

**Pour une plus grande participation  
des consommateurs  
aux processus de normalisation**

Rapport final du projet de recherche  
présenté au Bureau de la consommation  
d'Industrie Canada

par



Août 2005  
Révision mai 2006

Rapport de recherche publié par :



1000 rue Amherst, bureau 300  
Montréal (Québec) H2L 3K5

Téléphone : (514) 521-6820  
Sans frais : 1 888 521-6820  
Télécopieur : (514) 521-0736

[union@consommateur.qc.ca](mailto:union@consommateur.qc.ca)  
[www.consommateur.qc.ca/union](http://www.consommateur.qc.ca/union)

**Membres de l'Union des consommateurs**

ACEF Abitibi-Témiscamingue  
ACEF Amiante – Beauce –Etchemins  
ACEF Estrie  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Île-Jésus  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF du Grand-Portage  
ACEF de Lanaudière  
ACEF Montérégie-est  
ACEF Rive-Sud de Québec  
Association des consommateurs pour la qualité  
dans la construction

Membres individuels

L'Union des consommateurs est membre de l'Internationale des consommateurs (IC), une fédération regroupant 250 membres en provenance de 115 pays.

**Révision**

- Marcel Boucher

**Recherche et rédaction**

- Simon Desrochers et Charles Tanguay

**Conseiller spécial**

- Bruce J. Farquhar

**Direction de rédaction**

- Charles Tanguay

**Remerciements**

- aux associations de consommateurs participantes, au Conseil canadien des normes ainsi qu'aux organismes d'élaboration de normes (OEN) du Canada.

ISBN : 2-923405-02-1

This document is also available in English

L'Union des consommateurs remercie Industrie Canada pour l'aide financière accordée à ce projet de recherche. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du Gouvernement du Canada.

*Pour faciliter la lecture du texte et éviter la redondance systématique, nous avons choisi d'utiliser le masculin générique pour désigner les deux genres.*

© Union des consommateurs

## TABLE DES MATIÈRES

<b>L'UNION DES CONSOMMATEURS, la force d'un réseau .....</b>	<b>4</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>5</b>
<b>I. Cadres et processus de normalisation au Canada .....</b>	<b>9</b>
I.I Le Conseil canadien des normes (CCN) .....	9
I.II L'Association canadienne de normalisation (CSA) .....	18
I.III Le Bureau de normalisation du Québec (BNQ) .....	23
I.IV L'Office des normes générales du Canada (ONGC) .....	25
I.V Les Laboratoires des assureurs du Canada (ULC) .....	28
<b>II. Cadres et processus de normalisation en Europe .....</b>	<b>31</b>
II.I Le Comité européen de normalisation (CEN) .....	31
II.II Le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC) .....	32
II.III L'institut européen des normes de télécommunications (ETSI) .....	33
II.IV L'ANEC : le porte-parole des consommateurs dans la normalisation .....	34
<b>III. Cadres et processus de normalisation aux États-Unis .....</b>	<b>37</b>
<b>IV. Cadres et processus de normalisation à l'échelle internationale .....</b>	<b>42</b>
IV.I La Commission électrotechnique internationale (CEI) .....	42
IV.II Le Codex Alimentarius .....	42
IV.III L'Organisation internationale de normalisation (ISO) .....	43
<b>V. De la normalisation à la réglementation .....</b>	<b>48</b>
<b>VI. Les nouveaux enjeux de la normalisation .....</b>	<b>52</b>
<b>VII. Pour une plus grande participation des consommateurs .....</b>	<b>58</b>
VII.I Obstacles à une plus grande participation des consommateurs .....	59
VII.II Favoriser une plus grande participation des consommateurs .....	64
<b>Conclusion .....</b>	<b>68</b>
<b>Médiagraphie .....</b>	<b>69</b>
<b>Annexe 1 Sondage auprès des associations de consommateurs .....</b>	<b>73</b>
<b>Annexe 2 Liste des associations ayant été invitées à répondre .....</b>	<b>76</b>
<b>Annexe 3 Questions et réponses du sondage .....</b>	<b>78</b>
<b>Annexe 4 Abréviations .....</b>	<b>85</b>
<b>Annexe 5 La réglementation intelligente .....</b>	<b>87</b>

## **L'UNION DES CONSOMMATEURS, *la force d'un réseau***

L'Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe des Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels.

La mission de l'Union des consommateurs est de représenter et défendre les consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Les interventions de l'Union des consommateurs s'articulent autour des valeurs chères à ses membres soit, la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure de l'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face ; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail sur le terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

L'Union des consommateurs agit principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances, politiques, réglementaires et judiciaires, et sur la place publique. Parmi ses dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement ; l'énergie ; les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'infomédia ; la santé, l'alimentation et les biotechnologies ; les produits et services financiers ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la globalisation des marchés, l'Union des consommateurs travaille en collaboration avec plusieurs groupes de consommateurs du Canada-anglais et de l'étranger. Elle est membre de l'Organisation internationale des consommateurs (OIC) organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

## INTRODUCTION

La normalisation, qui spécifie les exigences et les critères auxquels doit satisfaire un produit, un service ou un procédé pour assurer sa qualification à l'emploi, a vu son rôle s'accroître au cours des dernières années, et ce, tant à l'échelle régionale et nationale qu'à l'échelle internationale. Par exemple, c'est une norme qui établit les dimensions des fauteuils roulants et des ouvertures pour permettre aux personnes handicapées d'avoir accès aux transports publics et aux bâtiments et c'est également une norme qui fait en sorte que les cartes de crédit peuvent être utilisées partout à travers le monde. Mis à part les traditionnelles questions d'efficacité, de qualité, de sécurité et de commodité qui touchent les normes, la protection de la santé et de l'environnement, le respect de la vie privée, le développement du commerce international, les problèmes d'interchangeabilité, la prestation des services, le vieillissement de la population et la réglementation dite «intelligente» sont autant de facteurs qui ont fait de la normalisation un enjeu stratégique et pratique des plus importants autant pour le marché que pour la société dans son ensemble.

Or, «pour être dignes de foi, [et jouer adéquatement leur rôle], les normes doivent posséder certains attributs :

- leur élaboration doit être encadrée par un organisme reconnu;
- le processus d'élaboration doit permettre l'intervention de toutes les parties intéressées;
- les normes ainsi formulées doivent être documentées et diffusées publiquement;
- on prévoit habituellement une méthode de contrôle et de vérification du respect des normes par les organismes»<sup>1</sup>.

La normalisation doit de plus faire preuve de transparence, de visibilité, de cohérence et de respect des règles quant à l'élaboration et à la certification de normes. La mise en place de cadres et processus de participation basés sur le consensus des acteurs et l'équilibre des intérêts représentés est essentielle à la crédibilité d'un tel système.<sup>2</sup> La normalisation consensuelle se base donc sur un «accord général qui se distingue par le fait qu'aucune faction significative des intérêts visés ne manifeste d'opposition soutenue à l'égard de points majeurs ainsi que par un processus qui tente de considérer l'opinion de tous les intéressés et de rapprocher toutes les positions qui s'affrontent — attendu que le consensus ne suppose pas nécessairement l'unanimité»<sup>3</sup>.

La participation des consommateurs aux processus de normalisation relève d'une grande importance pour la population canadienne et les organismes d'élaboration de normes (OEN) en particulier. Au Canada, le Conseil canadien des normes (CCN), par l'entremise de la Stratégie

---

<sup>1</sup> Bureau de la consommation, *La participation au système des normes - La nature des normes*, En ligne. <http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inoca-bc.nsf/fr/ca01579f.html> (page consultée le 4 février 2005)

<sup>2</sup> À titre de référence, indiquons que l'American National Standard Institute (ANSI) mentionne, sur son site Internet, l'importance du consensus et ceux qui devraient en faire partie : « The hallmarks of the American National Standards process include: consensus on a proposed standard by a group or "consensus body" that includes representatives from materially affected and interested parties (...) » En ligne. [http://www.ansi.org/standards\\_activities/overview/overview.aspx?menuid=3](http://www.ansi.org/standards_activities/overview/overview.aspx?menuid=3) (page consultée le 13 janvier 2006)

<sup>3</sup> Voir : Conseil canadien des normes, Guide sur la participation des représentants des intérêts des consommateurs et du public aux activités de normalisation, CAN-P-1011 rév. (Ottawa, CCN, 2002), p. 9.

canadienne de normalisation (SCN), qui est présentement en cours de révision (nbp : La Stratégie révisée a été publiée en janvier 2006), souligne la portée de cette participation des consommateurs et juge prioritaire l'amélioration de cette dernière. La participation des consommateurs stimule la confiance que porte le public envers les produits, les services et les procédés, et favorise, par le fait même, la situation des industries et des entreprises. Somme toute, la participation des consommateurs fait en sorte que les normes volontaires et consensuelles tiennent compte des intérêts et des besoins des utilisateurs finaux.

Les associations de consommateurs du Canada, bien que peu familières, pour la majorité d'entre elles, avec les processus de normalisation, jugent néanmoins important, elles aussi, que les consommateurs participent aux processus de normalisation.<sup>4</sup>

De plus, les activités de normalisation qui se déroulent à l'échelle internationale acquièrent de plus en plus d'importance pour les Canadiens et leur participation est d'autant plus sollicitée. De nombreux accords et traités internationaux obligent le Canada à prendre en considération l'utilisation de normes comme fondement aux règlements nationaux. Par exemple, l'Accord sur les obstacles techniques au commerce de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) précise que les différents organismes d'élaboration de normes (OEN) du pays doivent élaborer de nouvelles normes nationales en fonction des normes internationales. D'ailleurs, plus de la moitié des normes nationales du Canada sont basées sur des normes internationales, dont celles de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) et de la Commission électrotechnique internationale (CEI). Il est donc on ne peut plus important pour les consommateurs canadiens de participer aux processus de normalisation à caractère international afin de faire valoir leur vision et leurs intérêts en cette matière au reste du monde.

Cependant, la participation des consommateurs aux travaux des différents organismes nationaux ou internationaux de normalisation n'est ni suffisante, ni satisfaisante. Que ce soit au Canada, aux États-Unis, en Europe ou sur la scène internationale, de nombreux obstacles freinent une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation; notamment :

- une insuffisance de ressources financières;
- des lacunes relatives à l'expertise et à la formation technique;
- la mise sur pied de comités et groupes de travail peu ou mal équilibrés;
- le manque de crédibilité de certains représentants de consommateurs;
- des procédures trop complexes;
- des échanges limités entre les représentants de consommateurs;
- des déficiences quant à la distribution et au contenu de l'information provenant des OEN;
- etc.

Au Canada, le CCN émet les lignes directrices de la participation des consommateurs aux processus de normalisation. Bien que l'importance de cette participation soit reflétée dans ces lignes directrices, les quatre OEN accrédités par le CCN, soit l'Association canadienne de normalisation (Canadian Standard Association - CSA), le Bureau de la normalisation du Québec (BNQ), l'Office des normes générales du Canada (ONGC) et les Laboratoires des assureurs du

---

<sup>4</sup> Un sondage web réalisé par l'Union des consommateurs dans le cadre du présent projet, sondage dont les résultats détaillés sont joints en annexe, dévoile que 76 % des associations de consommateurs jugent très important que les consommateurs participent aux processus de normalisation et 24 %, moyennement important.

Canada (Underwriters' Laboratories of Canada - ULC), ont souvent été critiqués pour le peu de place qu'ils semblent faire aux consommateurs dans le cadre de l'élaboration de normes.

En Europe, il existe trois grands OEN qui ont pour principale mission de servir les visées des industries et des entreprises en matière d'élaboration et de certification de normes : le Comité européen de normalisation (CEN), le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC) et l'Institut européen des normes de télécommunications (ETSI). Or, les intérêts du public sont pris en compte et ardemment défendus au sein de ces trois OEN par l'Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs dans la normalisation (ANEC), véritable porte-parole des consommateurs européens en ce qui a trait à la normalisation, composée de représentants d'associations nationales de consommateurs. Financée par l'Union européenne et reconnaissant, dans sa charte, l'importance du financement des consommateurs pour leur participation aux travaux de normalisation, l'ANEC fait tout de même face à un problème de sous-représentation des consommateurs du fait d'un manque de ressources matérielles et financières chez toutes les associations nationales de consommateurs.

Aux États-Unis, où existe un système de normalisation fortement décentralisé, administré et coordonné par l'American National Standards Institute (ANSI), les associations de consommateurs sont assez peu représentées dans les travaux d'élaboration de normes. Malgré que leur apport aux processus de normalisation soit largement reconnu, notamment au sein de la National Standards Strategy for the United States (NSS), les représentants des consommateurs n'ont à leur disposition que très peu de soutien matériel ou financier ou de formation technique de la part de l'ANSI ou des OEN américains. C'est donc aux nombreuses agences fédérales et départements d'État qui participent aux travaux des OEN qu'il revient d'assurer la représentation et la défense des intérêts des consommateurs et de voir à la prise en compte de leurs préoccupations.

Sur la scène internationale, où les normes élaborées servent de plus en plus de références aux normes et règlements nationaux, la participation des consommateurs aux processus de normalisation connaît d'importantes limites. En effet, les grands OEN internationaux, comme l'Organisation internationale de normalisation (ISO), ne permettent aux nombreux représentants des consommateurs de participer à leurs travaux que par l'intermédiaire de délégations nationales formées par les différents OEN de leur pays respectif. Or, ces délégations ne comptent que rarement des représentants provenant d'associations de consommateurs. L'ISO a toutefois mis sur pied le Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO) afin de promouvoir la participation des consommateurs à son processus de normalisation. Disposant de moyens matériels et financiers importants et jouissant d'une solide réputation à l'échelle mondiale, le COPOLCO éprouve néanmoins les mêmes problèmes de sous-représentation des consommateurs que l'ISO, ses membres étant relativement les mêmes, issus de délégations d'OEN nationaux.

Les divers obstacles à la participation des consommateurs aux processus de normalisation font en sorte que l'un des buts recherchés, développer la confiance que portent les consommateurs aux produits, services et procédés qu'ils retrouvent sur le marché, n'est pas atteint. Ces obstacles qui limitent la présence des consommateurs pourraient même aller jusqu'à nuire au processus lui-même, puisque pourraient être élaborées des normes non consensuelles qui feraient abstraction des intérêts ou des besoins réels du public. Le danger est d'autant plus grand que, les normes se substituant de plus en plus à la réglementation nationale, leur élaboration hors la présence des consommateurs pourrait être perçue comme une atteinte à la démocratie.

Existe-t-il des solutions qui pourraient permettre de lever ces obstacles, des avenues qui favoriseraient une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation? Cette problématique fera l'objet d'une analyse dans le présent projet de recherche, qui examine en détail les cadres et processus actuels de représentation des consommateurs au sein des OEN d'ici et d'ailleurs.

Les sections I à IV dressent un inventaire des cadres et processus de normalisation au Canada, en Europe, aux États-Unis et à l'échelle internationale, tout en examinant les modes et les mécanismes qu'ils prévoient en vue de favoriser la participation des consommateurs.<sup>5</sup>

La section V se penche sur les interactions entre la normalisation et la réglementation et sur les arguments avancés sur la nécessité de baliser cette tendance.

La section VI présente, en premier lieu, les nouveaux enjeux, les nouvelles tendances de la normalisation qui sont susceptibles d'interpeller les associations de consommateurs. En second lieu, nous abordons une analyse des principaux obstacles, du point de vue des associations de consommateurs, qui freinent une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation. En dernier lieu, des solutions sont proposées pour lever ces barrières et favoriser une plus grande participation des consommateurs.

Enfin, en conclusion, nous proposons un retour sur les difficultés que rencontrent les consommateurs à participer aux travaux des OEN, tout en soulignant la nécessité d'une représentation crédible et d'une participation adéquate des consommateurs aux processus de normalisation.

---

<sup>5</sup> Une première version du présent rapport de recherche a été présentée aux organismes touchés dans cette section. Les commentaires qu'ils nous ont communiqués nous ont permis d'apporter quelques corrections. Certains de leurs commentaires ont aussi été inclus dans le texte ou dans les notes qui l'accompagnent. Nous les remercions de leur collaboration. Nous regrettons toutefois que Underwriters Laboratories of Canada, qui nous faisait part le 26 septembre 2005 de certains commentaires, n'ait pu nous remettre avant la fin janvier, date indiquée pour la finalisation du rapport, les commentaires plus élaborés qui devaient suivre.



## **I. CADRES ET PROCESSUS DE NORMALISATION AU CANADA**

---

### **I.I Le Conseil canadien des normes (CCN)**

---

#### **I.I.a) Description**

Créé en 1970 par le gouvernement fédéral à la suite de l'adoption de la Loi sur le Conseil canadien des normes<sup>6</sup>, le Conseil canadien des normes (CCN)<sup>7</sup> est une société d'État fédérale qui relève du Parlement par le biais du ministre de l'Industrie. Composé de 15 membres et de 86 employés regroupés en trois comités permanents et huit comités consultatifs, le CCN assure l'encadrement et le fonctionnement coordonné des activités de normalisation volontaire<sup>8</sup> au Canada, en plus de représenter les intérêts du pays quant à l'élaboration et l'application des normes à l'échelle internationale, notamment auprès de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) et de la Commission électrotechnique internationale (CEI).

Afin de mettre en œuvre une normalisation efficace et efficiente au Canada, le CCN a pour mandat:

- «- d'encourager les Canadiens à participer aux activités relatives à la normalisation volontaire ;
- d'encourager la coopération entre les secteurs privé et public en matière de normalisation volontaire au Canada ;
- de coordonner les efforts des personnes et organismes s'occupant du Système national des normes, et de voir à la bonne marche de leurs activités ;
- d'encourager, dans le cadre d'activités relatives à la normalisation, la qualité, la performance et l'innovation technologique en ce qui touche les produits et les services canadiens ;
- d'élaborer des stratégies et de définir des objectifs à long terme en matière de normalisation»<sup>9</sup>.

Le CCN a également pour mission d'administrer et de gérer le Système national des normes (SNN), soit « un système qui englobe les organisations et les particuliers engagés au Canada dans des activités d'élaboration, de promotion et de mise en œuvre des normes (...) Plus de 15 000 Canadiens (les membres) contribuent aux travaux des Comités qui élaborent les normes nationales et internationales. Le CCN a déjà accrédité plus de 400 organisations dont certaines élaborent les normes, d'autres étant des Organismes d'évaluation de la conformité qui vérifient la conformité des produits et services aux exigences de certaines normes.»<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Conseil canadien des normes, Loi sur le ( L.R. 1985, ch. S-16 )

<sup>7</sup> Conseil canadien des normes, site du CCN. En ligne. <http://www.scc.ca/fr/index.shtml> (page consultée en janvier 2006)

<sup>8</sup> Lorsqu'elles ne font l'objet d'aucune mesure législative.

<sup>9</sup> Par. 4.(1), Loi sur le Conseil canadien des normes, S.R.C. 1970, ch.41 (1<sup>er</sup> suppl.) modifiée en 1996, ch. 24.

<sup>10</sup> Système national des normes, site du CCN. En ligne. <http://www.scc.ca/fr/nss/index.shtml> (page consultée en janvier 2006)

Parmi les collaborateurs du SNN, on retrouve :

- les laboratoires d'étalonnage et d'essais;
- les organismes de certification;
- les consommateurs et les organismes non gouvernementaux (ONG);
- l'industrie;
- les gouvernements;
- les organismes de certification du personnel et de formation des auditeurs;
- les organismes registraires;
- les organismes d'élaboration de normes (OEN).

Les orientations stratégiques du SNN se retrouvent à l'intérieur de la Stratégie canadienne de normalisation (SCN), commandée par le ministère fédéral de l'Industrie et élaborée par un Conseil consultatif des intéressés et dévoilée en mars 2000<sup>11</sup>. L'apport des consommateurs à son élaboration mérite d'être souligné, puisque que le Comité sur les intérêts des consommateurs et du public (CICP), que nous décrivons en détail plus loin, a participé à sa rédaction. Plan directeur des processus de normalisation au Canada, la SCN précise les objectifs visés par la normalisation canadienne tant sur le plan national qu'international.

Enfin, le CCN est responsable d'accréditer les organismes d'élaborations de normes (OEN).

Il existe au Canada quatre OEN accrédités par le CCN :

- Association canadienne de normalisation (Canadian Standards Association - CSA)
- Bureau de normalisation du Québec (BNQ)
- Office des normes générales du Canada (ONGC)
- Laboratoires des assureurs du Canada (Underwriters' Laboratory of Canada - ULC)

Une fois élaborées par les OEN accrédités, les nouvelles normes peuvent être soumises au CCN en vue d'adoption comme norme nationale.

« Pour pouvoir devenir une Norme nationale du Canada, une telle norme doit tout d'abord :

- avoir été élaborée en concertation par un comité d'intéressés bien représentés;
- avoir été minutieusement examinée par le public ;
- exister dans les deux langues officielles ;
- être compatible avec les normes internationales existantes et les normes étrangères correspondantes ou les comprendre<sup>12</sup> ;
- ne pas constituer un obstacle au commerce;»<sup>13</sup>

Nous reviendrons ultérieurement sur les quatre OEN accrédités.

---

<sup>11</sup> Le CCN a publié depuis une mise à jour datée de janvier 2005, intitulée SCN - Mise à jour 2005-2008, Site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/CSS\\_update\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/CSS_update_f.pdf) (page consultée en janvier 2006) Le document précise que « La nouvelle version reprend fidèlement les six buts proposés dans la version originale ».

<sup>12</sup> Soulignons ici que près de 80 % des Normes nationales du Canada s'inspirent de normes internationales.

<sup>13</sup> Élaborations de normes nationales, sur le site Internet du Conseil canadien des normes. Site du CCN. En ligne. <http://www.scc.ca/fr/programs/standards/ntlstandards.shtml> (page consultée en janvier 2006)

### I.I.b) Participation des consommateurs

De par la Loi sur le Conseil canadien des normes, le Conseil canadien des normes (CCN) a entre autres pour mission de promouvoir la participation des Canadiens aux processus de normalisation volontaire<sup>14</sup>. Afin de remplir cette obligation, le CCN peut octroyer un soutien financier aux Canadiens et aux organismes canadiens qui participent aux processus de normalisation volontaire pour les aider à satisfaire aux exigences nationales et internationales<sup>15</sup>. La Loi confère aussi au CCN le pouvoir de rassembler et de diffuser l'information sur les normes et les activités de normalisation au pays ou à l'étranger<sup>16</sup>.

