de résolution amiable des différends au premier rang desquels figure la médiation extrajudiciaire proposée par les entreprises et les organisations professionnelles.

Missions

Elaborer la stratégie du MEDEF sur les questions de consommation et de relation avec les consommateurs, qu'il s'agisse de produits ou de services.

Replacer la confiance des consommateurs et la satisfaction de leurs besoins au cœur des débats qui ont trait à la place des entreprises dans la société.

Diffuser auprès des organisations professionnelles, des entreprises, des pouvoirs publics, des consommateurs et de leurs associations les termes d'un pacte de satisfaction, de confiance et de responsabilité entre les entreprises et les consommateurs qui implique la réunion d'un certain nombre de conditions :

- l'innovation et la créativité au service de la satisfaction des consommateurs, de la distribution, de la communication et de la valorisation des biens et services (en lien avec la Commission « Recherche, Innovation et Nouvelles Technologies ») ;
- la sûreté des produits et des services et la sécurité des consommateurs ;
- la production et la consommation responsables des produits et des services (en lien avec la Commission « Développement Durable ») ;
- la contribution à l'éducation et à la responsabilisation des consommateurs ;
- la responsabilité en communication ;
- l'écoute des consommateurs et la réponse à leurs insatisfactions ;
- le dialogue avec les parties prenantes en particulier avec les associations de consommateurs, partenaires privilégiés, françaises et européennes ;
- l'élaboration de modes de régulation lisibles et effectifs dans l'intérêt convergent des entreprises et des consommateurs et l'intégration de la dimension européenne voire globale des règles de protection des consommateurs (en lien avec les Commissions « Droit de l'Entreprise » et « Europe »).

Organisation et fonctionnement

La Commission Consommation se réunit tous les deux mois.
Elle est assistée d'un bureau et de trois comités spécialisés.

■ **Les trois comités spécialisés**

Le Comité Droit de la consommation ;

Le Comité Satisfaction des consommateurs ;

Le Comité Relation avec les consommateurs.

■ **Remarque**

Le Bureau impulse et coordonne les travaux des différentes instances.

Les comités sont chargés de la gestion de groupes techniques. Ces instances techniques sont pour la plupart ad hoc et fonctionnent dans une logique de gestion de projets (groupes de projet). Certaines sont permanentes assurant un suivi de problématiques sur le long terme (groupes de travail).

Principaux dossiers traités

■ **La Commission Consommation**

Elle a vocation à aborder de façon transversale et proactive les sujets de consommation. Son champ d'action couvre notamment :

- les pratiques commerciales déloyales et les clauses abusives ;
- les évolutions du droit européen de la consommation ;
- la protection des données personnelles des consommateurs ;
- le crédit à la consommation ;
- la sécurité des produits et des services ;
- la surveillance des marchés ;
- l'innovation et la créativité ;
- la mesure de la satisfaction des consommateurs ;
- la production et la consommation responsables ;
- la communication responsable ;
- l'optimisation des services clients et consommateurs ;
- le développement de la médiation pour les litiges de consommation...

Pour l'ensemble de ces thématiques, la Commission Consommation offre aux adhérents du MEDEF un service d'information, d'accompagnement et de défense de leurs intérêts.

La Commission Consommation coordonne la représentation des professionnels au sein des différentes instances de concertation chargées de la consommation : Conseil National de la Consommation, Commission de Sécurité des Consommateurs, Commission des Clauses Abusives...