Au sein du CCN, la participation des consommateurs se concentre principalement dans le développement et la mise en œuvre du Système national des normes (SNN). Les consommateurs et les organismes non gouvernementaux de représentation des consommateurs veillent par ce biais à ce que le SNN œuvre à améliorer le bien-être social et économique du pays, notamment en ce qui concerne la qualité, l'efficacité et la sécurité des produits et services, la santé, l'éducation, l'environnement, le développement durable, la responsabilité sociale des entreprises et la protection de la vie privée.

Dans le cadre du SNN, le CCN a publié deux importants documents qui définissent clairement les politiques, les objectifs et les procédures du Conseil en matière de normes consensuelles<sup>17</sup>. Ces documents indiquent qu'une place importante doit être faite à la participation des consommateurs dans les processus de normalisation. Le premier document, CAN-P-1D, Accréditation des organismes d'élaboration de normes, précise que :

1.1 (...) L'accréditation accordée par le CCN aux OEN est subordonnée au recours de ces organismes à un processus consensuel. Les principes régissant le consensus au Canada sont les suivants :

- Procurer le même accès à toutes les parties intéressées et leur garantir une participation efficace (ce qui implique qu'il y ait des ressources suffisantes, un même accès à l'information et une compréhension du processus de toutes les parties). Il faudra à cette fin trouver les ressources nécessaires (argent, formation, compétence du personnel, etc.) ;2. Respecter les divers intérêts et savoir reconnaître à qui procurer l'accès (Guide 59, articles 6.1, 6.5 et dans une certaine mesure 6.3) pour assurer un équilibre des intérêts ;
- Procurer un mécanisme de règlement des conflits (Guide 59, article 4.2).

Et, plus loin, que :

- **6.5** Au plan national, la participation devrait être organisée par les OEN et le CCN conformément à leurs procédures respectives de recherche de consensus, lesquelles

<sup>14</sup> Conseil canadien des normes, Loi sur le ( L.R. 1985, ch. S-16 ), art. 4.(1) a)

<sup>15</sup> Soulignons toutefois que près de 80% des Normes nationales du Canada s'inspirent de normes internationales.

<sup>15</sup> Conseil canadien des normes, Loi sur le ( L.R. 1985, ch. S-16 ), art. 4.(2) j)

<sup>16</sup> Conseil canadien des normes, Loi sur le ( L.R. 1985, ch. S-16 ), art. 4.(2) jk)

<sup>17</sup> À titre de référence, indiquons que l'ANSI mentionne aussi, sur son site Internet, l'importance du consensus : « The hallmarks of the American National Standards process include: consensus on a proposed standard by a group or "consensus body" that includes representatives from materially affected and interested parties (...) » En ligne. [http://www.ansi.org/standards\\_activities/overview/overview.aspx?menuid=3](http://www.ansi.org/standards_activities/overview/overview.aspx?menuid=3) (page consultée en janvier 2006)

devraient prévoir une représentation équilibrée des catégories d'intérêts telles que fabricants, acheteurs, consommateurs, etc.

Parmi les critères d'accréditation que l'on retrouve à l'Annexe 3 (normatif), Autres critères d'accréditation des organismes d'élaboration de normes, celui-ci, que les organismes doivent respecter :

15. L'organisme d'élaboration de normes doit faire en sorte que tous les intéressés puissent être représentés aux comités d'élaboration de normes volontaires, pourvu que cette représentation soit raisonnablement équilibrée et que ces comités ne comptent pas trop de membres, et décrire de quelle façon il entend se conformer à ce critère.

16. L'organisme d'élaboration de normes doit être prêt à fournir sur demande, pour examen public, les listes de membres des comités et attester qu'il est prêt à se conformer à ce critère.<sup>18</sup>

Le second document, CAN-P-2E, Critères et méthodes de préparation et d'approbation des Normes nationales du Canada, spécifie que toute norme élaborée par un OEN doit répondre à certains critères précis pour être reconnue en tant que Norme nationale du Canada, dont :

3.1.1 Critère 1 Il faut déterminer l'importance, l'opportunité et la convenance d'une norme proposée comme Norme nationale du Canada en conciliant de façon raisonnable les points de vue d'un certain nombre de personnes compétentes dont les intérêts collectifs constituent une représentation équilibrée des intérêts des producteurs, des consommateurs et d'autres intéressés, selon le domaine envisagé.

L'appendice A prévoit en outre qu'une norme nationale doit indiquer ce qui suit dans son « avant-propos » :

Une norme nationale du Canada est une norme, approuvée par le Conseil canadien des normes, qui reflète une entente raisonnable parmi les points de vue d'un certain nombre de personnes compétentes dont les intérêts réunis forment, au degré le plus élevé possible, une représentation équilibrée des intérêts des producteurs, des utilisateurs, des consommateurs et d'autres personnes intéressées, selon le domaine envisagé.<sup>19</sup>

Il ressort de ce qui précède qu'un OEN ne saurait être accrédité ou telle accréditation maintenue si l'organisme n'accorde pas, dans l'élaboration des normes, une représentation équilibrée des catégories d'intérêts, incluant ceux des consommateurs, et que les normes élaborées par ces organismes ne sauraient être reconnues comme normes nationales si elles ont été élaborées sans une représentation ainsi équilibrée.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Voir : Conseil canadien des normes, Accréditation des organismes d'élaboration de normes, CAN-P-1D, (Ottawa, CCN, 1999). Site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/1d\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/1d_f.pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>19</sup> Voir : Conseil canadien des normes, Critères et méthodes de préparation et d'approbation des Normes nationales du Canada, CAN-P-2E, (Ottawa, CCN, 1992), p. 3.

<sup>20</sup> Les règles du CCN reconnaissent que « ... il peut se présenter des situations où le sujet [...] est tellement spécialisé qu'il n'est pas possible de former un comité équilibré ». Dans de tels cas, le CCN

Le CCN dispose donc, par le biais de la mise en œuvre de ces deux documents incontournables, au moment de l'accréditation et une fois les organismes accrédités, d'outils coercitifs lui permettant de promouvoir efficacement la participation des consommateurs aux processus de normalisation au Canada.

Le processus d'accréditation des OEN par le CCN, semblable au processus mis en place par le American National Standard Institute (ANSI)<sup>21</sup> doit viser à garantir des pratiques exemplaires dans le contexte de la normalisation. Comme l'ANSI, le CCN procède à des audits d'accréditation sur le terrain en vue de s'assurer que les organismes rencontrent tous les critères obligatoires avant l'accréditation et à tous les trois ans, pour le renouvellement de l'accréditation (5 ans pour l'ANSI), des audits de contrôle étant prévus à tous les ans afin de s'assurer que l'organisme respecte toujours les critères et pour lui permettre de combler toute lacune qui pourrait être constatée.<sup>22</sup>

Le CCN reconnaît que la participation des consommateurs aux travaux de normalisation est un élément important, qui fait partie des exigences du critère visant une représentation équilibrée. La place faite à cette participation dans le cadre d'une représentation équilibrée et du respect des intérêts des différentes parties intéressées sera donc présumément l'un des critères auquel la conformité sera évaluée par les audits.<sup>23</sup>

Il est clair qu'un OEN ne saurait, selon ces règles, être accrédité s'il ne se conforme scrupuleusement aux règles visant la représentation équilibrée. Comme le précise Begonia Lojk, du CCN :

La première étape du processus d'accréditation réside dans une étude complète des procédures des OEN, et comme celles-ci doivent être entièrement conformes à nos critères avant que nous ne procédions à l'audit, il y a tout lieu de s'attendre à ce que l'audit révèle que ces critères sont effectivement respectés. L'audit a pour objet de confirmer qu'il en est ainsi par

---

exige de l'OEN qu'il explique les raisons de ce déséquilibre lorsqu'il lui achemine la norme proposée pour la faire reconnaître comme norme nationale du Canada.. Source : Utilisation des processus d'élaboration de normes pour les règlements, in : L'innovation au Canada, site du gouvernement du Canada. En ligne. <http://www.innovation.gc.ca/gol/innovation/site.nsf/fr/in04885.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>21</sup> American National Standard Institute (ANSI), représentant américain officiel à ISO, propose sur son site Internet les documents cadre pour ses accréditations, y compris les règles, guides, procédures et formulaires. Site de ANSI. En ligne. [http://www.ansi.org/conformity\\_assessment/overview/overview.aspx?menuid=4](http://www.ansi.org/conformity_assessment/overview/overview.aspx?menuid=4) (page consultée en janvier 2006)

<sup>22</sup> Les critères d'audit sont décrits dans le document CAN-P-1 ; Conseil canadien des normes, Accréditation des organismes d'élaboration de normes, CAN-P-1D, (Ottawa, CCN, 1999). Site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/1d\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/1d_f.pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>23</sup> Notons ici que l'ANSI, parmi les vérifications qui sont effectuées lors des audits, se penche aussi sur les moyens mis en œuvre par les organismes afin de corriger tout déséquilibre qui pourrait se révéler dans la représentation adéquate « 8.1.3. Does each of the identified interest categories have adequate representation? 8.1.3.1 If no, what efforts have been made to attract additional members? » American National Standards Institute (ANSI), ANSI Auditing Policy and Procedures, Issue Date: January 31, 2005

un examen attentif des preuves et des entrevues. Les non-conformités ne devraient se produire que très rarement.<sup>24</sup>

Si, dans le cadre des audits qui visent à assurer que chacun des OEN se conforme toujours aux critères d'accréditation, le CCN constatait un déséquilibre dans la représentation, il pourrait théoriquement en venir à retirer l'accréditation d'un OEN pour non respect des exigences énoncées dans le document CAN-P-1D. De même, pour les mêmes raisons, une demande de reconnaissance d'une Norme nationale canadienne pourrait théoriquement être refusée.

En cas de non-conformité, un constat d'infraction est d'abord envoyé à l'OEN fautif et le CCN a le pouvoir de lui retirer son accréditation si l'OEN ne rectifie pas la situation problématique de manière satisfaisante et dans un délai raisonnable. Nous n'avons trouvé aucune information écrite nous permettant de savoir si ces moyens coercitifs ont déjà été utilisés dans le passé par le CCN. Lors d'une conversation téléphonique, un représentant du CCN nous a toutefois affirmé qu'à sa connaissance, aucune sanction n'a jamais été appliquée ou aucun blâme formel porté contre un OEN suite à un audit.<sup>25</sup>

Notons toutefois, en ce qui a trait aux obligations des OEN liées au financement des parties intéressées, que l'article 1.1 du CAN-P-1D ne mentionnant que la garantie de la mise à leur disposition "des ressources suffisantes" ou "les ressources nécessaires (argent...)" et que rien, faute d'instrument de mesure, ne permet de déterminer ce qui constitue des ressources suffisantes ou nécessaires, il devient presque impossible pour le CCN de déterminer objectivement si ces critères éminemment subjectifs sont rencontrés ou si un OEN est en défaut.

Le document CAN-P-2E, qui se rapporte aux critères d'approbation des Normes nationales du Canada, prévoit la mise à la disposition du public et des consommateurs canadiens une procédure d'appel auprès du CCN, disponible à « toute partie intéressée qui s'estime lésée suite aux méthodes utilisées par un organisme rédacteur de normes canadien pour préparer ou publier une Norme nationale du Canada [...] »<sup>26</sup>. (CAN-P-2E, Appendice F). Suite au dépôt d'une plainte officielle auprès du CCN, le Comité exécutif du CCN peut mettre en place un comité spécial chargé de régler le différend entre le plaignant et l'OEN impliqué dans le conflit. Toutes les réunions du comité spécial sont à caractère public.

---

<sup>24</sup> Begonia Lojk, P.Eng.Manager, Standards Governance, dans une réaction écrite, datée du 12 décembre 2005, expédiée à l'Union des consommateurs suite à une version préliminaire du présent rapport.

<sup>25</sup> Conversation téléphonique le 10/08/05 avec M. Darryl Kingston, Senior Program Officer, Consumer and Public Interest. Dans sa réaction écrite, madame Lojk précisait que : « un rapport d'audit décrit les non-conformités et les aspects qu'il y a lieu d'améliorer, et que ce genre de rapport est un document confidentiel entre le CCN et la partie ayant fait l'objet de l'audit. Les non-conformités doivent être résolues suivant une échéance donnée. Aux dires des OEN, les audits sont des processus utiles pour eux, du moment qu'ils leurs permettent d'examiner les faiblesses et de les éliminer; ils apprécient également les observations sur les aspects à améliorer, et ils les ont retenues dans bien des cas. Dans le processus d'accréditation, il n'y a pas de réprimande comme telle, pour reprendre votre expression. L'accréditation est accordée oui ou non, et elle peut être retirée lorsque les circonstances l'exigent. Les quatre OEN accrédités ont tous respecté des critères identiques et ils sont tous tenus de nous aviser de tout changement dans leur situation. Certains OEN optent pour offrir des services au-delà des critères d'accréditation, et nous applaudissons leur initiative, mais cela ne veut pas dire pour autant que les autres OEN doivent nécessairement imiter leur exemple. »

<sup>26</sup> Voir CAN-P-2E du Conseil canadien des normes, p. 8.

Si les consommateurs canadiens disposent par ce biais de moyens officiellement reconnus pour manifester leur insatisfaction face à l'élaboration de certaines normes qui doivent être consensuelles et que le CCN semble ainsi se préoccuper des intérêts des parties intéressées à la normalisation, dont les consommateurs, il va de soi qu'une telle procédure d'appel devra, pour être effective, être suffisamment accessible, transparente et équitable pour permettre à des représentants de consommateurs de l'utiliser de manière simple et efficace. Or, il ressort de notre enquête que peu d'associations de consommateurs connaissent le CCN et que parmi celles qui le connaissent, la majorité n'ont qu'une idée imprécise de son rôle et de ses responsabilités.<sup>27</sup> La relative ignorance, assez répandue, de l'organisme implique bien sûr la méconnaissance de l'accès aux procédures que tel organisme a pu mettre en place. Cette méconnaissance pourrait suffire à soulever des inquiétudes quant à sa réelle portée ou son efficacité. Il est en effet permis de croire que cette méconnaissance est au moins aussi répandue, sinon plus, dans le grand public.

Ici encore, nous n'avons trouvé aucun document qui permette d'établir qu'une norme aurait déjà fait l'objet dans le passé d'une révision quelconque par le CCN suite à une plainte. Lors d'une conversation téléphonique<sup>28</sup>, un représentant du CCN nous a toutefois affirmé qu'à sa connaissance, le CCN a pu, à quelques rares occasions au cours des cinq dernières années, soulever des questions auprès d'un OEN ou demander que soit revues certaines étapes d'élaboration d'une norme en particulier, en regard du critère de l'équilibre entre les différentes parties intéressées. Plutôt que de procéder par voie de sanctions formelles, le CCN préfère traiter ces rares situations par voie de discussion et ajustements.<sup>29</sup>

Il n'en demeure pas moins qu'une plainte déposée à l'encontre d'un OEN devrait normalement, si elle porte sur un défaut lié à la représentation équilibrée, entraîner des correctifs sévères et urgents, attendu que cette représentation équilibrée constitue un critère essentiel et incontournable de l'acceptation d'une norme nationale et du maintien de l'accréditation de l'organisme qui l'aurait élaborée.

La participation des consommateurs au SNN est modélisée et encadrée dans la Stratégie canadienne de normalisation (SCN). Ainsi, certains des huit éléments clés qui définissent les objectifs de la SCN font clairement référence aux consommateurs et à leurs intérêts. Par exemple, le sixième élément, portant sur l'établissement de mécanismes d'orientation des activités de normalisation dans le règlement des questions sociales et économiques actuelles et nouvelles, stipule que de tels «mécanismes doivent tenir compte des points forts, des

---

<sup>27</sup> Un sondage mené par l'Union des consommateurs auprès des associations de consommateurs du Canada révèle que: 29 % des répondants disent ne pas connaître le CCN, 62 % disent le connaître peu tandis que 9 % seulement affirment bien connaître cet organisme.

<sup>28</sup> Conversation téléphonique le 10/08/05 avec M. Darryl Kingston, Senior Program Officer, Consumer and Public Interest

<sup>29</sup> Dans sa lettre du 12 décembre, madame Lojk, qui reconnaît la rareté des plaintes déposées, insiste sur le mérite de l'approche adoptée par le CCN: « Le personnel des Normes discute par ailleurs régulièrement avec les OEN des préoccupations à mesure qu'elles surgissent ou qu'il en prend connaissance. Le mécanisme le plus efficace dans ce contexte réside dans le dialogue et la collaboration, puisque nous ne sommes pas un organisme de réglementation. Cet esprit de collaboration s'étend à tout notre travail et nous estimons qu'il constitue l'un des atouts du Système national de normes. »

faiblesses, des opportunités et des enjeux des consommateurs»<sup>30</sup>. Puis, le septième élément, sur l'amélioration de la capacité d'action du système et la participation des Canadiens aux activités de normalisation, indique que la représentation des consommateurs parmi un groupe équilibré d'intéressés, formé entre autres de participants des gouvernements et de l'industrie, est essentielle à l'élaboration et l'adoption des normes au pays selon un processus consensuel.

La participation des consommateurs se retrouve au sein même de la mise en œuvre de la SCN. En effet, les ONG et les représentants des consommateurs sont appelés à participer activement au développement des positions nationales en matière de normalisation afin de s'assurer que leurs intérêts sont défendus lors de forums internationaux portant sur ce sujet. Or, cette participation est d'autant plus importante que la plupart des traités commerciaux internationaux font mention de différentes normes et de l'obligation pour les pays membres d'utiliser les normes internationales lors de l'élaboration de leurs propres normes nationales. Ainsi, l'influence canadienne est indispensable à la satisfaction et à la défense des intérêts des consommateurs du pays dans le cadre des processus d'élaboration de normes internationales, notamment en matière de santé, de sécurité et d'environnement.

C'est donc au CCN que revient le mandat de favoriser la participation des consommateurs aux processus de normalisation. Il est ainsi de son devoir de «contribuer au développement durable, d'améliorer la santé, la sécurité et le bien-être des travailleurs et du public, d'aider et de protéger les consommateurs [...]»<sup>31</sup>.

#### **I.I.c) Le Comité sur les intérêts des consommateurs et du public (CICP)**

Le CCN s'est doté, depuis 1999, d'un comité consultatif afin de répondre aux questions et besoins des consommateurs en matière de normalisation nationale et internationale. Le Comité sur les intérêts des consommateurs et du public (CICP) a pour rôle de conseiller le CCN sur les questions relatives aux intérêts des consommateurs et du public à l'égard de la normalisation, notamment en ce qui a trait au bien-être, à la santé, à la sécurité et à l'environnement. À cause de son rattachement au CCN, le CICP est en mesure, d'une part, d'influencer le contenu des normes nationales, et d'autre part, de solliciter le CCN pour qu'il défende davantage les intérêts des consommateurs et du public, tout en encourageant la participation de ces derniers aux différents processus d'élaboration des politiques de normalisation et d'évaluation de la conformité des normes.

Néanmoins, les membres du CICP, nommés par le CCN suite à un processus interne au CCN qui tient compte notamment du groupe d'intérêt où œuvre le candidat et d'une représentation géographique équilibrée, ne soutiennent pas que la cause des consommateurs. En effet, le comité regroupe des consommateurs (4)<sup>32</sup>, des organismes voués à la protection de l'environnement (2), le mouvement syndical (1), le milieu universitaire (2), le gouvernement (2), des organismes de santé et sécurité du travail (1), l'industrie (1) et des organismes d'élaboration de normes (4). Le CICP veut ainsi faire preuve «d'une représentation équilibrée

---

<sup>30</sup> Stratégie canadienne de normalisation. Gouvernement du Canada, 2000. p. 9, site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/CSS\\_update\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/CSS_update_f.pdf) (page visitée le 10 juillet 2005)

<sup>31</sup> Stratégie canadienne de normalisation. Gouvernement du Canada, 2000. p. 22, site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/CSS\\_update\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/CSS_update_f.pdf) (page visitée le 10 juillet 2005)

<sup>32</sup> Attributions du Comité sur les intérêts des consommateurs et du public, partie C. Conseil canadien des normes, site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/cpic\\_tor\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/cpic_tor_f.pdf) Stratégie canadienne de normalisation. Gouvernement du Canada, 2000. p. 9. Site du CCN. En ligne. [http://www.scc.ca/Asset/iu\\_files/CSS\\_update\\_f.pdf](http://www.scc.ca/Asset/iu_files/CSS_update_f.pdf) (page visitée le 10 juillet 2005) Les chiffres entre parenthèses représentent le nombre de membres dans chacun des groupes d'intérêts.



des régions et des groupes d'intérêts de façon à ce qu'aucune partie ne puisse tirer profit d'une position dominante»<sup>33</sup>. Le poids et l'influence des consommateurs en matière de normalisation se retrouvent somme toute dilués au sein d'un comité consultatif mis en place afin de répondre à leurs questions et à leurs besoins.

Si la mission du CICIP paraît clairement définie (Attributions du Comité sur les intérêts des consommateurs et du public, partie D), il ne semble pas en être de même de leur plan de travail et de leur stratégie organisationnelle. Selon Jim Ferrero du BNQ, le CICIP disposerait bel et bien d'un plan de travail convenable, dans lequel les priorités ne semblerait toutefois pas nécessairement très bien identifiées et qui viserait trop d'objectifs à atteindre et de projets de recherche à compléter, compte tenu des ressources humaines et financières dont disposerait le CICIP.<sup>34</sup>

Le budget du CICIP serait en effet plutôt arbitraire et mal défini. Bien qu'une aide financière soit accordée aux représentants des consommateurs pour la participation à des réunions et des conférences portant sur la normalisation, le financement pour l'élaboration et la mise en œuvre des projets de recherche serait pour sa part nettement insuffisant. Le manque de ressources constituerait un frein sérieux qui limiterait la capacité du CICIP de remplir pleinement son mandat et de servir adéquatement les intérêts des consommateurs lors de l'élaboration de normes consensuelles tant à l'échelle nationale qu'à l'échelle internationale.<sup>35</sup>

D'ailleurs, en ce qui a trait à la normalisation internationale, le CICIP s'est doté d'un sous-comité qui a pour mandat de conseiller le CCN sur les questions touchant les consommateurs canadiens en vue de formuler des recommandations pour élaborer les positions du Canada au Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO) de l'Organisation internationale de normalisation (ISO), dont nous reparlerons en détail à la section IV. Le Comité consultatif canadien du COPOLCO, soit le CCC/COPOLCO, conseille le CCN sur les stratégies et les positions à adopter dans l'élaboration des politiques et des activités du COPOLCO et représente le Canada aux réunions plénières et aux ateliers du COPOLCO.<sup>36</sup>

L'influence des consommateurs du Canada sur la scène mondiale dépend directement du niveau et de la portée de leurs activités au sein des différents Comités consultatifs canadiens, dont ceux gérés par le CCN. Il semblerait relever de la mission du CICIP d'encourager le public et les représentants des consommateurs à contribuer à l'élaboration et la certification de normes internationales en veillant à ce que soient mis à leur disposition des supports financiers et logistiques adéquats.

---

<sup>33</sup> Attributions du Comité sur les intérêts des consommateurs et du public, 2003, partie C, p. 2.

<sup>34</sup> Conversation avec Jim Ferrero, du BNQ, le 25 mai 2005, lors de la rencontre du COPOLCO Toronto.

<sup>35</sup> Id.

<sup>36</sup> Intranet du CAC/COPOLCO, au: <https://forums.scc.ca/forums/scc/dispatch.cgi/COPOLCO/>

## I.II L'Association canadienne de normalisation (CSA)

---

### I.II.a) Description

Établie depuis 1919, l'Association canadienne de normalisation (CSA)<sup>37</sup> est le plus ancien et le plus important organisme de normalisation au Canada. Organisme privé à but non lucratif accrédité par le Conseil canadien des normes (CCN), la CSA offre des services d'élaboration de normes, d'essai, de certification, d'enregistrement de systèmes de management et d'évaluation de la conformité dans un large éventail de domaines<sup>38</sup> afin de répondre aux besoins de l'industrie, des gouvernements et des consommateurs, tant au Canada que sur la scène internationale.

Quelque 9 000 membres participent aux activités de la CSA, dont 7 500 à titre de membres de comités volontaires et 1500 comme membres de soutien et membres du programme d'affiliation collective à l'intention des membres de soutien.

Les membres de comités sont responsables de l'élaboration de normes consensuelles au sein de la CSA. Travaillant de concert avec le personnel de la CSA, ces bénévoles guident les travaux d'élaboration de l'organisme et s'assurent que les normes en développement répondront aux besoins des entreprises et du public. Les comités sont formés selon le principe de la «représentation équilibrée», c'est-à-dire en favorisant la participation inclusive des représentants de consommateurs, de l'industrie et des gouvernements, tout en évitant la prédominance d'un groupe d'intérêts particulier sur les autres. Tous les membres de comités, incluant les présidents de comités, sont d'ailleurs invités par la CSA à participer gratuitement à des séances de formation<sup>39</sup> afin de se familiariser avec les implications, les lignes directrices et les aspects fondamentaux du processus d'élaboration de normes consensuelles en vigueur à l'Association.

L'élaboration des normes est financée par les cotisations des membres de soutien et des membres qui participent au programme d'affiliation collective. Les membres de soutien contribuent financièrement à la poursuite des travaux d'élaboration de normes par le biais de cotisations annuelles. En échange de ces cotisations, les membres de soutien reçoivent de façon régulière des renseignements fort utiles sur les domaines de normalisation qui les intéressent le plus. Ils ont également droit à des rabais sur le prix des produits d'information, des normes, des produits électroniques, des guides, des séminaires et des abonnements aux bulletins du service Info-comités.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Voir informations, site du CSA. En ligne. <http://www.csa.ca/Default.asp?language=French> (page consultée en janvier 2004)

<sup>38</sup> Électricité, électronique, santé et sécurité au travail, soins de santé, sports et loisirs, énergie, environnement, gestion des entreprises, appareils au gaz, télécommunications, produits et matériaux de construction, etc.

<sup>39</sup> Le Centre de formation CSA propose des séminaires ainsi que des manuels de formation et des guides sur les principes essentiels en vue d'aider les membres à se familiariser avec les normes et les exigences techniques de même qu'avec leur mise en application. Un programme de formation gratuit vise à permettre de se familiariser avec les lignes directrices et les procédures du processus CSA d'élaboration de normes consensuelles. Les programmes offerts aux membres sont: 1) Orientation des membres - rôles et responsabilités des membres de comités CSA 2) Direction du processus - rôles et responsabilités des présidents de comités CSA 3) Programme de formation personnalisée. Voir la page Centre de formation du CSA, site du CSA. En ligne. [http://learningcentre.csa.ca/main\\_fr.asp](http://learningcentre.csa.ca/main_fr.asp) (page consultée en janvier 2004)

<sup>40</sup> Voir la page Membres, Membres de soutien, site du CSA. En ligne. <http://www.csa.ca/search/search.asp?keywords=membres%20de%20soutien&csaDivisions=&language=>

Si les cotisations annuelles des membres de soutien s'élèvent à 350 \$, ils peuvent également, moyennant une cotisation annuelle allant de 1400 \$ à 5 999 \$, profiter des avantages du programme d'affiliation collective. Les organismes qui optent pour une affiliation collective obtiennent des avantages qui peuvent varier selon l'importance de leur contribution financière.

En plus de bénéficier des mêmes privilèges que les autres membres de soutien, les organismes qui optent pour une affiliation collective obtiennent des avantages supplémentaires tels que : La reconnaissance de tous les établissements qui portent le nom de l'organisme membre. Ainsi, les employés de tous les établissements de l'organisme ont droit à des rabais sur le prix des publications, des séminaires et des conférences de la CSA.

- Des mises à jour sur les projets d'élaboration de normes mis en œuvre dans le secteur d'activités de l'organisme membre.
- La répartition de la contribution financière. En d'autres mots, les membres ont la possibilité de soutenir les activités du programme de normalisation de leur choix.
- Des droits de vote proportionnels au niveau de participation (de 2 à 8 votes).
- De nombreux autres avantages. Selon le niveau de participation, les membres pourront obtenir différentes réductions sur le prix des nouveaux services et les droits d'inscription aux séminaires et à la conférence annuelle.<sup>41</sup>

Évidemment, ces avantages permettent aux différents organismes qui participent au programme d'affiliation collective de jouir d'une meilleure position stratégique au sein de l'organisme. Le privilège de vote, par exemple, leur procure des avantages au moment de l'élection des administrateurs, des modifications aux règlements de l'Association, etc. De plus, un meilleur accès à l'information pertinente et la possibilité de choisir les programmes de normalisation spécifiques que leur contribution servira à financer donnent, sans nécessairement leur permettre d'influencer directement le processus, une position de force à ces organismes dans les secteurs dans lesquels ils trouvent un intérêt à intervenir.<sup>42</sup>

---

French (page consultée en janvier 2004). Dans sa Foire aux questions, le CSA affirme toutefois que : « L'appui financier provient de la CSA et de parties intéressées au processus. Il peut s'agir des gouvernements, de l'industrie et d'associations. En général, le financement des normes provient de l'ensemble de ces sources. Notre processus d'élaboration de normes fait en sorte que la source du financement n'a aucune influence sur le contenu d'une norme. » In FAQ, D'où provient le financement des normes de l'Association canadienne de normalisation ? site du CSA. En ligne. <http://www.csa.ca/faq/default.asp?articleID=4399&searchType=exactPhrase&searchWordList=financeme nt&language=French> (page consultée en janvier 2004)

Dans une réaction écrite, datée du 13 septembre 2005, expédiée à l'Union des consommateurs suite à une version préliminaire du présent rapport, Jeanne Bank, President for the International Consumer Product Safety and Health Organization (CSA) précisait « Our standards work is primarily financed through the sale of our products and services, contracts and funding from a variety of sources for specific standards development projects and support from CSA Group Corporate Funds. »

<sup>41</sup> Voir «Affiliation collective à l'intention des membres de soutien», site du CSA. En ligne. <http://www.csa.ca/membership/corporate/Default.asp?language=French> (page consultée en janvier 2004)

<sup>42</sup> Dans sa lettre du 13 septembre 2005, madame Bank, précisait : « All CSA members – committee members (volunteers) and sustaining members (dues paying members) are members of the association and as such have the right to vote at the association level. This includes voting privileges on such things as election of the Board of Directors, changes to bylaws, etc. In no way does this voting have any influence on the technical content of a standard. Only Committee Members may vote on the technical content of the standard. (...) Certainly timely access to standards information and involvement in the association as a Sustaining Member could provide a strategic advantage to organizations, but it does not mean undue influence on CSA's process. »

Les activités de la CSA reposent donc sur la volonté et sur la participation des différents groupes d'intérêts touchés de près ou de loin par les activités de normalisation, qui dépendent à leur tour, dans une certaine mesure, de l'implication financière volontaire de certains membres. Ajoutons que chaque norme doit être révisée au moins tous les cinq ans conformément au processus d'amélioration et de mise à jour du CSA.

### **I.II.b) Participation des consommateurs**

De tous les organismes d'élaboration de normes (OEN) accrédités par le Conseil canadien des normes (CCN), l'Association canadienne de normalisation (CSA) compte parmi celles qui accordent le plus d'importance à la représentation des consommateurs à l'intérieur des différentes activités de normalisation. La CSA les invite à soumettre des commentaires quant aux projets de normes et même à participer directement au processus d'élaboration des normes en siégeant aux divers comités de normalisation. Pour démontrer l'importance qu'elle accorde à la participation des consommateurs, la CSA indique que «l'apport des consommateurs [...] aide à élaborer des normes qui traduisent avec davantage d'exactitude les besoins et les attentes de l'ensemble des marchés»<sup>43</sup>.

Il existe trois principaux modes de participation des consommateurs au sein de la CSA : l'examen public des normes, le membership au réseau de consommateurs et la participation aux comités en tant que représentant des consommateurs.

L'examen public des normes est une étape cruciale<sup>44</sup> du processus d'élaboration de normes pour la CSA. Quatrième étape d'un processus en regroupant sept, l'examen public permet à toute la population de consulter et de commenter les normes en développement. Les consommateurs ont ainsi la possibilité d'influencer significativement le contenu des normes afin qu'il tienne compte de leurs préoccupations et de leurs besoins. La publication électronique Info Update a d'ailleurs été créée par la CSA en vue d'informer les consommateurs sur les derniers développements en matière de projets de normes.

Le réseau des consommateurs de la CSA permet aux quelques 200 membres volontaires de prendre part aux activités d'élaboration de normes. Ces membres participent ainsi à des sondages, des colloques, des groupes de réflexion, des tribunes de discussion et d'autres

---

<sup>43</sup> Section «Consommateurs», site du CSA. En ligne. [http://www.csa.ca/consumers/get\\_involved/default.asp?language=FRENCH](http://www.csa.ca/consumers/get_involved/default.asp?language=FRENCH) (page consultée le 13 mars 2005)

<sup>44</sup> Dans sa réponse du 13 septembre 2005, madame Bank apporte quelques précisions supplémentaires sur ce processus d'examen public : « All CSA standards must go through a minimum of a 60-day public review process in accordance with our accreditation requirements. These are publicized in our Info Update publication on the website and in addition, members of the public, including members of CSA's Consumer Program are encouraged to review and comment on any draft standards during this period. Copies of the draft standards are provided on a complementary basis and all comments are reviewed by the Committee in finalizing the technical content of the standard. In addition, the CSA Consumer Program has also organized, on occasion, focus groups, online consultations, and advisory panel meetings where draft standards are reviewed by interested consumer and end user representatives to provide the committee with additional end-user input. This would be done where there is a strong consumer/public interest on the particular standard and where the committee has identified a special need for additional input. However, these are not formal "public hearings" – they are simply consultative, advisory mechanisms to supplement the normal consensus process.»

activités de consultation dans le but de défendre les intérêts des consommateurs et des utilisateurs de produits et services.

Près du tiers des membres bénévoles du réseau des consommateurs de la CSA participent directement aux travaux des comités de normalisation. Cette position stratégique et privilégiée offre aux représentants des consommateurs la possibilité de faire connaître la position de leur clientèle et de faire comprendre les enjeux de la norme en élaboration du point de vue des utilisateurs des produits et services. La participation de ces représentants favorise la formation de comités d'élaboration de normes équilibrés, tout en appuyant un processus d'élaboration consensuel.

En tant que participants des comités de normalisation, les représentants des consommateurs bénéficient d'un soutien constant de la part de la CSA qui comprend entre autres :

- des séances de formations pour les nouveaux membres ;
- un appui financier afin de couvrir les frais de déplacements que les représentants doivent assumer pour assister aux réunions des comités ;
- des rencontres avec d'autres bénévoles ;
- des renseignements sur les activités, les procédures et les directives d'élaboration de normes ;
- des renseignements sur le programme des services aux consommateurs ;
- l'accès à des rapports et à des documents de recherche sur les normes ;
- de l'aide technique pour comprendre les différentes recherches en consommation.<sup>45</sup>

Au moment des phases préliminaires du processus d'élaboration de normes, la CSA simplifie les réunions de comités pour les représentants des consommateurs en mettant à leur disposition une technologie de travail sur Internet, les Ateliers d'élaboration de normes en direct, qui permettent aux représentants des consommateurs de réduire leurs frais de présentation et d'appels interurbains et d'échanger facilement et rapidement les informations avec d'autres membres du comité.

Si la participation des consommateurs aux processus de normalisation est donc bien développée au sein de la CSA, ses programmes de représentation des consommateurs pouvant même se comparer avec ceux de l'Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs dans la normalisation (ANEC), dont nous parlerons à la Section II, de sérieux problèmes de représentation viennent pourtant, dans la pratique, apporter un bémol.

En effet, faute de règles sur la représentativité, il se trouve que près de la moitié de ceux qui participent à titre de représentants des consommateurs aux différents comités et travaux de normalisation de l'association ne représentent en fait qu'eux-mêmes, puisqu'ils ne font partie d'aucun regroupement ou organisme non gouvernemental oeuvrant à la promotion et la défense des droits et des intérêts du public et des consommateurs.<sup>46</sup> Puisqu'ils agissent sans

---

<sup>45</sup>. «Participation des consommateurs - Représentants des consommateurs», site du CSA. En ligne. [http://www.csa.ca/consumers/get\\_involved/default.asp?language=FRENCH](http://www.csa.ca/consumers/get_involved/default.asp?language=FRENCH) (page visitée le 13 mars 2005)

<sup>46</sup> Madame Banks. du 13 septembre 2005, répond en ces termes : « While many of CSA's consumer representatives are not representing a consumer organization, they do not speak for just for themselves – they represent their interest group – consumer and public interests. Furthermore, they have access to the other members of CSA's Consumer Program as a sounding board and source of consumer research –

encadrement, sans suivi, sans mandat, qu'ils n'ont de compte à rendre à personne et qu'ils ne disposent pas des ressources d'un organisme qui leur permettraient de s'appuyer sur des politiques et des stratégies élaborées démocratiquement, il est difficile d'admettre que ces personnes puissent parler, agir et prendre position en toute légitimité et de manière crédible au nom du public et de l'ensemble des consommateurs. On peut aussi présumer que le représentant d'un organisme reconnu pourrait avoir plus de moyens et plus de poids, du fait de la notoriété de l'organisme et des ressources disponibles, ne serait-ce qu'en termes de visibilité médiatique, au sein d'un groupe de discussion qui comprend des représentants du gouvernement et de l'industrie, qu'un individu qui, malgré les ressources que peut mettre à sa disposition la CSA (consultation, information) ou son histoire personnelle (études, expériences), n'en parle pas moins, faute de mandat, qu'en son nom personnel.

Une grande majorité de ces représentants étant constituée de retraités, on constate de plus un problème de vieillissement des bénévoles au sein de la CSA et un inquiétant manque de relève, en plus d'un risque de surreprésentation des intérêts des personnes âgées qui peut se faire au détriment de ceux des autres groupes d'âge.

Il semble clair que la CSA, qui propose par ailleurs l'un des meilleurs programmes de participation des consommateurs dans le domaine de la normalisation, doit œuvrer à s'assurer que les participants à ses comités soient en mesure de garantir leur représentativité et que la représentation des consommateurs reflète plus précisément un microcosme équilibré de notre société actuelle.

Mentionnons finalement que la notoriété de la CSA auprès des associations de consommateurs du Canada pourrait, vu l'importance de l'Association, être plus élevée. En effet, 38% d'entre elles disent ne pas la connaître, 48% la connaissent peu et 14% seulement disent bien la connaître.<sup>47</sup>

---

this provides a constituency These reps are chosen for their ability to represent the consumer interest at the committee level and many have experience in the academic sector, community work, regulatory fields, or single issue/specialized organizations (e.g. parents who have lost a child in a school bus accident).». Madame Banks ajoute que : « It should be noted that for many areas of specialized standards work, general consumer organizations are not interested in putting forward volunteers as these subject areas are not considered part of their priority areas. Nevertheless, these subject areas affect consumers and it is important to have a consumer voice represented at the Committee level. As a result, other targeted forms of recruitment are used to identify qualified representatives. » Ces commentaires soulèvent pour leur part des questions liées à la connaissance qu'ont les groupes de consommateurs des processus de normalisation et les ressources disponibles pour une participation adéquate, deux problématiques qui sont abordées plus loin dans le présent rapport.

<sup>47</sup> Sondage web réalisé par l'Union des consommateurs dans le cadre du présent projet. Les résultats détaillés sont joints en annexe

### I.III Le Bureau de normalisation du Québec (BNQ)

---

#### I.III.a) Description

Fondé en 1961 par le gouvernement du Québec, le Bureau de normalisation du Québec (BNQ) est un organisme public<sup>48</sup> d'élaboration de normes accrédité par le Conseil canadien des normes (CCN). Le BNQ offre un large éventail de services, dont l'élaboration de normes, la certification de produits, de services, de processus et de personnes, l'enregistrement de systèmes de gestion de la qualité et de gestion environnementale, l'accréditation de laboratoires et l'évaluation de la conformité. Le BNQ étend ses activités au-delà du territoire québécois et offre ses services et son expertise en matière de normalisation ailleurs au Canada et internationalement.

Le financement du BNQ repose sur le principe du recouvrement des coûts. Tout comme l'Office des normes générales du Canada (ONGC) et contrairement à l'Association canadienne de normalisation (CSA) et aux Underwriters' Laboratories of Canada (ULC), le BNQ ne se finance pas principalement par la vente de services d'évaluation de la conformité, mais plutôt par l'obtention de contributions monétaires provenant d'intervenants et de parties intéressées par les différents projets d'élaboration de normes.<sup>49</sup>

En signant l'*Accord sur les obstacles techniques au commerce* (OTC) de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et en s'inspirant du guide ISO/CEI 59, le BNQ dit souscrire totalement aux grands principes de normalisation consensuelle, soit :

- s'assurer que les projets de normalisation sous sa responsabilité soient harmonisés, dans la mesure du possible, avec toute norme nationale du Canada ou toute norme internationale et toute loi ou tout règlement en vigueur au Canada ;
- veiller à ce que ses projets de normalisation ne créent pas d'obstacle non nécessaire au commerce ;
- veiller à ce que les orientations données tiennent compte de la protection de la santé et de la sécurité des personnes, de la préservation de l'environnement et de la promotion du développement durable ;
- veiller à obtenir et à maintenir le consensus entre les groupes d'intérêts présents durant les travaux de normalisation consensuelle.<sup>50</sup>

#### I.III.b) Participation des consommateurs

La lecture des quatre principes généraux de normalisation consensuelle dont nous avons fait mention précédemment fait clairement apparaître l'importance de la participation des consommateurs et des organismes non gouvernementaux de représentation des consommateurs aux processus de normalisation. Le troisième principe insiste en effet sur la prise en compte des intérêts des consommateurs et du public.

Le BNQ semble par conséquent réserver une place importante à la participation des consommateurs lors du processus d'élaboration ou de révision d'une norme en tentant, par

---

<sup>48</sup> Depuis 1990, le BNQ fait partie du Centre de recherche industrielle du Québec. On peut trouver des informations sur le Bureau de normalisation du Québec. Site du BNQ. En ligne. <http://www.bnq.qc.ca/fr/index.html> (page visitée en janvier 2006)

<sup>49</sup> Voir : «Vue d'ensemble du système national de normes du Canada», site d'Innovation au Canada. En ligne <http://www.innovation.gc.ca/gol/innovation/site.nsf/fr/in04933.html> (page consultée le 13 janvier 2006)

<sup>50</sup> BNQ 9950-099. 2004. «Normalisation consensuelle - Politiques et règles de procédure». Avant-propos.

exemple, au moment de former un comité se penchant sur le contenu technique d'un document consensuel, d'équilibrer le nombre de représentants des trois grands groupes d'intérêts touchés par le projet de normalisation, soit 1) les fournisseurs 2) les utilisateurs potentiels et 3) l'intérêt général. Les membres du comité, dont les représentants d'association de consommateurs, sont ensuite appelés à faire valoir leurs réflexions et positions respectives quant au contenu technique de la norme en vue d'en arriver à un consensus.

Suite à une approbation préliminaire, une enquête publique de soixante jours est amorcée dans le but de recueillir les commentaires et les préoccupations du plus grand nombre possible de personnes et d'organismes intéressés par la norme en développement. La participation des consommateurs et du public est sollicitée à ce stade; toute personne ou organisme qui manifeste son intérêt envers le projet de norme auprès du BNQ recevra un exemplaire du document consensuel afin de le commenter et, éventuellement, d'influer sur l'élaboration finale de la norme. Ces commentaires peuvent évidemment, au moment du vote écrit sur la version finale du document consensuel, confirmer et renforcer la position des membres représentant les intérêts des consommateurs.

Malgré ces procédures, nous n'avons pas été en mesure d'évaluer la participation effective des consommateurs dans le processus d'élaboration des normes par le BNQ. Le site Internet du BNQ ne consacre aucune section aux consommateurs et aucune allusion précise ne leur est réservée dans la présentation de ce qui constitue les comités de normes. Nous n'avons pas trouvé non plus d'énoncé sur une politique quelconque de remboursement de frais de participation pour les représentants des consommateurs au sein des comités d'élaboration de normes.

Conscient du fait que le secteur des services prend une importance considérable dans l'économie actuelle et que la normalisation doit par conséquent se rapprocher des consommateurs, soucieux du fait que des obstacles semblent se dresser à l'encontre d'une participation accrue des groupes de consommateurs, le BNQ a mis sur pied en 2003 le Comité consultatif québécois pour les consommateurs (CCQC). Financé très modestement par le BNQ<sup>51</sup>, le CCQC a pour mandat de faire valoir les intérêts des consommateurs en matière de normalisation et d'identifier les difficultés reliées à la participation des consommateurs aux processus de normalisation. Prévoyant une ou deux réunions de consultation et d'information par année, le CCQC mise sur la participation de huit représentants d'associations de consommateurs pour un comité constitué, officiellement, de onze membres, excluant le BNQ<sup>52</sup>.

Le CCQC ne dispose toujours pas de plan d'action qui favoriserait la participation des consommateurs à l'élaboration des normes consensuelles, ayant à ce jour concentré ses actions sur l'éducation des représentants des consommateurs québécois aux réalités et aux enjeux de la normalisation. L'absence de stratégie précise et d'actions concrètes confinent donc pour le moment le CCQC à un rôle plutôt effacé.

Le BNQ a tout de même identifié certains des obstacles qui semblent freiner une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation. En premier lieu, la

---

<sup>51</sup> Seuls les frais de repas et de déplacements des membres du comité sont remboursés.

<sup>52</sup> Dans ce comité constitué de onze personnes, huit devraient provenir d'associations de consommateurs, les 3 autres étant issues du gouvernement (un représentant de l'Office de protection du consommateur) et de deux universitaires. Deux des huit sièges réservés aux associations de consommateurs sont toutefois pour le moment inoccupés.



participation de professionnels ou d'organismes au comité d'élaboration d'une norme se fait sur une base volontaire et bénévole. En effet, selon le paragraphe 4.3.4.7 du document Normalisation consensuelle - Politiques et règles de procédure du BNQ, «le BNQ ne fournit généralement aucun soutien financier pour la participation des délégués, mais peut cibler, au besoin, des sources de financement» (p.8). En second lieu, les consommateurs et le public qui désirent obtenir tout document consensuel doivent défrayer des coûts de publication et de livraison.

Nous y reviendrons plus en détail au cours du présent projet de recherche sur ces obstacles liés aux ressources humaines et matérielles.

Le BNQ gagnerait certainement à accroître sa notoriété auprès des associations de consommateurs du Canada. En effet, 33% d'entre elles disent ne pas la connaître, 62% la connaissent peu et 5% seulement disent bien la connaître.<sup>53</sup>

## **I.IV L'Office des normes générales du Canada (ONGC)**

---

### **I.IV.a) Description**

Mis sur pied en 1934 par le gouvernement fédéral, l'Office des normes générales du Canada (ONGC) est un des participants privilégiés du Système national de normes (SNN) du Canada et une composante du gouvernement du Canada, ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux.<sup>54</sup> Son rôle consiste principalement à soutenir les intérêts et les mandats du gouvernement canadien en ce qui a trait à l'économie, au commerce, à la réglementation, aux produits, à la qualité, à l'environnement, à la santé et à la sécurité. L'ONGC offre des services d'élaboration de normes, de certification, d'homologation, d'enregistrement de systèmes de management et d'évaluation de la conformité, tant au Canada qu'aux États-Unis, en Amérique latine, en Asie du Sud-Est et au sein de l'Organisation internationale de normalisation (ISO).

Accrédité par le Conseil canadien des normes (CCN), l'ONGC, comme le Bureau de normalisation du Québec (BNQ), tire son financement des contributions provenant d'intervenants et de parties intéressées par les différents projets d'élaboration de normes, selon le principe de recouvrement des coûts.

L'ONGC administre le processus d'élaboration de normes consensuelles à l'aide de comités qui doivent être formés des *parties intéressées* (représentants des consommateurs, de l'industrie, des gouvernements et des organismes de réglementation)<sup>55</sup>, en vue de former des comités

---

<sup>53</sup> Sondage web réalisé par l'Union des consommateurs dans le cadre du présent projet. Les résultats détaillés sont joints en annexe. Dans le cas du BNQ, on conçoit aisément que les associations de consommateurs du Québec connaissent mieux cet organisme que celles de l'extérieur du Québec. L'analyse des résultats doit prendre en compte le fait que les groupes du Québec sont surreprésentés parmi l'échantillonnage des répondants.

<sup>54</sup> Informations sur l'Office des normes générales du Canada, site de l'ONGC. En ligne. <http://www.tpsgc.gc.ca/cgsb/home/index-f.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>55</sup> « Les comités de l'ONGC sont formés d'experts qui représentent les utilisateurs, les fabricants, l'industrie, les groupes d'intérêt général, différents niveaux du gouvernement et les organismes de réglementation, et qui consacrent bénévolement leur temps et leur expertise afin de nous aider à élaborer et à mettre en oeuvre nos produits et services. » (nos soulignés) Voir la page «Comité», site de l'ONGC. En ligne. <http://www.tpsgc.gc.ca/cgsb/com/index-f.html> (page consultée en janvier 2006) Aussi « Le processus d'élaboration des normes de l'ONGC requiert l'atteinte d'un consensus des groupes

équilibrés. Selon l'article 2.1.2 du Manuel des politiques pour l'élaboration et le réexamen des normes de l'ONGC : « Tous les comités de normes de l'ONGC doivent être équilibrés de manière à ce qu'aucune catégorie d'intérêt ne constitue la majorité des votes. » *et*, article 4.9 « Un comité équilibré en est un où aucune catégorie d'intérêt n'est représentée par une majorité de membres votants de ce comité. »<sup>56</sup>

#### **I.IV.b) Participation des consommateurs**

La publicité faite à la participation des consommateurs semble être plutôt limitée au sein de l'ONGC. En effet, le site Internet de l'ONGC ne consacre aucune section aux consommateurs et aucune allusion précise ne leur est réservée dans la présentation de ce qui constitue les comités de normes.

Les membres d'un comité de normes proviennent de trois principaux groupes d'intervenants: les fabricants, les utilisateurs et les membres d'intérêt général. Peuvent faire partie d'un comité de normes les personnes, les représentants ou les organisations qui possèdent les compétences techniques voulues ou une bonne connaissance du domaine relevant de ce comité.

L'ONGC lance tout d'abord une invitation aux personnes et aux organisations qui veulent se joindre au comité. La liste des membres éventuels est dressée à partir de diverses sources, dont différents niveaux de gouvernement, des listes d'associations et des recherches sur Internet. Les réponses à cette invitation peuvent comprendre des propositions relatives à d'autres membres éventuels. D'autres personnes ou groupes peuvent aussi manifester leur intérêt à faire partie du comité en communiquant directement avec l'ONGC.<sup>57</sup>

Tous les intervenants de l'ONGC, soit plus de 4000 personnes, sont clairement identifiés comme étant des « bénévoles ». Le site Internet proclame d'ailleurs fièrement que : « Les bénévoles sont l'essence même des programmes et services de l'ONGC »<sup>58</sup>. On ne s'étonne donc pas de n'y trouver aucune mention de quelque politique de soutien financier prévue pour les représentants des consommateurs qui consacrerait temps, expertise et ressources à une participation aux divers comités de normalisation et groupes d'examen de certification et d'homologation.<sup>59</sup>

---

intéressés, y compris des groupes d'intérêts généraux et des regroupements d'utilisateurs et de producteurs. » Comité des normes. Annexe C - Le Système canadien de normalisation. Site du Conseil canadien des archives, En ligne. <http://www.cdncouncilarchives.ca/standrdf.html> (page consultée en janvier 2006) Dans une réaction écrite, datée du 13 septembre 2005, adressée à l'Union des consommateurs suite à une version préliminaire du présent rapport par Chantal Marin-Comeau, Acting Director, CGSB, on souligne toutefois que : « It is important to note that the CGSB current portfolio of standards includes many standards for products and services that are not used directly by consumers. »

<sup>56</sup> Manuel des politiques pour l'élaboration et le réexamen des normes de l'ONGC, décembre 2002, site Internet de l'ONGC. En ligne. <http://www.tpsgc.gc.ca/cgsb/prgsrv/stdsdev/policy/toc-f.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>57</sup> Le processus d'élaboration de normes de l'Office des normes générales du Canada, site de l'ONGC. En ligne. <http://www.tpsgc.gc.ca/cgsb/prgsrv/stdsdev/notstd/process-f.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>58</sup> Voir la page « Comités », site de l'ONGC. En ligne. <http://www.tpsgc.gc.ca/cgsb/com/index-f.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>59</sup> Dans ses commentaires du 13 septembre 2005, l'ONGC affirme par contre que "CGSB has procedures and a work instruction regarding funding towards committee member participation", sans toutefois fournir d'informations additionnelles sur ce financement auquel nous n'avons retrouvé aucune mention dans le Manuel des politiques pour l'élaboration et le réexamen des normes de l'ONGC.

Cependant, depuis quelques années, l'ONGC tente de mieux encadrer la participation des consommateurs, comme le prévoit le Manuel des politiques pour l'élaboration et le réexamen des normes de l'ONGC. L'organisme offre à ses bénévoles de la documentation sur les normes, des séances de formation et des notifications des activités de normalisation.

Enfin, l'étape de l'examen public du processus d'élaboration de normes, conformément au code de bonne pratique de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), permet toujours au public et aux consommateurs d'être informés des travaux de normalisation et de les commenter.<sup>60</sup>

De plus, bien que l'ONGC préconise l'élaboration des normes par des comités équilibrés quant à la représentation des différents groupes d'intérêts, la participation des groupes de consommateurs semble encore problématique. Outre le manque de ressources financières de ces organismes, le fait que la plupart des comités de l'ONGC se penchent sur le côté technique des normes, ce qui exige, en vue d'une participation efficace, un investissement en temps et en formation, limite encore davantage la participation des consommateurs.<sup>61</sup> On pourrait ajouter que l'ONGC n'apparaît pas non plus disposer d'un programme d'encadrement de la participation des consommateurs extrêmement développé.

Malgré le fait que «l'ONGC est un des plus grands organismes d'élaboration de normes et d'évaluation de la conformité au Canada» il n'en demeure pas moins que l'organisme reste à peu près inconnu des associations de consommateurs du Canada.<sup>62</sup>

---

<sup>60</sup> En certaines occasions, une attention particulière sera apportée à cette étape du processus, en vue d'une implication plus grande des consommateurs. Dans ses commentaires du 13 septembre 2005, l'ONGC apporte d'ailleurs un exemple : «in the public review phase, CGSB has, for the high profile standard labelling of GE food, utilized the media for public review notification. Also for organic agriculture, there was more than one public review period. In both cases, CGSB provided the standards on its website for review, not requiring the public to request a copy. Frequently asked questions were also a part of the website. »

<sup>61</sup> Dans ses commentaires du 13 septembre 2005, l'ONGC, reconnaissant que la participation des représentants des consommateurs gagnerait à être accrue, avance quelques chiffres pour les groupes de consommateurs et d'intérêt public : «While in some consumer-product standards committees, the consumer representation could be greater, for recent standards of high profile, there have been a number of consumer representatives. CGSB has at least 13 different consumer and public interest groups on its committees and public interest groups have not been fully explored. Some 24 committees include consumer representatives »

<sup>62</sup> Selon le sondage web réalisé par l'Union des consommateurs dans le cadre du présent projet, 90 % des associations ne connaissent pas l'ONGC et 10 % la connaissent peu. Les résultats détaillés sont joints en annexe.

## I.V Les Laboratoires des assureurs du Canada (ULC)

---

### I.V.a) Description

Créés en 1920, les Laboratoires des assureurs du Canada (ULC)<sup>63</sup> sont un organisme indépendant à but non lucratif accrédité par le Conseil canadien des normes (CCN). Mieux connus sous son appellation anglaise de Underwriters' Laboratories of Canada, les ULC offrent des services d'élaboration de normes, d'essais de sécurité des produits, de certification, d'enregistrement de systèmes de management et d'évaluation de la conformité dans une panoplie de domaines. Les ULC font figure de pionniers en matière de sécurité des produits au Canada, et plusieurs de leurs normes font l'objet de références des lois et des règlements des différents paliers de gouvernements au pays. ULC est également affilié depuis 1995 à l'organisme international Underwriters' Laboratories Inc. (UL), qui compte plus de 5900 employés à travers le monde, ainsi qu'un réseau international de bureaux affiliés.

Bien que leur mot d'ordre soit la sécurité des consommateurs, les ULC favorisent une approche client, axée sur la satisfaction des besoins des entreprises canadiennes qui œuvrent principalement sur la scène mondiale. Avec des partenaires en Amérique du Nord, en Amérique du Sud, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie, les ULC sont en mesure d'offrir un excellent service aux entreprises canadiennes tentées par l'aventure du commerce international. Le rapport annuel 2002 des ULC qualifie de passion le service à la clientèle, et de mission la sécurité publique, leur valeur fondamentale absolue. Dans ce rapport, l'organisme confirme, sous la rubrique « changements dans toutes nos activités » du message du président, que : « La transformation en cours dans notre organisation est conçue pour aider les entreprises canadiennes à élargir leurs horizons, améliorer leur efficacité, et ouvrir de nouveaux marchés. (...) De nouveaux programmes de formation centrés sur la gestion des coûts et la réduction des échéanciers permettent à notre personnel d'augmenter la valeur de ce que nous livrons à nos clients. » Puis : « Beaucoup de choses ont changé chez ULC. Nous développons de nouvelles approches plus flexibles et conviviales pour le client, introduisons des services innovateurs, simplifions nos processus, et réduisons les coûts des essais et de la certification en matière de sécurité. »<sup>64</sup> La prévalence, dans la section FAQ de leur site Internet, des questions touchant directement leurs clients semble aussi pointer clairement vers cette approche client.<sup>65</sup>

Les ULC travaillent également en collaboration avec des autorités réglementaires nationales et des organismes gouvernementaux canadiens responsables des décisions d'acceptation au niveau de la sécurité des produits, de même qu'avec des compagnies d'assurances auxquelles elles permettent de minimiser leurs risques.

Le financement des ULC est principalement assuré par la vente de normes et de services d'évaluation de la conformité.<sup>66</sup> Les ULC offrent aussi aux entreprises des séminaires et ateliers

---

<sup>63</sup> Voir informations sur les Laboratoires des assureurs du Canada, site de l'ONGC. En ligne. <http://www.tpsgc.gc.ca/cgsb/home/index-f.html> (page consultée en janvier 2006) <http://www.ulc.ca/>

<sup>64</sup> Le rapport annuel 2002 des ULC, site des ULC. En ligne. [http://www.ulc.ca/downloads/2002\\_Annual\\_Report\(fr\).pdf](http://www.ulc.ca/downloads/2002_Annual_Report(fr).pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>65</sup> Frequently asked questions, site des ULC. En ligne. <http://www.ulc.ca/faq.asp> (page consultée en janvier 2006)

<sup>66</sup> Le Rapport annuel 2002 indique comme suit la répartition de ses revenus : Services sur place 47,1 %; Électrique 25,0 %; Protection contre l'incendie 15,9 %; Signal 6,1 %; Système d'enregistrement de la qualité 4,3 %; Normes 1,6 %. Laboratoires des assureurs du Canada Rapport annuel 2002, site des ULC. En ligne. [http://www.ulc.ca/downloads/2002\\_Annual\\_Report\(fr\).pdf](http://www.ulc.ca/downloads/2002_Annual_Report(fr).pdf) (page consultée en janvier 2006)

de formation privés, «designed to reach experts and decision makers from a variety of industries» ou publics.<sup>67</sup> Et propose en ligne la vente de nombreux documents techniques relatifs aux normes.<sup>68</sup>

#### I.V.b) Participation des consommateurs

Si les ULC affirment que «All ULC Standards are developed by Technical Committees made up of a balance of manufacturers, users, inspection authorities and the general public, selected on representing major interests across Canada»<sup>69</sup>, la place laissée aux consommateurs dans ces comités équilibrés semble assez réduite. L'organisme semble prendre pour acquis que les très réelles préoccupations pour la sécurité qu'il apporte dans l'élaboration des normes répondent en elles-même aux besoins et préoccupations des consommateurs.<sup>70</sup>

Selon les recherches menées par Jennifer Hillard pour le compte de l'Association des consommateurs du Canada<sup>71</sup>, il semblerait que les ULC ne comptaient alors que deux représentants des consommateurs à titre de membres des comités d'élaboration des normes. Bien que ces deux représentants jouissaient d'un soutien financier, il reste qu'une participation des consommateurs aux activités de normalisation des ULC qui se limiterait à ce nombre ou qui ne serait jugée nécessaire que pour les seuls produits que les consommateurs pourraient se procurer pour leur usage personnel dans des magasins de détail semble nettement insuffisante.

Le site Internet des ULC comporte une section pour les consommateurs, qui traite principalement de sécurité des produits. On y trouve un formulaire pour rapporter un problème de sécurité d'un produit certifié, des capsules d'information et de conseils sur la sécurité, ainsi qu'une liste des rappels de produits défectueux de la Commission américaine sur la sécurité des produits de consommation (CPSC). La majorité des communiqués destinés aux consommateurs portent sur la publication d'une nouvelle norme, en vue de recevoir les commentaires du public.

La section sur l'élaboration des normes ne fait état, pour toute opportunité pour les consommateurs et le public d'avoir une certaine influence sur le contenu des normes, que de l'examen public des normes en cours d'élaboration, étape obligatoire en vertu de la Stratégie

<sup>67</sup> ULUniversity, site des ULC. En ligne. <http://uluniversity.com/ca/> (page consultée en janvier 2006)

<sup>68</sup> Voir «ULC Online Store», site des ULC. En ligne. [https://smp.gilmore.ca/smPage?level=noframe4/show\\_group&k=540205985&fc1=null&t=psr&z\\_id=182&back\\_level=noframe4/start\\_usr&pid=null&parent\\_id=null](https://smp.gilmore.ca/smPage?level=noframe4/show_group&k=540205985&fc1=null&t=psr&z_id=182&back_level=noframe4/start_usr&pid=null&parent_id=null) (page consultée en janvier 2006)

<sup>69</sup> Voir «How standards are developed», site des ULC. En ligne. [http://www.ulc.ca/standards/standards\\_development.asp](http://www.ulc.ca/standards/standards_development.asp)

<sup>70</sup> Dans une réaction écrite, datée du 26 septembre 2005, expédiée à l'Union des consommateurs suite à une version préliminaire du présent rapport, Stephen H. Wenc Vice-président, avocat général et secrétaire général des ULC, précise que : «les normes ne visent pas toutes des produits de consommations typiques. La plupart des normes de l'ULC visent les produits industriels ou sont de nature commerciale ou réglementaire, par exemple les normes relatives au matériel de lutte contre l'incendie et aux matériaux de construction. Les consommateurs de ces produits sont souvent des professionnels, par exemple des pompiers, qui utilisent le matériel certifié par l'ULC dans le cadre de leur travail, plutôt que des consommateurs moins spécialisés qui pourraient acheter ces produits pour leur usage personnel dans des magasins de détail. L'ULC fait participer périodiquement des pompiers, des agents responsables du code, des entrepreneurs et d'autres utilisateurs directs de produits couverts par nos normes dans le cadre de notre processus d'élaboration de normes. Lorsqu'il s'agit de normes visant des produits de consommation, nous faisons également participer divers organismes de consommateurs.»

<sup>71</sup> HILLARD, Jennifer. *Draft.Feasability Study. Consumer Organizations for Standards in the Americas*, Association des consommateurs du Canada (COSA), 2000, p.15.

canadienne de normalisation (SCN) du Conseil canadien des normes (CCN). Le site ne fait état d'aucun programme particulier qui aurait été mis sur pied en vue de favoriser autrement la participation directe des consommateurs aux processus de normalisation. On y mentionne que les comités techniques sont formés de personnes représentant de façon équilibrée l'intérêt des fabricants, des usagers, des autorités publiques et du public en général, sans autres précisions.<sup>72</sup>

La participation pour le moins limitée des associations de consommateurs aux travaux de normalisation des ULC explique probablement en partie le manque de notoriété de l'organisme auprès de ces associations.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> How standards are developed; Site Internet de Underwriters Laboratory of Canada, au : [http://www.ulc.ca/standards/standards\\_development.asp](http://www.ulc.ca/standards/standards_development.asp) (page consultée en janvier 2006)

<sup>73</sup> Selon le sondage web réalisé par l'Union des consommateurs dans le cadre du présent projet, 62 % des associations ne connaissent pas les ULC et 38 % la connaissent peu. Les résultats détaillés sont joints en annexe.

## II. CADRES ET PROCESSUS DE NORMALISATION EN EUROPE

Il existe trois organismes de normalisation européens (OEN) composés des différents organismes nationaux de normalisation et reconnus par l'Union européenne (UE) :

- Le Comité européen de normalisation (CEN)
- Le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC)
- L'Institut européen des normes de télécommunications (ETSI)

Ces trois organismes privés à but non lucratif sont mandatés par l'UE pour produire des normes techniques et réglementaires volontaires qui seront acceptées par tous les pays membres. Depuis l'adoption de la *Nouvelle Approche à l'égard de l'harmonisation technique* en 1985, l'UE se limite, dans la plupart des cas, à prescrire les règles de sécurité essentielles à respecter lors de l'élaboration de normes.

### II.1 Le Comité européen de normalisation (CEN)

Le Comité européen de normalisation (CEN)<sup>74</sup> a été fondé en 1961 par les organismes nationaux de normalisation membres de la Communauté économique européenne et par les pays membres de l'Association européenne de libre-échange (AELE). Étant le plus grand OEN en Europe<sup>75</sup>, le CEN a pour mission d'élaborer des normes qui assurent la satisfaction et la sécurité des travailleurs et consommateurs, l'interopérabilité des réseaux, la protection de l'environnement, le bon déroulement de programmes de recherche et développement, le libre-échange et l'approvisionnement de la clientèle.

Les normes sont issues du travail de participants représentant tous les intérêts concernés: industrie, autorités et société civile, qui contribuent principalement par le biais de leurs organismes de normalisation nationaux.<sup>76</sup> Les normes sont développées sur la base du consensus.

Le processus de normalisation du CEN regroupe ainsi des délégations équilibrées de représentants d'organismes nationaux de normalisation de 28 pays membres<sup>77</sup>. Ces représentants votent sur le contenu des différentes normes et sur leur implantation à titre de normes nationales. De plus, ils financent la majorité des travaux de normalisation.<sup>78</sup>

---

<sup>74</sup> On peut trouver des informations sur le Comité européen de normalisation, site du CEN. En ligne. <http://www.cenorm.be/cenorm/index.htm> (page consultée en janvier 2006)

<sup>75</sup> Au terme de l'année de l'année 2001, le CEN avait élaboré plus de 7500 normes.

<sup>76</sup> Principes, site du CEN. En ligne. <http://www.cenorm.be/cenorm/aboutus/generalities/principles/index.asp> (page consultée en janvier 2006)

<sup>77</sup> Depending on specific terms of reference, the committees are also open to Associate Members, Counsellors, European trade federations and international organizations. Voir: How we work, site du CEN. En ligne. <http://www.cenorm.be/cenorm/aboutus/generalities/how+we+work/index.asp> (page consultée en janvier 2006)

<sup>78</sup> Annual expenditure for the CEN Management Centre in 2004: Membership fees: 54 %; European Commission: 39 %; Sales and miscellaneous: 2 %; Specific contracts: 2 %; EFTA: 3 %. Voir : Budget, site du CEN. En ligne. <http://www.cenorm.be/cenorm/aboutus/information/budget/index.asp> (page consultée en janvier 2006) Le CEN précise que les membres nationaux sont en revanche largement financé par l'industrie, la vente de normes et les subventions gouvernementales. Voir : National Members, site du

Le processus fait aussi appel à 8 membres associés issus de regroupements de consommateurs, d'environnementalistes, de travailleurs, de PME et de grandes entreprises. N'ayant pas droit de vote, ces associés peuvent malgré tout assister à tous les comités techniques d'élaboration de normes et reçoivent toute la documentation pertinente à ce sujet.

La plupart des normes sont élaborées par des comités techniques et les groupes de travail qu'ils mettent sur pied. Le programme de normalisation est coordonné par le Conseil technique (Technical Board) du CEN.

Le CEN travaille également en étroite collaboration avec le CENELEC, l'ETSI, l'Organisation internationale de normalisation (ISO) et l'Association européenne pour la coordination et la représentation des consommateurs dans la normalisation (ANEC).

## **II.II Le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC)**

---

Créé en 1973 à la suite de la fusion du CENELCOM et du CENEL, le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC)<sup>79</sup> se donne pour mission d'élaborer des normes électrotechniques volontaires pour le compte d'entreprises ou de l'UE portant sur des biens et services électriques et électroniques qui se retrouvent sur le marché unique européen en vue d'éliminer les barrières au commerce, de créer de nouveaux marchés et de réduire les coûts liés à la conformité. Le CENELEC préconise la qualité et la sécurité des produits et services, le développement technologique, le libre-échange et la protection de l'environnement.

Le Conseil technique assure la coordination des activités techniques. Il est formé d'un délégué permanent de chacun des membres du CENELEC ainsi que d'observateurs et est dirigé par le Président.

Les Comités techniques responsables de l'élaboration des normes sont composés de délégations nationales désignées par les membres du CENELEC. Ces Comités regroupent ainsi des représentants, issus de 28 pays, qui sont membres d'organismes nationaux de normalisation qui s'occupent de normalisation électrotechnique. Un seul organisme par pays peut être membre du CENELEC.

Le CENELEC travaille également avec quelques organismes de coopération chargés de commenter les normes, de proposer des amendements aux normes et de conseiller les divers comités sur les implications des normes en développement<sup>80</sup>.

Le travail d'élaboration est lancé dans la grande majorité des cas (80%) par un document initial issu de la Commission électrotechnique internationale (CEI). Les organes techniques du CENELEC peuvent aussi soumettre un tel document. Le CENELEC pourra aussi examiner les ébauches élaborées par des partenaires ou les Comités nationaux.

---

CEN, En ligne. <http://www.cenorm.be/cenorm/aboutus/structure+/nationalmembers/nationalmembers.asp> (page consultée en janvier 2006)

<sup>79</sup> Voir About CENELEC. Site du CENELEC. En ligne. <http://www.cenelec.org/Cenelec/About+CENELEC/CENELEC.htm> (page consultée en janvier 2006)

<sup>80</sup> L'ANEC est un de ces organismes de coopération.



La forte majorité des normes élaborées par les comités du CENELEC sont donc similaires aux normes de la CEI.

### **II.III L'Institut européen des normes de télécommunications (ETSI)**

---

Établi depuis 1988, l'Institut européen des normes de télécommunications (ETSI)<sup>81</sup> a pour mission d'élaborer des normes en matières de télécommunications, de radiodiffusion, de télédiffusion, des technologies de l'information et des communications électroniques d'après les demandes de l'industrie et de l'Union Européenne. De plus, l'ETSI joue un rôle de premier plan à l'échelle internationale en ce qui a trait au protocole de communications mobiles globales *Third Generation Partnership Project (3GPP™)*.

L'ETSI compte 520 membres qui proviennent de 36 pays européens. Ces membres participent aux différents comités techniques et ont plein pouvoir quant à l'élaboration des normes et aux votes qui s'y rattachent. L'ETSI compte aussi sur l'appui de 126 associés provenant de 19 pays non-européens, qui peuvent participer au processus d'élaboration de normes, sans toutefois avoir le droit de voter. L'organisme regroupe, de plus, 42 observateurs. L'ETSI s'appuie donc sur la participation de 688 représentants provenant entre autres d'organismes nationaux de normalisation, de l'UE, du secteur manufacturier, d'opérateurs de réseau, de fournisseurs de services et de regroupements de consommateurs.

L'organisme est financé à 55 % par les contributions de ses membres, le financement par les partenaires représentant 9 %, les contrats (EC/EFTA) 22 % et les activités "commerciales" 13 %.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Voir informations sur l'Institut européen des normes de télécommunications, site de l'ETSI. En ligne. <http://www.etsi.org/> (page consultée en janvier 2006)

<sup>82</sup> How is ETSI funded, site de l'ETSI. En ligne [http://www.etsi.org/about\\_etsi/30\\_minutes/Sem-Chapter4.htm](http://www.etsi.org/about_etsi/30_minutes/Sem-Chapter4.htm) (page consultée en janvier 2006)

## II.IV L'ANEC : porte-parole des consommateurs européens dans la normalisation

### II.IV.a) Description

L'Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs dans la normalisation (ANEC) a été fondée en 1995 et possède le statut d'association internationale sans but lucratif de droit belge<sup>83</sup>. Financé par la Commission européenne et par l'Association européenne de libre-échange (AELE), cet organisme non gouvernemental et indépendant mis sur pied par des organisations de consommateurs vise à défendre les intérêts des consommateurs dans les processus de normalisation et de certification au sein des trois organismes d'élaboration de normes européens (OEN), Le Comité européen de normalisation (CEN), le Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC) et l'Institut européen des normes de télécommunications (ETSI). L'ANEC représente les consommateurs<sup>84</sup> des États membres de l'UE et de l'AELE (Islande, Norvège et Suisse)..

L'ANEC a comme principal organe politique son Assemblée générale (AG), qui dispose d'un mandat de quatre ans. L'AG regroupe 27 membres nationaux et 5 membres européens. D'une part, les membres nationaux (un membre par pays de l'UE et de l'AELE) sont nommés<sup>85</sup> conjointement par les organisations nationales de consommateurs de leur pays respectif afin de représenter ces dernières au sein de l'AG. D'autre part, les membres européens sont nommés par les Comités de consommateurs de l'UE et de l'AELE. Or, tous ces membres, qu'ils soient nationaux ou européens, doivent atteindre certains objectifs fixés par l'ANEC. Ces critères de performance servent à évaluer le travail des représentants afin de mieux les orienter et conseiller dans leurs travaux.

Grâce à un réseau de plus de 200 représentants de consommateurs répartis parmi les États membres de l'UE et de l'AELE, l'ANEC contribue aux différents processus de normalisation et de certification des trois OEN en fournissant directement une expertise technique et des conseils à plus de 60 comités techniques, groupes de travail et nouveaux «délivrables». D'ailleurs, l'ANEC a mis sur pied des groupes de travail qui se penchent sur les sept domaines suivants, identifiés comme prioritaires par tous les membres : les appareils électroménagers, la conception universelle, l'environnement, la sécurité des enfants, la sécurité routière, les services et la société de l'information. Ces groupes de travail coordonnent les activités des nombreux représentants nationaux de consommateurs de même que ceux des représentants de l'ANEC nommés au sein des différents comités techniques des trois OEN. L'ANEC est membre à part entière de l'ETSI, associé du CEN et observateur au CENELEC.

Afin de contribuer adéquatement aux processus de normalisation et de certification des trois OEN, l'ANEC élabore des projets de recherche, des tests, et diffuse les résultats qui en découlent à tous les représentants de consommateurs. Ainsi, ces derniers peuvent présenter de manière convaincante leurs positions aux divers comités techniques et groupes de travail, surtout lorsque d'importants intérêts commerciaux et industriels sont en jeu.

Enfin, l'ANEC travaille en étroite collaboration avec le Bureau européen des Unions de Consommateurs (BEUC), soit une fédération de 34 organismes nationaux indépendants de consommateurs provenant de l'UE, des pays admissibles à l'adhésion et de l'AELE. Le BEUC a

<sup>83</sup> Voir informations sur l'ANEC, site de l'ANEC. En ligne. <http://www.anec.org/anec.asp?lang=fr&ref=00-00> (page consultée en janvier 2006)

<sup>84</sup> Une attention particulière est portée aux besoins des personnes âgées et aux handicapés.

<sup>85</sup> La procédure de nomination est identique à celle des Comités de consommateurs de l'UE et de l'AELE.

pour mission de promouvoir et de défendre les intérêts des consommateurs européens auprès des instances politiques de l'UE et de la Commission européenne, comme le Groupe consultatif européen des consommateurs (GCEC).

#### **II.IV.b) Importance de la participation des consommateurs**

L'ANEC considère que la participation des consommateurs aux processus de normalisation et de certification des trois OEN est essentielle pour la crédibilité du système de normes européen et pour la confiance qu'ont les consommateurs envers le marché commun européen. Cette participation est d'autant plus importante que les normes élaborées par les OEN complètent la législation européenne depuis l'adoption de la Nouvelle Approche à l'égard de l'Harmonisation technique, en 1985 et que la représentation des consommateurs constitue l'indispensable «contrepoids aux intérêts industriels qui dominent les processus de normalisation.»<sup>86</sup>

L'ANEC n'est d'ailleurs pas seule à croire que la participation des consommateurs aux processus de normalisation est incontournable pour assurer la crédibilité du système de normes européen: le Parlement européen, le Conseil de l'Union européenne et la Commission européenne partagent tous la même vision. Cette dernière affirme que «la participation de la société civile (parties représentant les intérêts des consommateurs et les intérêts en matière de santé, de sécurité et d'environnement) donne plus de poids au consensus et rend les normes plus représentatives et donc plus aisément acceptables pour les parties intéressées [...]»<sup>87</sup>. De son côté, le Parlement européen «demande à la Commission européenne et aux États membres de garantir et de renforcer la représentation des intérêts des consommateurs dans le domaine de la normalisation aux niveaux européen, national et international et suggère, s'agissant de ce dernier, que des mesures soient prises pour développer la participation systématique et directe des consommateurs dans les organes internationaux de normalisation [...]»<sup>88</sup>. Enfin, le Conseil de l'Union européenne souligne «que les parties intéressées, telles que les associations de travailleurs, de consommateurs et les groupements d'intérêt en matière d'environnement, doivent contribuer pleinement aux processus de normalisation à tous les niveaux appropriés [...]»<sup>89</sup>.

Malgré que l'importance de la participation des consommateurs aux processus de normalisation soit reconnue, une étude de l'ANEC portant sur les accords nationaux en matière de représentation des consommateurs dans la normalisation publiée en 2001<sup>90</sup> en arrivait à la conclusion que cette participation était nettement insuffisante en Europe. En effet, la participation des consommateurs n'a acquis une portée significative que dans 8 pays de l'UE et

---

<sup>86</sup> Pourquoi la représentation des consommateurs dans la normalisation est-elle importante? ANEC, site de l'ANEC. En ligne. <http://www.anec.org/anec.asp?rd=9495&ref=01-01.06-01&lang=fr&ID=87> (page consultée en janvier 2006)

<sup>87</sup> Voir : Commission européenne, Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social européen. Intégration des aspects environnementaux dans la normalisation européenne, COM(2004), 130 final, Bruxelles, 2 février 2004, p. 13.

<sup>88</sup> Phillip Whitehead, «Rapport sur la communication de la Commission Stratégie pour la politique des consommateurs 2002-2006», COM(2002) 0208 – C5-0329/2002 – 2002/2173(COS), Document de séance A5-0023/2003 Final, Parlement européen, 28 janvier 2003, p. 12.

<sup>89</sup> Voir : Conseil de l'Union européenne, «Résolution du Conseil sur le rôle de la normalisation en Europe», 12686/1999, Bruxelles, 10 novembre 1999, p. 10.

<sup>90</sup> ANEC: Rapport de mai 2001 relatif à la participation des consommateurs dans la normalisation (ANEC2001/GA/014)

dans 3 pays de l'AELE<sup>91</sup>. Or, les représentants des consommateurs interrogés lors de cette étude indiquaient que le manque de ressources financières et humaines constituait les deux principales explications de cette faible participation des consommateurs aux processus de normalisation européens.

---

<sup>91</sup> Ces pays sont l'Allemagne, l'Autriche, le Danemark, la Finlande, la France, la Norvège, la Suède et le Royaume-Uni.

### III. CADRES ET PROCESSUS DE NORMALISATION AUX ÉTATS-UNIS

#### III.a) Description

Contrairement aux systèmes de normes que nous retrouvons dans la plupart des autres pays industrialisés, dont le Canada, celui des États-Unis est fortement décentralisé. Il n'existe dans le secteur public américain aucun équivalent au Conseil canadien des normes (CCN), du fait, notamment, de l'opposition soutenue des centaines d'organismes privés d'élaboration de normes, d'essais et de certification à une telle centralisation.

Fondé en 1918 par cinq sociétés d'ingénierie et trois agences gouvernementales et financé par l'industrie<sup>92</sup>, l'American National Standards Institute (ANSI)<sup>93</sup> administre et coordonne les activités de normalisation volontaire et d'évaluation de la conformité aux États-Unis. Cet organisme privé à but non lucratif n'élabore pas de normes, sa mission étant de promouvoir la normalisation en établissant des consensus au sein de plus de 200 organismes d'élaboration de normes (OEN) accrédités, dont l'Environmental Protection Agency, la Federal Communications Commissions, la Federal Trade Commission et la Food and Drug Administration.

L'ANSI a également pour mandat d'administrer et de gérer la National Standards Strategy for the United States (NSS)<sup>94</sup>, cadre directeur adopté par l'ANSI en août 2000, qui vise à préciser les objectifs de la normalisation américaine, tant au niveau national qu'international, à accroître la santé et la sécurité des consommateurs, et à élaborer des normes fiables et efficaces pour les industries.<sup>95</sup>

---

<sup>92</sup> L'ANSI dispose d'un budget annuel d'environ 18 millions de dollars américains.

<sup>93</sup> Voir informations sur l'American National Standard Institute, site de l'ANSI. En ligne. <http://www.ansi.org/> (page consultée en janvier 2006)

<sup>94</sup> Le texte de la National Standards Strategy for the United States, site de l'ANSI. En ligne. [http://public.ansi.org/ansionline/Documents/News%20and%20Publications/Brochures/national\\_strategy.pdf](http://public.ansi.org/ansionline/Documents/News%20and%20Publications/Brochures/national_strategy.pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>95</sup> La Stratégie adoptée par l'ANSI est en plusieurs points similaire à la Stratégie canadienne. Dans sa lettre du 12 décembre 2005 en réaction à une version préliminaire du présent rapport, madame Lojk du CCN explique que les ressemblances entre les Stratégies adoptées à 5 mois d'intervalle ne découlent pas d'un effort concerté d'harmonisation mais que la Stratégie canadienne aurait plutôt servi de modèle à l'ANSI: "Le CCN a lancé notre Stratégie canadienne de normalisation en mars 2000. La stratégie cherchait à fournir à tous les Canadiens participant aux activités de normalisation une vision commune pour les aider à optimiser les résultats de leurs efforts de normalisation. Il ne s'agissait pas d'un document rédigé exclusivement par le CCN, mais du fruit de consultations très poussées auprès des partenaires existants ou éventuels du Système national de normes sur une période de deux ans. Après la parution de la SCN, l'ANSI a entamé une initiative analogue et nous sommes flattés que les É.-U. aient opté pour utiliser une bonne partie du matériel canadien pour leur stratégie à eux. Nous avons également été ravis de savoir que les stratégies de l'Allemagne et du Japon se sont inspirées de la nôtre."

L'ANSI regroupe plus de 1000 membres: industries, associations professionnelles, organismes d'élaboration de normes, agences gouvernementales et regroupements de travailleurs et de consommateurs. Dans le but de favoriser le dialogue et l'échange entre les représentants des divers membres, l'ANSI a mis sur pied quatre forums regroupant chacun les différents intérêts représentés en son sein :

- le Company Member Forum (CMF)
- le Government Member Forum (GMF)
- l'Organizational Member Forum (OMF)
- le Consumer Interest Forum (CIF)

Enfin, l'ANSI joue un rôle de premier plan en matière de normalisation à l'échelle internationale. En effet, l'institut représente les États-Unis auprès de l'Organisation internationale de normalisation (ISO)<sup>96</sup> et de la Commission électrotechnique internationale (CEI). Son membership dans ces deux organisations lui permet la participation à presque toutes les étapes des programmes techniques de l'ISO et de la CEI, L'ANSI y administre plusieurs des principaux comités et groupes de travail se penchant sur la normalisation.

L'influence internationale de l'ANSI se fait d'autant plus sentir lorsque nous savons que de nombreuses normes élaborées aux États-Unis sont par la suite adoptées par l'ISO et la CEI. L'ANSI présente ainsi son influence : «ANSI plays an important part in creating international standards that support the worldwide sale of products, which prevent regions from using local standards to favor local industries»<sup>97</sup>.

### **III.b) Participation des consommateurs**

Aux États-Unis, les consommateurs participent très peu aux processus de normalisation, quoique chaque OEN américain puisse, de sa propre initiative, inviter des représentants de consommateurs si le besoin s'en fait sentir. Les associations de consommateurs ne participent généralement pas aux comités techniques régionaux ou internationaux, et le soutien qui leur est disponible est en général fort limité. La participation des consommateurs se résume dans la plupart des cas à des groupes de discussion, des études de marché et des rapports de service à la clientèle.

La Stratégie Nationale plaide pour sa part pour une plus grande implication des consommateurs et la nécessité de sensibiliser et de soutenir les consommateurs dans cette participation:

«3 - Improve the responsiveness of the standards system to the views and needs of consumers

The representation of consumer interests in the U.S. standards system is essential to ensure that the individual's needs are being considered and addressed. Today's consumers are concerned about such issues as product compatibility; quality of products and services; ease of use and accessibility; the environment, health, and safety; deceptive trade practices; redress; and social responsibility. The emergence of the online market means more information and more choices are available to consumers. With its emphasis on balance, openness, and transparency, the U.S.

---

<sup>96</sup> L'ANSI est un des membres fondateurs de l'ISO.

<sup>97</sup> Standards Activities Overview, site de l'ANSI, En ligne. [http://www.ansi.org/standards\\_activities/overview/overview.aspx?menuid=3](http://www.ansi.org/standards_activities/overview/overview.aspx?menuid=3) (page consultée en janvier 2006)

standards system provides a valuable forum for the consumer voice to be heard. However, more is needed to make consumers aware of these opportunities and to encourage and facilitate their participation. Tactical initiatives include:

- Standards developers should identify, encourage and support appropriate consumer representation on their committees, make virtual attendance at meetings possible through electronic means such as teleconferencing or collaborative meeting tools, and encourage consumer comment during public reviews. (...)
- Government should strengthen its consumer-related programs and initiate standards information and participation programs as appropriate.
- ANSI should work with consumer organizations to educate them about standardization and encourage and support their participation in standards development.»<sup>98</sup>

Il importe de mentionner que le contexte américain a certaines particularités qui expliquent cette participation réduite des groupes de consommateurs aux processus de normalisation et le choix de ces groupes de concentrer leurs ressources limitées sur les processus réglementaires. Les agences fédérales ont en effet l'obligation légale de prendre en compte les normes volontaires lors de l'élaboration de la réglementation et de participer à l'élaboration de ces normes<sup>99</sup>. Le Consumer Product Safety Commission, par exemple, qui doit se référer aux normes si leur utilisation peut lui permettre d'atteindre ses objectifs réglementaires<sup>100</sup>, est engagé sur une soixantaine de comités techniques. Les préoccupations des consommateurs trouvent donc à se faire entendre par ce biais.<sup>101</sup>

L'ANSI semble tout de même accorder une grande importance à la participation des consommateurs aux processus de normalisation. Afin de s'assurer que les intérêts du public et des consommateurs soient pris en compte lors de l'élaboration de normes, l'ANSI a créé le Consumer Interest Forum (CIF)<sup>102</sup> pour promouvoir la participation des consommateurs aux activités d'élaboration de normes et d'évaluation de la conformité.

Majoritairement composé de représentants de consommateurs et de fonctionnaires fédéraux de la U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC)<sup>103</sup>, le CIF poursuit les objectifs suivants :

---

<sup>98</sup> The American National Standards Strategy 2005.

<sup>99</sup> Public Law 104-113, the National Technology Transfer and Advancement Act (NTTAA)

<sup>100</sup> Consumer Product Safety Act 1972

<sup>101</sup> Il est bon de mentionner que certains organismes de défense des droits des consommateurs refusent d'accepter le soutien financier du gouvernement ou des OEN (Consumers Union) alors que d'autres refusent par principe d'appuyer les processus de normalisation (Public Citizen), estimant que les processus réglementaires et législatifs sont les seuls processus légitimes auxquels ils doivent participer.

<sup>102</sup> Voir informations sur le Consumer Interest Forum (CIF) sur la page que lui consacre l'ANSI. Site de l'ANSI. En ligne. [http://www.ansi.org/consumer\\_affairs/cic.aspx?menuid=5](http://www.ansi.org/consumer_affairs/cic.aspx?menuid=5) (page consultée en janvier 2006)

<sup>103</sup> Indépendante, la CPSC est une agence réglementaire fédérale qui a pour mandat d'informer et de protéger le public des risques reliés aux produits que les consommateurs retrouvent sur le marché.

Développer les relations de l'ANSI avec les OEN nationaux et internationaux afin de :

- sensibiliser les représentants de consommateurs à l'importance de la normalisation et leur fournir de l'information sur le sujet ;
- favoriser l'échange d'information entre les représentants de consommateurs des différents organismes;
- faire circuler les commentaires des consommateurs parmi les membres de l'ANSI ;
- représenter les consommateurs auprès du Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO) de l'ISO ;
- -Éveiller un intérêt chez les consommateurs en vue d'une meilleure participation dans l'organisation et les processus de l'ANSI;
- -Encourager la participation des consommateurs dans le développement des normes afin que soient identifiés les préoccupations et les besoins des consommateurs de manière à ce qu'ils soient pris en compte dans l'élaboration des normes.

Le CIF est aussi le lien américain au sein d'ISO COPOLCO, le forum sur la participation des consommateurs aux travaux internationaux d'ISO et de la CEI.

Ainsi, grâce à la création du CIF et au respect de ses objectifs, l'ANSI renforce sa crédibilité quant à sa capacité de créer un consensus parmi tous les groupes d'intérêts touchés de près ou de loin par les normes. Néanmoins, l'ANSI ne fournit aucun soutien financier aux représentants de consommateurs qui participent aux différents stades du processus de normalisation. De plus, l'ANSI ne dispose d'aucun programme d'éducation et de formation destiné à ces représentants.

La représentation des consommateurs aux processus de normalisation aux États-Unis pourrait donc être qualifiée d'importante si on prend en compte l'apport d'organismes qui, sans être des associations de consommateurs, ont pour mission de veiller à l'intérêt du public. En effet, bien que peu d'ONG et d'individus s'impliquent directement à titre de bénévole dans les divers processus de normalisation, un grand nombre d'agences fédérales et de départements d'État, comme nous le mentionnions plus haut, interviennent dans ces processus au nom des consommateurs et du public. Disposant d'importantes ressources budgétaires, techniques et humaines, ils jouent donc un rôle de premier plan dans la normalisation aux États-Unis. Leur rôle y est soumis à des règles de conduite et de transparence très strictes: la circulaire A-119 de l'Office of Management and Budget (OMB)<sup>104</sup> oblige les agences et les départements à divulguer publiquement tout ce qui concerne leurs activités de normalisation, allant des projets de normes sur lesquels ils se penchent aux noms des différents OEN dont ils sont membres, en passant par le nombre de leurs employés impliqués dans chaque projet. Les consommateurs américains peuvent ainsi être informés sur les processus de normalisation.

---

<sup>104</sup> OMB Circular A-119, Federal Participation in the Development and Use of Voluntary Standards and in Conformity Assessment Activities and National Technology Transfer and Advancement Act (NTTAA) 1995.



Notons tout de même ce que soulignent deux auteurs, Schellinck et Russell, sur une importante différence d'approche entre le Canada et les États-Unis:

- Cependant, la notion de consensus n'est pas la même au Canada et aux États-Unis. Pour les Américains, cela signifie simplement que le comité assure une représentation équilibrée de toutes les parties intéressées. On obtient un consensus par la participation de l'ensemble des représentants aux débats qui précèdent le vote (il y a très peu de délégués des consommateurs). Au moment du vote, toutefois, chaque représentant détient une voix et la majorité l'emporte. Ainsi, les positions des États-Unis prévalent généralement en raison du nombre de représentants de ce pays à ces réunions. On le voit, le système américain donne à chacun la possibilité de s'exprimer mais les opinions divergentes sont souvent ignorées puisqu'elles ont peu de chances de modifier l'issue du vote.

Au Canada, le CCN veille à ce que les comités parviennent à un consensus, qui nécessite que tous les votes négatifs soient résolus lors d'un vote formel. La seule façon d'ignorer une opposition est de déclarer, après discussion, non concluants ou non pertinents les arguments avancés. Le but recherché est de satisfaire tous les participants et, de fait, chaque représentant détient un droit de veto. Cette méthode présente l'avantage d'obliger à prendre en considération toutes les opinions et à répondre à toutes les exigences exprimées pendant les débats.<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> SCHELLINCK, Tony, et RUSSELL, Brian R.: Le Canada face à la normalisation internationale, Tony Schellinck, Chaire F.C. Manning d'économie et de commerce, Dalhousie University, Halifax et Brian R. Russell, Titulaire d'une bourse Fulbright en politique commerciale et économique, Institute for International Economics, Washington, site d'IC. En ligne. <http://strategis.ic.gc.ca/pics/spf/fourf.pdf> (page consultée en janvier 2006)

#### **IV. CADRES ET PROCESSUS DE NORMALISATION (international)**

---

La normalisation internationale joue un rôle d'autant plus important que divers accords internationaux obligent le Canada à prendre en considération, lors de l'élaboration de règlements nationaux, des normes établies. Par exemple, l'Accord sur le commerce intérieur exige que les différents paliers gouvernementaux du pays se réfèrent au Système national des normes du Canada (SNN) ou directement à des normes internationales. De plus, l'Accord sur les obstacles techniques au commerce<sup>106</sup> de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) précise qu' «en vue d'harmoniser le plus largement possible les règlements techniques, les membres participeront pleinement, dans les limites de leurs ressources, à l'élaboration, par les organismes internationaux à activité normative compétents, de normes internationales concernant les produits pour lesquels ils ont adopté, ou prévoient d'adopter, des règlements techniques.» (parag.2.6). Les quatre organismes d'élaboration de normes (OEN) canadiens doivent donc s'assurer avant d'élaborer une nouvelle norme nationale qu'il n'existe pas déjà une norme internationale sur le sujet.

Plusieurs organismes internationaux de normalisation élaborent et coordonnent l'utilisation de normes à l'échelle internationale. Outre l'Organisation internationale de normalisation (ISO) que nous analyserons plus en détail dans la présente section, voici une brève description de deux des principaux organismes internationaux de normalisation<sup>107</sup>, soit la Commission électrotechnique internationale (CEI) et le Codex Alimentarius.

##### **IV.I La Commission électrotechnique internationale (CEI)**

---

Fondée en 1906, la CEI a pour mandat de promouvoir l'élaboration de normes en matières d'électricité, d'électronique, de compatibilité électromagnétique, de télécommunications et de sécurité, tout en favorisant la coopération internationale sur ces questions. La CEI rassemble des représentants d'organismes nationaux de normalisation de plus de 40 pays membres qui regroupent 80 % de la totalité de la production mondiale et comptent pour 95 % de la production d'énergie électrique. La CEI a publié près de 5000 normes jusqu'à ce jour.

##### **IV.II Le Codex Alimentarius**

---

Créé en 1962 par l'Organisation des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation (FAO) et par l'Organisation mondiale de la santé (OMS), le Codex Alimentarius renferme un ensemble de normes internationales portant sur la qualité et le commerce des aliments, accompagnées de différents codes d'usage et autres directives. Le Codex est une organisation intergouvernementale comprenant quelque 150 membres et est l'organisme de normalisation des Nations Unies en matière alimentaire.

---

<sup>106</sup> L'Accord sur les obstacles techniques au commerce, site de l'OMC. En ligne. [http://www.wto.org/french/docs\\_f/legal\\_f/17-tbt.pdf](http://www.wto.org/french/docs_f/legal_f/17-tbt.pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>107</sup> Union internationale des télécommunications, Organisation internationale de métrologie légale, Association du transport aérien international, Organisation mondiale de la Santé, Organisation internationale du travail, etc.

### IV.III L'Organisation internationale de normalisation (ISO)<sup>108</sup>

---

#### IV.III.a) Description

L'Organisation internationale de normalisation (ISO)<sup>109</sup> est le plus vaste réseau d'instituts nationaux de normalisation. Elle agit «en tant qu'organisation de liaison permettant d'établir un consensus sur des solutions répondant aux exigences du monde économique et aux besoins de la société, notamment ceux de parties prenantes comme les consommateurs et les utilisateurs»<sup>110</sup>. Dès son entrée en fonction en 1947, l'ISO s'est donné pour objet de «faciliter la coordination et l'unification internationales des normes industrielles»<sup>111</sup>.

Les activités principales d'ISO concernent l'élaboration de normes techniques qui, en fournissant un cadre de référence ou un langage technologique commun, permettent de promouvoir le commerce international de biens et services et les échanges entre pays en matière de développement scientifique, technologique, économique et social. Les normes d'ISO soutiennent l'amélioration de la qualité, de la sûreté, de la sécurité, de la protection de l'environnement et des consommateurs ainsi que l'utilisation rationnelle des ressources naturelles. Parmi les normes les plus connues d'ISO, mentionnons la série ISO 9000 traitant du management de la qualité (service à la clientèle et satisfaction de cette dernière) et la série ISO 14000 portant sur le management environnemental (réduction des externalités négatives environnementales).

Organisation non gouvernementale dont le siège social est situé à Genève, l'ISO est formée de représentants d'organismes nationaux de normalisation provenant de 156 pays, selon le principe d'un membre par pays. Il existe au sein de l'ISO trois catégories de membres. La participation à l'ISO est ouverte aux instituts nationaux de normalisation les plus représentatifs de la normalisation dans leur pays (un membre par pays). Les membres à part entière (les comités membres), qui représentent 101 pays<sup>112</sup>, ont chacun une voix sur tout comité technique et comité de politique générale de l'ISO. L'ISO compte également deux catégories de membres pour les pays qui n'ont pas encore entièrement développé leur activité nationale en matière de normalisation. Ils versent des cotisations de membre réduites. Les membres correspondants (47 pays) ont le droit de participer en qualité d'observateurs, sans droit de vote, à tout organe de politique ou à tout organe technique. Le statut de membres abonnés (8 pays) permet aux instituts de pays à économie très limitée de rester en contact avec la normalisation internationale.

La participation à l'ISO est ouverte aux instituts nationaux de normalisation les plus représentatifs de la normalisation dans leur pays. Aucune personne ou entreprise ne peut devenir membre de l'ISO à titre individuel. Elles peuvent toutefois contribuer aux processus de normalisation de l'ISO par l'entremise de l'organisme national de normalisation de leur pays.

---

<sup>108</sup> Afin d'éviter que le nom de l'Organisation internationale de normalisation ne donne lieu à des abréviations différentes selon les langues, l'organisme a décidé de «normaliser» son nom en adoptant ISO comme désignation abrégée, soit un mot dérivé du grec isos, signifiant "égal".

<sup>109</sup> Voir informations sur ISO, site de l'ISO. En ligne. <http://www.iso.org/iso/fr/ISOOnline.frontpage> (page consultée en janvier 2006)

<sup>110</sup> Description générale du système de l'ISO, site de l'ISO. En ligne. <http://www.iso.org/iso/fr/aboutiso/introduction/index.html#two> (page consultée en janvier 2006)

<sup>111</sup> Description générale du système de l'ISO, site de l'ISO. En ligne. <http://www.iso.org/iso/fr/aboutiso/introduction/index.html#two> (page consultée en janvier 2006)

<sup>112</sup> C'est le CCN qui représente le Canada au sein de l'ISO.

Leur participation à l'élaboration du consensus national qui sera présenté par la délégation de cet organisme est donc indispensable à la représentation sur la scène internationale des intérêts qui leur sont propres. Les organisations internationales et les associations non gouvernementales et représentants des secteurs industriels peuvent aussi solliciter le statut de liaison à un comité technique. Ils ne votent pas, mais peuvent participer aux discussions et à l'édification du consensus.

Tous les membres de l'ISO se réunissent en assemblée générale une fois par année pour prendre toutes les décisions stratégiques. Les propositions qui leur sont soumises sont élaborées par le Conseil de l'ISO, qui se réunit deux fois par an. Le Conseil de l'ISO, avec une composition de 18 membres qui obéit à une rotation garantissant la représentativité de tous les membres de l'ISO, gouverne les opérations de l'organisation selon les politiques établies par les membres. Cinq de ces membres proviennent des comités membres qui contribuent le plus aux activités de normalisation de l'organisation<sup>113</sup>. Les treize autres sont élus par les membres pour une période de deux ans.

Le financement de l'ISO est assuré, en partie, par les cotisations annuelles des membres. La valeur de chacune des cotisations varie proportionnellement avec le PNB et le volume commercial du pays participant. De plus, la vente de normes, de certifications et de guides d'opérations procure d'importants revenus à l'organisation. Toutefois, l'essentiel des coûts est assumé par les comités membres qui gèrent l'élaboration de projets de normalisation spécifiques ou par les organisations qui fournissent des experts pour participer aux travaux techniques et qui assument leurs frais.

Le processus de normalisation de l'ISO répond aux impératifs du marché. En effet, l'initiative de l'élaboration d'une norme provient du secteur industriel ou commercial qui en a besoin et qui communique avec un organisme national de normalisation membre de l'ISO pour lui soumettre sa demande. Il revient alors au membre national de soumettre à l'ISO la proposition d'étude d'une nouvelle norme ou d'un nouveau secteur d'activité qui pourrait exiger la création d'un nouveau comité technique. Si la proposition est approuvée, l'étude sera soumise à un comité technique composé d'experts choisis par l'organisme national de normalisation membre de l'ISO pour le pays d'où émane le besoin d'une nouvelle norme. Ces experts peuvent provenir de secteurs industriels, d'agences gouvernementales, de laboratoires d'essais, d'association de consommateurs, etc. Mais selon les règles de l'ISO, l'organisme national de normalisation doit s'assurer que sa délégation équilibrée de représentants tiendra compte des points de vue de tous les groupes d'intérêts touchés par la norme en développement et présente une position nationale concertée et consensuelle à ce sujet.

En plus de nombreux comités techniques, qui oeuvrent dans des domaines spécialisés et précis, l'ISO compte trois comités chargés de fournir un cadre politique et stratégique aux activités de normalisation qui touchent à l'ensemble des secteurs d'opérations :

- le CASCO (évaluation de la conformité)
- le COPOLCO (politique en matière de consommation)
- le DEVCO (questions relatives aux pays en voie de développement)

---

<sup>113</sup> États-Unis, Royaume-Uni, Japon, Allemagne et France.

En plus de s'être doté d'un Code d'éthique et d'un Plan d'action pour les pays en développement 2005-2010<sup>114</sup>, l'ISO a développé pour la période 2005-2010 un plan stratégique qui encadre la poursuite d'objectifs stratégiques définis par ses membres et les organisations internationales avec lesquelles l'ISO collabore, dans le but d'améliorer les politiques et le mandat de l'organisation. Ce plan s'intitule ISO Strategic Plan 2005-2010, Des normes pour un monde durable.<sup>115</sup>

#### **IV.III.b) Le Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO)**

L'ISO reconnaît la nécessité de promouvoir la participation des consommateurs au processus de normalisation. D'ailleurs, comme le mentionne l'organisation sur son site Web à la section L'ISO et le consommateur<sup>116</sup>, «Lorsque les produits et services de la vie quotidienne répondent aux exigences du consommateur, ils renforcent sa confiance, ce qui crée une situation dont tout le monde sort gagnant : le consommateur comme le fabricant ou le prestataire de service. Cette situation se produit lorsque des représentants des consommateurs participent à l'élaboration de normes qui influent finalement sur les spécifications de produits et de services.» C'est dans cette optique que l'ISO a mis sur pied en 1978 le Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO).

Le COPOLCO a identifié 15 secteurs prioritaires pour les consommateurs dans la normalisation internationale et coordonne la participation des représentants des consommateurs aux divers comités techniques qui se penchent sur ces priorités, soit : les appareils domestiques, les services, la sécurité de l'eau, les besoins des personnes âgées et des personnes handicapées, les produits destinés aux enfants, l'environnement, les dispositifs contraceptifs, les biens usagés, les bicyclettes, l'ameublement, les symboles destinés à informer le public, la protection contre les incendies, la dentisterie, l'informatique de santé et les marchés mondiaux (ex.: commerce électronique, codes de conduite, traitement des réclamations).

L'ISO vise, à travers le COPOLCO, divers objectifs:

- trouver des moyens qui permettent aux consommateurs de bénéficier au maximum de la normalisation;
- promouvoir la contribution des consommateurs aux processus d'élaboration de normes, tant sur la scène nationale que sur la scène internationale;
- favoriser l'échange d'information et d'expérience entre les représentants de consommateurs qui participent aux différents travaux de normalisation présentant un intérêt pour les consommateurs;
- concilier les points de vue unifiés des consommateurs pour accroître leur influence au sein des différents comités dans les domaines qui présentent pour eux un intérêt.

Tous les comités membres et membres correspondants de l'ISO peuvent être membres du COPOLCO; le COPOLCO compte actuellement plus de 80 pays parmi ses membres. La Commission électrotechnique internationale (CEI) est également membre du COPOLCO. Deux

---

<sup>114</sup> Voir Code d'éthique de l'ISO, site d'ISO, En ligne. [http://www.iso.org/iso/fr/prods-services/otherpubs/pdf/codeethics\\_2004-fr.pdf](http://www.iso.org/iso/fr/prods-services/otherpubs/pdf/codeethics_2004-fr.pdf) (page consultée en janvier 2006) et Plan d'action de l'ISO pour les pays en développement 2005-2010, site de l'ISO. En ligne. [http://www.iso.org/iso/fr/prods-services/otherpubs/pdf/actionplan\\_2005-fr.pdf](http://www.iso.org/iso/fr/prods-services/otherpubs/pdf/actionplan_2005-fr.pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>115</sup> Voir Le Plan stratégique 2005-2010, site de l'ISO, En ligne. [http://www.iso.org/iso/fr/aboutiso/strategies/isostrategies\\_2004-fr.pdf](http://www.iso.org/iso/fr/aboutiso/strategies/isostrategies_2004-fr.pdf) (page consultée en janvier 2006)

<sup>116</sup> Voir L'ISO et le consommateur, site de l'ISO. En ligne. <http://www.iso.ch/iso/fr/comms-markets/consumers/iso%2Btheconsumer.html> (page consultée en janvier 2006)

autres organisations internationales ont une liaison officielle avec le COPOLCO: Consumers International (CI) et l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).<sup>117</sup>. Si les pays membres ont le droit d'envoyer des délégations nationales aux réunions du COPOLCO, leur assiduité fluctue toutefois d'année en année, en fonction de l'emplacement de la réunion et de la thématique des ateliers. Selon Bruce Farquhar, qui y participait, n'étaient présentes à la réunion de 2004, par exemple, que 27 délégations, dont 13 seulement semblaient inclure une représentation d'organisation indépendante de consommateurs.

Pour s'assurer que la voix des consommateurs est bien entendue lors de l'élaboration des normes ISO, le COPOLCO sélectionne, dans les travaux de l'ISO, des secteurs prioritaires pour les consommateurs, puis coordonne la participation des représentants des consommateurs aux comités techniques de l'ISO qui élaborent des normes dans ces domaines.

Le COPOLCO développe également des publications afin de promouvoir la participation des consommateurs aux travaux de normalisation et pour former les représentants des consommateurs à cette tâche.<sup>118</sup>

Il n'en demeure pas moins que, les membres du COPOLCO étant les organismes nationaux de normalisation qui participent également aux travaux de l'ISO, la participation des représentants des consommateurs aux travaux du COPOLCO ne sera possible que par le biais d'une délégation par ces organismes nationaux de normalisation.

Le point culminant de la participation des consommateurs au sein du COPOLCO a lieu lors de la journée d'étude que le Comité organise chaque année. Réunissant des représentants de l'industrie, des consommateurs, d'agences gouvernementales, de laboratoires d'essais ainsi que d'autres secteurs impliqués dans la normalisation, cette journée offre aux consommateurs une chance unique de faire connaître à une large audience internationale leur opinion sur un sujet d'actualité pertinent en matière de normalisation. Cette voix des consommateurs permettra au COPOLCO de formuler des recommandations d'actions et des déclarations de politiques et d'élaborer des guides et des documents informatifs à l'intention des consommateurs ou des rédacteurs de normes.

La participation des consommateurs à cette journée d'étude du COPOLCO a d'ailleurs récemment incité l'ISO à :

- L'élaboration d'une norme internationale, l'ISO 10002, portant sur le traitement des réclamations;
- La publication d'une déclaration de politique sur les besoins des personnes âgées et des personnes handicapées;

---

<sup>117</sup> La contribution de l'ISO: le COPOLCO, site de l'ISO. En ligne. <http://www.iso.ch/iso/fr/comms-markets/consumers/iso+theconsumer-03.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>118</sup> Comment fonctionne le COPOLCO, site de l'ISO, En ligne. <http://www.iso.ch/iso/fr/comms-markets/consumers/iso+theconsumer-04.html> (page consultée en janvier 2006) Le COPOLCO met par exemple à la disposition des consommateurs une brochure intitulée "Votre voix compte" qui vise à les sensibiliser à la normalisation internationale et à donner quelques pistes pour une plus grande participation aux processus de normalisation de ISO. Disponible, gratuitement, en version papier ou en ligne sur le site de l'ISO, ainsi que d'autres publications du COPOLCO. En ligne. <http://www.iso.ch/iso/fr/prods-services/otherpubs/Copolco.PublicationList?CLASSIFICATION=COPOLCO> (page consultée en janvier 2006)

- La publication d'un guide (ISO/CEI 71 Principes directeurs pour les normalisateurs) afin de répondre aux besoins des personnes âgées et de celles ayant des incapacités;
- L'élaboration d'une norme internationale portant sur la responsabilité sociale des entreprises;
- Le développement d'un guide ISO/CEI sur les besoins des consommateurs en matière de symboles graphiques.

Si les journées d'étude vise à réunir des représentants des consommateurs, des autorités publiques, des fabricants et des experts de la normalisation, des obstacles se dressent encore à la participation de certains de ces intervenants, qui ne disposent pas des ressources nécessaires pour leur permettre d'être présents à ces rencontres et qui ne disposeraient pas non plus des ressources nécessaires pour leur permettre de s'y préparer adéquatement. Le COPOLCO ne prévoit pas de budget qui permettrait d'assurer le financement de ces activités. Les associations de consommateurs qui ne sont pas déléguées par les OEN se trouvent donc dans l'obligation de trouver par elles-mêmes les ressources nécessaires à une participation éclairée,

Le Canada, par l'entremise du Conseil canadien des normes (CCN) et du Comité sur les intérêts des consommateurs et du public (CICP), délègue généralement des représentants, dont quelques membres d'associations de consommateurs<sup>119</sup>, pour participer aux travaux, aux groupes de travail et aux comités du COPOLCO. Ces organismes disposent ainsi de délégués spécialisés qui possèdent les compétences nécessaires pour faire valoir le point de vue des consommateurs sur un comité qui vise à assurer leur représentation adéquate. Malheureusement comme nous l'avons vu précédemment, cette participation des représentants des consommateurs sur les délégations des organismes de normalisation à l'ISO ne constitue pas la norme.

Malgré le fait qu'elles connaissent relativement bien l'ISO, les associations de consommateurs connaissent bien mal le COPOLCO<sup>120</sup>, qui est pourtant l'organe de l'ISO qui devrait les toucher le plus directement. Cette situation s'explique probablement par le fait que l'ISO s'est fait connaître ces dernières années par l'entremise des entreprises qui affichent publiquement leur certification aux processus ISO de management de la qualité.

---

<sup>119</sup> Geneviève Reed, par exemple, responsable du service de recherche et de représentation chez Option Consommateurs, siège, entre autres, au CICP et participe aux travaux d'ISO sur les normes de la série ISO10000.

<sup>120</sup> Selon le sondage web réalisé par l'Union des consommateurs dans le cadre du présent projet, seulement 14 % des associations ne connaissent pas ISO, 76 % la connaissent peu et 10 % la connaissent bien, alors que 81 % des associations ne connaissent pas COPOLCO, 14 % le connaissent peu et 5 % le connaissent bien. Les résultats détaillés sont joints en annexe.

## V. DE LA NORMALISATION À LA RÉGLEMENTATION

Au cours des dernières décennies, les interactions entre la normalisation volontaire et la réglementation étatique se sont multipliées du fait des impératifs du marché. En effet, les gouvernements des pays industrialisés ont de plus en plus fait appel aux normes, élaborées de manière volontaire et consensuelle, pour rédiger des règlements, pour les compléter, voire les remplacer.

Au Canada, on trouve dans la réglementation plusieurs références, simples et explicites, à des normes existantes. Par exemple, depuis 1941, le *Code national du bâtiment* propose l'utilisation par l'industrie de la construction d'une foule de normes approuvées. Ce Code sert de modèle aux différentes législations provinciales qui imposent à leur tour ces normes aux constructeurs<sup>121</sup>. La *Loi sur les produits dangereux*<sup>122</sup> et la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement*<sup>123</sup> présentent d'autres exemples d'incorporation par renvoi de normes existantes.

Les normes peuvent être incorporées au droit de diverses manières :

- être incorporées directement dans les lois (la loi reproduit alors le libellé de la norme);
- être incorporées par renvoi dans les lois (la loi renvoie alors à une norme précise mais n'en reprend pas le libellé; l'article 10 de la Loi sur les aliments et drogues en est un exemple);
- être reproduites directement dans les règlements (les règlements sur le traitement du sperme et la procréation médicalement assistée en sont un exemple);
- être incorporées par renvoi dans les règlements (ainsi, les règlements sur le transport des matières dangereuses incorporent par renvoi de nombreuses normes nationales et internationales);
- être utilisées comme lignes directrices pour élaborer les règles contenues dans les lois ou les règlements (le s.B.01.056 (ann. 923) des règlements sur les aliments et drogues en est un exemple).<sup>124</sup>

Par contre, au fil du temps, certaines normes coexistent avec certaines lois ou certains règlements portant sur un sujet identique ou connexe, sans que la législation n'en impose l'adoption. Par exemple, la *Loi sur l'étiquetage de textiles*<sup>125</sup> impose des règles normatives sur l'étiquetage quant à la quantité de fibres que contient un produit mais n'impose pas l'application

---

<sup>121</sup> La réglementation de la construction au Canada est de juridiction provinciale. Le Code national du bâtiment ne constitue donc ni une loi, ni un règlement, mais plutôt des recommandations pour l'établissement par les autorités compétentes d'une réglementation « normalisée ». Le Québec, par exemple, a adopté un Code de construction (R.Q. c. B-1.1, r.0.01.01) dont le contenu technique se fonde essentiellement sur le Code national du bâtiment édition 1995, incorporant par renvoi certaines normes spécifiques ainsi que celles qui sont prévues par le Code national du bâtiment édition 1995 "ainsi qu'à toutes modifications ou éditions pouvant être publiées par l'organisme ayant élaboré ce code ou cette norme".

<sup>122</sup> Produits dangereux, Loi sur les ( L.R., 1985, ch. H-3 )

<sup>123</sup> Protection de l'environnement (1999), Loi canadienne sur la ( 1999, ch. 33 )

<sup>124</sup> Utilisation des processus d'élaboration de normes pour les règlements, in L'innovation au Canada, site du gouvernement du Canada. En ligne. <http://www.innovation.gc.ca/gol/innovation/site.nsf/fr/in04885.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>125</sup> Étiquetage des textiles, Loi sur l' ( L.R., 1985, ch. T-10 )



des normes établies en matière d'étiquetage portant sur l'entretien du produit, qui demeurent donc d'application largement volontaire<sup>126</sup>. De même, le gouvernement fédéral n'a pas cru nécessaire d'intégrer à la *Loi sur les produits dangereux* la norme sur les casques de vélo de la CSA. Les fabricants sont donc libres de mettre sur le marché des casques qui ne répondent pas à la norme nationale de sécurité (CAN/CSA D113.2-M89).

La place de plus en plus grande occupée par la normalisation a poussé le gouvernement canadien, dès 1970, à créer le Conseil canadien des normes afin d'assurer l'encadrement et le fonctionnement coordonné des activités de normalisation volontaire au pays. Le gouvernement a également mis à la disposition des fonctionnaires de la documentation sur l'élaboration de normes, sur l'évaluation de la conformité et sur la possibilité de se servir des normes comme instruments de politiques réglementaires.

Bien que le gouvernement fédéral encourage fortement l'utilisation de normes pour remplacer ou compléter la réglementation, il n'existe présentement au Canada aucune obligation pour les différents ministères et sociétés de la Couronne de recourir systématiquement aux normes pour remplacer ou compléter les règlements existants.

Aux États-Unis, les agences fédérales ont pour leur part l'obligation de considérer la normalisation volontaire et consensuelle comme moyen d'atteindre (partiellement ou totalement, selon le cas) leurs objectifs réglementaires<sup>127</sup>. Diverses lois américaines contraignent aussi les agences gouvernementales à intégrer certaines normes, lorsqu'elles sont applicables aux objectifs réglementaires, notamment en ce qui a trait à la santé et à la sécurité des consommateurs<sup>128</sup>.

Conformément à la *Nouvelle Approche à l'égard de l'harmonisation technique* de 1985 plusieurs pays membres de l'Union Européenne ont élaboré des critères d'évaluation de l'utilisation des normes en conformité avec les politiques réglementaires. Ce cadre de normalisation amène donc certains secteurs industriels identifiés par les autorités législatives à se conformer aux objectifs réglementaires préconisés par l'UE.

Il est pertinent de se demander, à la lumière des faits constatés à l'étranger, si le Canada devrait accroître l'utilisation systématique de normes à l'intérieur de son régime réglementaire. Est-ce que, par exemple, il serait à l'avantage des consommateurs que les politiques réglementaires actuelles du gouvernement fédéral puissent inclure, à l'instar de celles des États-Unis, des exigences qui contraindraient les autorités réglementaires du pays à considérer les normes volontaires et consensuelles comme moyen alternatif d'atteindre des objectifs réglementaires? Serait-il souhaitable d'exiger la présentation obligatoire de rapports quant à la

---

<sup>126</sup> L'étiquetage d'entretien, que ce soit par des symboles ou des explications, n'est pas obligatoire. Le *Programme canadien d'étiquetage d'entretien* (norme nationale du Canada CAN1CGSB-86.1-2003) est un système de symboles indiquant la méthode de lavage ou nettoyage la plus appropriée. Le Bureau de la concurrence laisse les entreprises décider si elles veulent ou non adopter cette nouvelle norme, et à quel moment. Cette norme s'harmonise avec les symboles d'entretien de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et les symboles de la norme de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) qui sont en cours d'achèvement.

<sup>127</sup> Office of Management and Budget (OMB) Circular A-119, Federal Participation in the Development and Use of Voluntary Consensus Standards and in Conformity Assessment Activities and National Technology Transfer and Advancement Act (NTTAA) 1995 (Public Law (P.L.) 104-113).

<sup>128</sup> Consumer Product Safety Act of 1972 and Occupational Safety and Health Act of 1970 (the OSH Act) (sections 6(a) and 6(b)(8)).

faisabilité d'utiliser une norme comme substitut ou complément à un règlement? Il paraîtrait nécessaire de clairement identifier les conditions qui favoriseraient l'utilisation de normes volontaires et consensuelles dans la poursuite d'objectifs réglementaires. Ces conditions pourraient même être incluses au *cadre d'évaluation pour les codes volontaires* du Bureau de la consommation d'Industrie Canada. Elles devraient également souligner l'importance de la participation des consommateurs aux processus d'élaboration de normes, voir même, en faire une exigence stricte en mettant en place un cadre de travail transparent et équilibré au plan de la représentation des intérêts.

L'application systématique de la normalisation à certains domaines gouvernementaux spécifiques pourrait être souhaitable dans le cadre de l'implantation de nouvelles politiques réglementaires au Canada. Par exemple, dans le cadre de son renouveau législatif en matière de protection de la santé, Santé Canada songe à encadrer une utilisation étendue des normes à l'intérieur de la *Loi canadienne sur la santé*. Encore, une utilisation systématique des normes comme substituts ou compléments aux règlements offrirait de nouvelles opportunités de promotion du développement durable et du commerce équitable. Enfin, le Comité consultatif externe sur la réglementation intelligente (CCERI), mis sur pied par le gouvernement fédéral canadien en mai 2003, propose que la normalisation joue un plus grand rôle au sein de certains secteurs industriels. Un plan d'action a d'ailleurs été récemment remis au Premier ministre à ce sujet et offre un recours accru à la normalisation dans l'élaboration et la mise en application de la réglementation<sup>129</sup>, suivant les recommandations de l'Association canadienne de normalisation (CSA). Ces nouvelles approches qui s'appuient sur la normalisation comme substitut à la réglementation posent toutefois aux autorités le défi d'une meilleure représentation des consommateurs, condition essentielle à leur légitimité.

L'harmonisation des normes à l'échelle internationale complique évidemment les liens qui doivent s'établir entre la normalisation et la réglementation. Afin de respecter les nombreux accords commerciaux internationaux et pour répondre aux nombreux impératifs du marché global, les autorités réglementaires doivent de plus en plus se référer aux normes internationales, comme en témoignent d'ailleurs les règlements proposés par Santé Canada sur les instruments médicaux, qui sont conformes aux normes de l'ISO portant sur le sujet.

Si elles doivent être intégrées à une législation nationale, il importe donc que les normes veillent à ne pas empiéter sur les choix économiques, politiques ou sociaux, de ces pays. L'exigence du consensus établi par toutes les parties intéressées devrait justement veiller à assurer que ces préoccupations soient prises en compte au moment de l'élaboration et de l'acceptation d'une norme. Or, la seule garantie réside dans la représentation équilibrée, en nombre et en ressources, de toutes les parties intéressées. Il devient donc impératif de s'assurer d'une participation adéquate des consommateurs aux processus de normalisation, tant à l'échelle nationale qu'à l'échelle internationale, alors que la santé, la sécurité et la qualité de vie de la société canadienne sont en jeu.

On pourrait certes argumenter que l'adoption par les industries concernées de normes reconnues, établies de façon consensuelle par toutes les parties intéressées en tenant compte de la santé et de la sécurité des utilisateurs finaux, ne devrait en aucun cas être laissée à la

---

<sup>129</sup> Comité consultatif externe sur la réglementation intelligente. *La réglementation intelligente, une stratégie réglementaire pour le Canada*, gouvernement du Canada, septembre 2004, site du Bureau du conseil privé. En ligne. [http://www.pco-bcp.gc.ca/smartreg-reqint/fr/08/rpt\\_fnl.pdf](http://www.pco-bcp.gc.ca/smartreg-reqint/fr/08/rpt_fnl.pdf) (page consultée en janvier 2006)

discrétion de ces industries. Il semblerait logique que, une fois établie une meilleure pratique de conception, de construction, de transformation, etc, les gouvernements puissent imposer aux industries l'adoption de ces normes et s'assurer de leur respect et intervenir en cas de non respect. Mais ici encore, toute insistance à imposer légalement l'adoption et le respect de certaines normes va de pair avec la certitude que les normes en question soient élaborées par des comités au sein desquels la représentation, incluant celle des consommateurs, soit parfaitement équilibrée.

L'adoption des lois et des règlements, dans une société démocratique, revient aux élus, qui ont pour mandat de veiller au bien-être des citoyens, à leur santé, à leur sécurité, à leur qualité de vie, tout en maintenant une économie forte et un marché concurrentiel. C'est aux élus qu'il revient de répondre des encadrements, c'est-à-dire des normes, qui seront approuvées et imposées dans leurs pays respectifs. C'est la raison pour laquelle il serait inacceptable, dans une société démocratique, que des normes puissent, par voie législative, réglementaire ou autrement, être imposées à une société sans que ces normes aient été élaborées et évaluées par un comité au sein duquel se retrouvent, de manière équilibrée, tous les représentants de la société sur lesquels telle norme peut avoir quelque influence. S'il s'agit là d'une nécessité pratique et stratégique; il s'agit aussi d'une incontournable exigence démocratique.

## **VI. LES NOUVEAUX ENJEUX DE LA NORMALISATION**

Le monde se transforme, évolue, se renouvelle et la normalisation évolue au même rythme. C'est ainsi que de nouvelles tendances et de nouveaux secteurs, tels les services ou la protection de l'environnement, font leur apparition dans les milieux de la normalisation nationale et internationale, ce qui engendre d'intéressantes perspectives de développement de normes à l'intérieur d'un large éventail de domaines.

Ces nouveaux enjeux ne peuvent qu'interpeller les associations de consommateurs à participer davantage aux processus de normalisation. Les intérêts des consommateurs doivent être soulevés et défendus face aux problèmes qu'impose une consommation moderne, efficiente, responsable, sociale et transnationale.

Le sondage réalisé dans le cadre du présent projet auprès des associations de consommateurs du Canada indique d'ailleurs que, malgré leur connaissance relativement faible des processus de normalisation (67% d'entre elles avouent avoir une connaissance générale plutôt faible de ces processus), ces associations montrent un intérêt certain pour la question (52% disent avoir un intérêt moyen et 29 %, un intérêt plutôt élevé, contre seulement 14% qui avouent un intérêt plutôt faible). Elles sont aussi unanimes à juger important que les consommateurs participent aux travaux de normalisation et considèrent généralement que cette participation devrait se réaliser par l'entremise des associations de consommateurs.<sup>130</sup>

Voici quatre nouveaux enjeux entourant la normalisation qui sont susceptibles d'interpeller les associations de consommateurs.

### **VI.a) Responsabilité sociale des entreprises**

L'éthique, la conformité aux instruments juridiques, le respect des droits des travailleurs, la justesse des publicités et la protection de l'environnement : telles sont certaines des valeurs que doivent intégrer les entreprises à leurs pratiques et à leur processus de prise de décision avant de pouvoir être considérées comme étant socialement responsables.

La responsabilité sociale des entreprises est appelée à passer de plus en plus sous la loupe de la normalisation au cours des années à venir et ce, principalement du fait que le public et les consommateurs exigent l'inclusion d'une dimension sociale à l'environnement financier des entreprises.

Les associations de consommateurs doivent s'impliquer dans ce paysage où des entreprises affichent sur leurs emballages des informations trompeuses, où des firmes vident les caisses de retraite de leurs employés, où des multinationales font travailler des enfants dans des pays pauvres, où des géants de la vente au détail refusent aux travailleurs le droit de se syndiquer, où des entreprises forestières pratiquent des coupes à blanc sans reboiser, etc. Comme on peut le constater, les domaines d'intervention ne manquent pas et le besoin d'une plus grande participation des consommateurs se fait criant en vue d'une recherche d'équilibre entre la recherche de profit des entreprises et les responsabilités que leurs activités peuvent entraîner.

---

<sup>130</sup> Sondage web réalisé auprès des associations de consommateurs du Canada dans le cadre du présent projet par l'Union des consommateurs. Les résultats détaillés sont joints en annexe

Un groupe de travail mis sur pied par l'ISO en 2004 (ISO Working Group on Social Responsibility – WGSR) se penche actuellement sur l'élaboration de normes relatives à la responsabilité sociale des entreprises. Cette nouvelle norme, ISO 26000, devrait définir des lignes directrices pratiques et flexibles en matière d'intégrité sociale quant aux relations générales qu'entretiennent les entreprises avec leurs clients, le public, leurs employés, leurs actionnaires, les autorités gouvernementales et leurs concurrents, sans toutefois établir de critères de performance. La norme ISO ne serait toutefois pas une norme de certification; elle n'inclurait aucune exigence envers les entreprises et son application serait laissée à la discrétion des entreprises, afin de ne pas, selon l'ISO, restreindre leur créativité et leur développement.

«There is a range of many different opinions as to the right approach ranging from strict legislation at one end to complete freedom at the other. We are looking for a golden middle way that promotes respect and responsibility based on known reference documents without stifling creativity and development.»<sup>131</sup>

Le comité de travail qui supervise l'élaboration de ces nouvelles normes sur la responsabilité sociale des entreprises est le fruit d'une toute nouvelle approche que l'ISO a mise en branle afin de favoriser une plus grande participation des consommateurs aux activités de normalisation internationale. En effet, cette approche novatrice fait en sorte que les délégations nationales attirées au comité de travail peuvent être composées de six représentants provenant des six grands groupes d'intérêts que sont l'industrie, les syndicats, les consommateurs, les gouvernements, les ONG et les OEN nationaux. L'ISO invite également les organismes internationaux représentant un de ces grands groupes à participer pleinement aux travaux du comité en permettant à un ou deux de leurs représentants d'y siéger<sup>132</sup>. L'ISO a décidé que ce comité de travail devrait être co-présider par un pays industrialisé et un pays en voie de développement, tous deux membres de l'ISO, afin d'assurer un meilleur partage des ressources techniques et financières entre délégations et pour s'assurer que les intérêts des plus pauvres, comme des plus riches, soient pris en compte. Le secrétariat du comité de travail sur les normes ISO 26000 est donc sous la responsabilité conjointe du Brazilian Standards Institute (ABNT) et du Swedish Standards Institute (SIS), présidé par Jorge E. R. Cajazeira de la Suzano Papel e Celulose et co-présidé par Catarina Munck de chez Volvo. La norme ISO 26000 devraient entrer en vigueur en 2008.

«To facilitate the participation of experts from stakeholder categories with limited resources, such as developing countries, non-governmental organizations, consumers and others, a specific task group (TG 1) has been created within the working group to deal specifically with stakeholder»<sup>133</sup>

---

<sup>131</sup> Social Responsibility, site de l'ISO. En ligne. <http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/home.html?nodeid=4451259&vernum=0> (page consultée en janvier 2006)

<sup>132</sup> Consumers International, par exemple, a été invitée à participer. Les organismes internationaux qui n'ont pas été préalablement identifiés par l'ISO peuvent souligner à cette dernière qu'ils désirent participer aux travaux du comité. Un conseil de l'ISO chargé de cette question analysera leurs demandes et leur communiquera les décisions.

<sup>133</sup> Organization, in Social Responsibility, site de l'ISO, En ligne. [http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/04\\_organization/org\\_str.html](http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/04_organization/org_str.html) (page consultée en janvier 2006)

Le TG 1 (Funding and stakeholder engagement) a lancé une invitation à une rencontre de Donateurs pour la participation à la normalisation de la responsabilité sociale, tenue à Genève le 24 novembre 2005. Cette rencontre visait à discuter des priorités et coordonner l'utilisation des ressources, en vue d'établir des mécanismes durables pour la participation des experts et autres parties intéressées aux ressources limitées à la normalisation internationale de la responsabilité sociale<sup>134</sup>.

Quoique les représentants des donateurs potentiels aient accueilli favorablement le Cadre stratégique<sup>135</sup> présenté par le co-président de TG 1, le Dr. Sarmiento, ils ont quand même insisté sur le fait qu'il devrait revenir à chaque donateur de déterminer comment leur soutien devrait être opérationnalisé<sup>136</sup>. Les participants ont aussi estimé que le document devrait servir de guide et de justificatif aux experts qui cherchent à trouver du financement au niveau national pour leur propre participation au processus.<sup>137</sup>

L'ISO semble donc déployer de grands moyens pour tenter de permettre aux divers groupes d'intérêts aux ressources limitées de participer de manière efficace et équitable à l'élaboration et la mise en œuvre des nouvelles normes sur la responsabilité sociale des entreprises. Toutefois, malgré la bonne volonté de l'ISO, des problèmes de coopération risquent quand même de se présenter entre l'industrie et les associations de consommateurs. La responsabilité sociale des entreprises reste un sujet délicat et controversé. Les entreprises peuvent hésiter à investir temps, expertise et argent dans un tel projet, les avantages et les bénéfices directs qu'ils pourraient en tirer étant pour l'heure plutôt flous et mal identifiés. Il revient donc aux associations de consommateurs de redoubler d'effort pour présenter aux entreprises et aux industries des arguments crédibles et des faits incontournables qui inciteront ces dernières à comprendre qu'elles ont intérêt à être plus responsables socialement, qu'il existe des gains immédiats à investir dans cette voie d'avenir et que la participation des consommateurs au processus de normalisation de la responsabilité sociale aux côtés des autres groupes d'intérêt représente pour eux une garantie des gains stratégiques auprès du public qui justifierait leur investissement.

#### **VI.b) Développement durable**

Un développement économique, social et environnemental qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de satisfaire les leurs: telle est la définition apportée par la Commission mondiale de l'environnement et du développement (la

---

<sup>134</sup> Voir la lettre d'invitation du TG 1, site de l'ISO. En ligne. [http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/3959804/3959805/N3\\_-\\_Invitation\\_letter\\_to\\_Donors.pdf?nodeid=4742585&vernum=0](http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/3959804/3959805/N3_-_Invitation_letter_to_Donors.pdf?nodeid=4742585&vernum=0) (page consultée en janvier 2006)

<sup>135</sup> Basé sur le document "Justification of the need to increase participation by under funded stakeholder categories in ISO/SR" (2005-10-12, rev.2)

<sup>136</sup> Voir le compte rendu de la rencontre du 24 novembre 2005, à laquelle le Canada était représenté par le Canadian International Development Agency (CIDA), site de l'ISO. En ligne. [http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/3959804/3959806/N6\\_-\\_Minutes\\_of\\_the\\_Donnors\\_Meeting\\_-\\_24\\_November\\_2005\\_-\\_Geneva\\_-\\_Switzerland.pdf?nodeid=4783436&vernum=0](http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/3959804/3959806/N6_-_Minutes_of_the_Donnors_Meeting_-_24_November_2005_-_Geneva_-_Switzerland.pdf?nodeid=4783436&vernum=0) (page consultée en janvier 2006)

<sup>137</sup> Voir TG 1, Status Report no.2, July-December 2005, annexe 11, site de l'ISO. En ligne. [http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/3959804/3959807/TG1-N04-TG\\_1\\_Status\\_Report\\_Ver\\_2\\_July-December\\_2005.pdf?nodeid=4962371&vernum=0](http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/3959804/3959807/TG1-N04-TG_1_Status_Report_Ver_2_July-December_2005.pdf?nodeid=4962371&vernum=0) (page consultée en janvier 2006)

Commission Brundtland) du développement durable<sup>138</sup>. C'est-à-dire un développement fondé sur une utilisation efficiente et soucieuse de l'environnement de toutes les ressources limitées de la société - naturelles, humaines et économiques.

Parmi les objectifs du développement durable, on retrouve:

- La promotion de l'équité
- L'amélioration de la qualité de vie et du bien-être des citoyens
- La durabilité des ressources naturelles
- La durabilité des emplois, des collectivités, des industries
- Le respect des obligations internationales

La participation des consommateurs aux différents comités et groupes de travail sur la normalisation semble indispensable à l'atteinte des objectifs du développement durable, puisqu'il devrait leur revenir de dicter les grandes lignes de ce concept. En effet, les consommateurs actuels et leurs descendants seront directement affectés par les décisions d'investissement et de production des entreprises qui ont pour finalité première de générer des profits, à court terme et à long terme. Ils doivent donc s'impliquer dans l'élaboration de normes éclairées sur la manière d'assurer la viabilité économique, l'équilibre social et une exploitation environnementalement saine.

L'aspect environnemental du développement durable semble être celui qui est le plus fréquemment étudié par les OEN nationaux et internationaux, notamment par l'ISO, comme en témoignent les normes sur l'étiquetage environnemental (ISO 14024:1999 — Marquage et déclarations environnementaux — Étiquetage environnemental de type I — Principes et méthodes) et les déclarations écologiques (ISO 14020: 2000 — Étiquettes et déclarations environnementales — Principes généraux **et ISO 14021:1999** — Marquage et déclarations environnementales — Autodéclarations environnementales (Étiquetage de type II)). Les associations de consommateurs insistent déjà pour que soient inclus dans les préoccupations concernant le développement durable les organismes génétiquement modifiés (OGM) et l'agriculture biologique, afin que des normes soient élaborées le plus rapidement possible pour faire face à ces préoccupations.

#### **VI.c) Gestion des plaintes et résolution de conflits**

Le client, c'est connu, a toujours raison. Les choix qu'il fait dans l'exercice de son pouvoir de dépenser peuvent se traduire par la survie ou la mort à court ou long terme des entreprises. Le développement du commerce électronique, la globalisation des marchés et la normalisation des produits et des services renforcent encore ce pouvoir du consommateur en multipliant ses choix.

---

<sup>138</sup> Créée en 1983 par l'Assemblée générale des Nations Unies, la Commission mondiale de l'environnement et du développement a déposé en 1987 son rapport « Notre avenir à tous ». Au Canada, la notion de développement durable a été intégrée dans la législation fédérale et dans des modifications apportées à la Loi sur le vérificateur général en 1995, qui ont créé le bureau du Commissaire à l'environnement et au développement durable. Les ministères sont donc tenus d'établir des stratégies de développement durable et de les déposer au Parlement. (voir : «Qu'est-ce que le développement durable?» site du Système d'information sur le développement durable (Sdinfo) du gouvernement du Canada. En ligne. [http://www.sdinfo.gc.ca/what\\_is\\_sd/index\\_f.cfm](http://www.sdinfo.gc.ca/what_is_sd/index_f.cfm) (page consultée en janvier 2006) et, pour les stratégies des ministères, site du Système d'information sur le développement durable (Sdinfo) du gouvernement du Canada. En ligne [http://www.sdinfo.gc.ca/federal\\_sd\\_resources/strategies\\_f.cfm](http://www.sdinfo.gc.ca/federal_sd_resources/strategies_f.cfm) (page consultée en janvier 2006)

Les compagnies se doivent donc d'être au service et à l'écoute des consommateurs, particulièrement lorsqu'une situation conflictuelle se présente ou que des plaintes sont déposées. Il n'est pas étonnant, dans ce contexte, que la gestion des plaintes et la résolution de conflits fassent l'objet d'un désir accru de normalisation.

Afin d'éviter que les nouvelles normes qui sont ou seront élaborées en cette matière (la série ISO 10000) ne visent à répondre qu'aux impératifs du marché, il est essentiel que les consommateurs participent activement aux processus d'élaboration de ces normes et qu'ils y fassent valoir leurs préoccupations et reconnaissent leurs droits. Soulignons que le comité technique chargé d'échanger et d'élaborer sur cette nouvelle série de normes<sup>139</sup> portant sur la satisfaction de la clientèle semble relativement bien équilibré, un certain nombre de représentants de consommateurs y siégeant.

#### **VI.d) La normalisation internationale**

Les systèmes nationaux de normalisation sont, de plus en plus, tributaires des systèmes internationaux d'élaboration de normes: mondialisation oblige, les travaux de normalisation à l'échelle internationale prennent de plus en plus d'importance, déplaçant ainsi les centres de décision des nombreux organismes nationaux d'élaboration de normes vers l'ISO, la CEI et autres organismes internationaux.

Comme le mentionne l'ANEC:

Les organismes nationaux et internationaux de normalisation soulignent généralement que les représentants (des consommateurs) peuvent assister aux réunions de normalisation de l'ISO et de la CEI en tant que membres de délégations nationales. Mais ils sont dès lors contraints de se conformer au consensus national. En outre, au plan international, les délégations nationales ne comptent que peu de représentants provenant d'associations de consommateurs. De nombreux pays envoient des membres d'organismes publics et d'organismes de normalisation qui affirment représenter les consommateurs, mais ils ne sont pas indépendants.<sup>140</sup>

Fondé en 1960 par un groupe d'associations nationales et régionales de consommateurs, Consumers International - CI (Auparavant International Organization of Consumer Unions - IOCU) est un organisme non gouvernemental et indépendant qui appuie, informe, défend et représente plus de 250 associations de consommateurs réparties à travers 115 pays. Véritable voix des consommateurs à l'échelle internationale, CI a pour mission de défendre leurs droits et intérêts, notamment en matière d'élaboration des normes internationales sur les produits et services. CI participe donc à certains comités techniques de l'ISO et de la CEI. D'importants obstacles se dressent toutefois à une pleine participation, obstacles qui limitent considérablement le rôle que CI pourrait assumer sur la scène de la normalisation internationale. Tout d'abord, en vertu des règles de participation élaborées conjointement par l'ISO et la CEI, l'organisme ne peut déléguer à ces comités techniques que des observateurs<sup>141</sup>.

---

<sup>139</sup> ISO10001 : codes de conduite, ISO10002 : gestion des plaintes, ISO10003 : méthodes de résolution de conflits.

<sup>140</sup> Les nouveaux défis, 3. La normalisation internationale, site de l'ANEC. En ligne. <http://www.anec.org/anec.asp?rd=57951&ref=01-01.01-01&lang=fr> (page consultée en janvier 2006)

<sup>141</sup> Voir : COPOLCO, Consumer priorities in international standardization work - Priority programme : Handbook, Annex 5 to COPOLCO 12/2005, avril 2005 (Geneva : ISO), p. 11.



Ensuite, comme le mentionnait un rapport publié en 2004 par la direction générale «Santé et protection des consommateurs» de la Commission européenne portant sur la participation des consommateurs aux activités de normalisation<sup>142</sup>, CI ne dispose que de maigres ressources financières et humaines pour pleinement prendre part aux activités d'élaboration et de certification des normes internationales.

Enfin, comme le souligne Bruce J. Farquhar dans son rapport Revised report of background research on ISO and IEC "Decision-making in the Global Market"<sup>143</sup> préparé pour CI, l'influence qu'exerce CI auprès de l'ISO et de la CEI diminue de plus en plus à cause de la participation croissante et directe de l'ANEC aux différents comités techniques de ces deux organisations<sup>144</sup>. Bien que cette participation accrue de l'ANEC en marge de CI puisse être considérée, à première vue, comme une bonne nouvelle pour les consommateurs en général, il pourrait, en fait, en être tout autrement: l'ANEC, membre affilié de CI, étant le "porte parole des consommateurs européens dans la normalisation", qui représentera alors les intérêts des consommateurs non européens, ceux des pays en voie de développement ou du Canada?

Il importe que CI conserve un rôle de premier plan sur la scène de la normalisation internationale, afin d'éviter que les droits des consommateurs non européens ne soient encore davantage marginalisés au sein des OEN internationaux. CI doit pouvoir continuer à compter sur l'expertise et la crédibilité de son membre le plus important, comme sur celles des associations nationales et régionales de consommateurs afin d'assurer une représentation qui dépasse les frontières.

Il est impératif pour les associations de consommateurs de développer les canaux de communication et de participation efficaces qui leur permettront de s'impliquer davantage au plan de la normalisation internationale. Consumers International pourrait présenter la crédibilité, la notoriété et la légitimité nécessaires pour assurer que les droits et les intérêts des associations de consommateurs en matière de normes soient pris en considération par les OEN internationaux. Il reste à ces organismes à lui consentir une pleine participation et à lui garantir un soutien adéquat en ce qui a trait à l'expertise technique et au financement.

---

<sup>142</sup> Voir : European Commission, Health & Consumer Protection Directorate-General, Questionnaire on consumer representation in standardisation activities at national, European and international level : Evaluation Report, 2004 (European Commission : Brussel, Belgium), p. 3.

<sup>143</sup> Farquhar, Bruce J. - Revised report of background research on ISO and IEC "Decision-making in the Global Market. En ligne. [http://consint.live.poptech.coop/shared\\_asp\\_files/uploadedfiles/D90670B6-FAC1-4589-A3AE-9132F9756229\\_Paper4ISOFarquhar.doc](http://consint.live.poptech.coop/shared_asp_files/uploadedfiles/D90670B6-FAC1-4589-A3AE-9132F9756229_Paper4ISOFarquhar.doc) (page consultée en janvier 2006)

<sup>144</sup> « Nos experts participent directement aux travaux de plus de 60 Comités techniques et Nouveaux Délivrables des organismes européens de normalisation. Nous sommes membres à part entière de l'ETSI, associés du CEN et observateurs au CENELEC » Qui sommes-nous?, site de l'ANEC. En ligne. <http://www.anec.org/anec.asp?rd=53342&ref=01-01&lang=fr> (page consultée en janvier 2006)

## VII. POUR UNE PLUS GRANDE PARTICIPATION DES CONSOMMATEURS

Les normes se composent de spécifications techniques ou d'autres critères précis auxquels un produit, un service ou une procédure devrait se conformer. Idéalement, elles devraient permettre aux consommateurs de retrouver sur le marché des produits, des services et des procédés efficaces, de qualité, sûrs, fiables, compatibles les uns avec les autres, qui respectent l'environnement, la santé publique et d'autres enjeux sociaux actuels, tels que les droits des travailleurs, le développement durable et le commerce équitable.

Pour être dignes de confiance, les normes doivent posséder certains attributs :

- leur élaboration doit être encadrée par un organisme reconnu ;
- le processus d'élaboration doit permettre l'intervention de toutes les parties intéressées ;
- les normes ainsi formulées doivent être documentées et diffusées publiquement ;
- on prévoit habituellement une méthode de contrôle et de vérification du respect des normes par les organismes<sup>145</sup>.

La participation des consommateurs à toutes les étapes du processus d'élaboration de normes est essentielle à la crédibilité du système de normalisation. Comme le souligne l'ANEC: «La représentation des consommateurs est le contrepoids aux intérêts industriels qui dominent le processus de normalisation. À défaut de contrôle démocratique des résultats du processus de normalisation, les consommateurs et d'autres groupes d'intérêt doivent pouvoir représenter leurs propres intérêts dans ce processus. »<sup>146</sup> La légitimité du processus de normalisation repose donc en grande partie sur le consentement des consommateurs, qui ne saurait être obtenu que si leurs intérêts sont dûment représentés au moment de l'élaboration des normes.

Le Conseil canadien des normes (CCN) reconnaît d'ailleurs à sa juste mesure l'importance de la participation des consommateurs dans le processus de normalisation. Le CCN admet aussi que cette participation est jusqu'à maintenant insuffisante et inadéquate, la Stratégie canadienne de normalisation (SCN) reconnaissant qu'il est prioritaire d'améliorer cette participation des consommateurs aux travaux des divers organismes nationaux et internationaux de normalisation.

Depuis plusieurs années, de nombreux groupes d'intérêts publics ont manifesté leur mécontentement face à la sous-représentation des consommateurs au sein des processus de normalisation<sup>147</sup>. Critiquant ouvertement le manque de transparence et de reconnaissance dont

---

<sup>145</sup> Bureau de la consommation. 2000. La participation aux systèmes des normes. Un guide à l'intention des représentants des consommateurs. p. 6. En ligne. <http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inoca-bc.nsf/fr/ca01579f.html> (page consultée en janvier 2006)

<sup>146</sup> Pourquoi la représentation des consommateurs dans la normalisation est-elle importante? site de l'ANEC. En ligne. <http://www.anec.org/anec.asp?rd=9495&ref=01-01.06-01&lang=fr&ID=87> (page consultée en janvier 2006)

<sup>147</sup> On se référera, par exemple, à Farquhar, Bruce : Decision Making in the Global Market: Trade, Standards and the Consumer 2005, au rapport CI-ROLAC et au questionnaire de la Commission Européenne qui concluait que la normalisation internationale demeurait encore hors de portée des représentants des consommateurs : Questionnaire On Consumer Representation In Standardisation Activities At National, European And International Level Evaluation Report European Commission. La stratégie Iso 2005-2010 reconnaît aussi le besoin d'améliorer la participation des intéressés et

font preuve les divers organismes d'élaboration de normes à leur égard, ces groupes ont identifié plusieurs obstacles qui les empêchent de participer pleinement aux processus de normalisation et de défendre adéquatement les intérêts des consommateurs. Ces entraves minimisent l'influence des représentants des consommateurs en matière de normalisation et les contraignent à se contenter d'un rôle d'observateur passif plutôt que d'un rôle de participant actif.

## **VII.I Obstacles à une plus grande participation des consommateurs**

---

Suite à l'analyse des processus de normalisation et des cadres de participation des consommateurs au Canada, en Europe, aux États-Unis et à l'échelle internationale que nous avons effectuée aux sections précédentes, et suite à la lecture de divers rapports de recherche canadiens et étrangers se penchant, entre autres, sur les difficultés que rencontrent les représentants de consommateurs à faire valoir leurs points de vue au sein des organismes d'élaboration de normes<sup>148</sup>, nous avons identifié six grandes catégories d'obstacles à une plus grande participation des consommateurs aux activités de normalisation.

### **VII.I.a) Financement**

Le manque chronique de ressources, notamment de ressources financières, dont disposent les associations de consommateurs constitue le principal obstacle à une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation.

Heureusement, la plupart des OEN offrent un certain soutien financier aux représentants de consommateurs pour leur participation aux différentes activités de normalisation. En règle générale, certaines dépenses clés liées à la participation (transport, hébergement, repas) sont couvertes, chaque organisme disposant de sa propre politique de contribution.

Le temps que consacrent les représentants de consommateurs aux activités de normalisation des OEN ne fait généralement, pour sa part, l'objet d'aucun soutien financier. Toutefois, quelques OEN offrent aux participants un «per diem» qui peut varier de quelques dizaines à une centaine de dollars. Le temps passé à la préparation de cette participation, qui peut être considérable, est toutefois laissé à la charge des associations de consommateurs.

Certains OEN remboursent les frais de consultation des représentants de consommateurs qui font appel aux services d'experts techniques ou de spécialistes des normes pour maximiser leur participation aux comités techniques ou pour avoir une meilleure compréhension des processus de normalisation. Certains OEN couvriront aussi les dépenses des représentants en matière de services de courrier, d'achats de livres et de documents consultatifs, d'appels téléphoniques interurbains, de fournitures de bureau, etc. Il faut tout de même avouer que les contributions de cette portée constituent l'exception plutôt que la règle.

---

principalement d'identifier des sources de financement pour les parties sous représentées, soit les consommateurs. Les efforts entrepris dans le cadre des travaux portant sur la responsabilité sociale en vue d'assurer une participation mieux équilibrée, notamment la mise sur pied du Task Group 1 - Funding and stakeholder engagement, sont en ce sens éloquentes. Site de l'ISO. En ligne. <http://isotc.iso.org/livelink/livelink?func=ll&objId=3959804&objAction=browse&sort=name> (page visitée en janvier 2006)

<sup>148</sup> Voir notamment les travaux de Bruce J. Farquhar mentionnés dans la médiagraphie.

Le soutien financier offert aux représentants de consommateurs n'est guère plus développé de la part des gouvernements. Au Canada, les fonds alloués aux associations de consommateurs sont souvent rattachés à la réalisation d'un projet spécifique. La rareté des ressources récurrentes dédiées au fonctionnement de base de ces associations compromet leur capacité de poursuivre un engagement durable à l'égard des processus de normalisation. De plus, les gouvernements opposent aux représentants des consommateurs qui sollicitent un apport financier complémentaire qui leur permettrait une participation adéquate aux processus de normalisation l'existence de programmes de remboursements de frais par les OEN.

Il serait probablement présomptueux de croire que les représentants des consommateurs pourront trouver directement auprès des entreprises de quoi financer leur participation aux processus de normalisation, attendu que cette participation risque fort d'entraîner pour les entreprises des contraintes supplémentaires. L'obtention d'un financement adéquat de la part des OEN et des gouvernements est donc absolument nécessaire à la pleine participation des consommateurs à chacune des étapes des processus de normalisation, voire indispensable à la survie de l'implication des associations de consommateurs dans les activités de normalisation.

#### **VII.1.b) Expertise, formation et connaissances techniques**

De sérieuses lacunes quant à l'expertise, à la formation et aux connaissances techniques des représentants des consommateurs ont été identifiées, qui posent un frein à une participation éclairée aux processus de normalisation.

Il est rare que les représentants disposent eux-mêmes des connaissances techniques requises pour défendre adéquatement les intérêts des consommateurs lors du déroulement des processus éminemment techniques d'élaboration de normes. En effet, les représentants qui participent aux comités techniques ne peuvent généralement que fournir des lignes directrices, des critères, que devraient prendre en considération les fabricants et les industriels pour répondre aux besoins des consommateurs. Ce manque d'expertise peut amener les représentants des consommateurs à accepter des compromis quant aux exigences des consommateurs, trop souvent jugées techniquement «irréalistes» par les entreprises, alors qu'une expertise suffisante aurait éventuellement pu permettre de contrer ces objections ou d'offrir d'autres solutions.

Alors que les OEN mettent à leur disposition des outils de formation sur le processus lui-même et sur les techniques de représentation<sup>149</sup>, les associations de consommateurs qui participent aux différents travaux de normalisation doivent, pour faire un travail de représentation adéquat, avoir à leur disposition des recherches techniques et des résultats de tests objectifs et indépendants. Ces associations disposent, au Canada, de quelques sources qui leur permettent d'obtenir ces informations techniques dans certains domaines. Hydro-Québec et Ontario Hydro peuvent leur fournir des tests indépendants et objectifs en matière d'énergie. De même, quelques sociétés publiques et parapubliques peuvent dans certains domaines offrir ces services d'expertise. Tous les domaines qui sont touchés par la normalisation n'offrent malheureusement pas aux représentants des consommateurs un tel accès aux expertises. Les

---

<sup>149</sup> À titre d'exemple, citons madame Bank, de la CSA, qui, dans sa lettre du 13 septembre 2005, précisait ce qui suit: "CSA's Member Education activities for Consumer Representatives are designed to provide consumer representatives with process training – an understanding of CSA's standards development process plus training on consumer representative skills, such as: negotiation, consumer research, communication skills, etc. The overall objective is to assist consumer representatives in their role as committee members and consumer representatives."

représentants des consommateurs doivent trop souvent se rabattre sur des informations techniques en provenance des États-Unis, qui exigent bien souvent des adaptations aux réalités canadiennes que les associations ne sont pas toujours en mesure de réaliser, voire, pour les associations québécoises, des frais de traduction.

#### **VII.I.c) Représentation équilibrée**

La gestion d'une représentation équilibrée dans le cadre du processus de normalisation s'avère problématique pour de nombreux organismes d'élaboration de normes (OEN), résultant en une plus faible participation des consommateurs aux travaux de normalisation.

On pourrait d'abord s'interroger sur la perception de la place qui devrait revenir aux consommateurs dans une représentation équilibrée. Plusieurs OEN semblent en effet considérer que les consommateurs ne représenteront un groupe d'intérêt que dans les cas où le produit qui fait l'objet de la normalisation est susceptible de lui être offert, pour un usage personnel et direct, sur les rayons d'un magasin de détail<sup>150</sup>. Si certaines normes visent des spécificités techniques qui jamais n'auront quelque influence que ce soit sur le consommateur, on peut comprendre que la participation des consommateurs à l'élaboration de ces normes soit jugée moins pertinente. On peut tout de même se demander à qui il reviendra de juger de la pertinence de leur éventuelle contribution si les consommateurs sont absents des instances à qui il reviendrait de prendre telle décision?

Outre ces considérations, et pour un ensemble de raisons dont la moindre n'est pas le manque de ressources, le respect scrupuleux du principe de représentation équilibrée peut poser problème au sein des comités techniques et groupes de travail de différents OEN. À plusieurs occasions, les intérêts des consommateurs peuvent se trouver sous-représentés à l'intérieur de ces comités et de ces groupes, dans lesquels nous retrouverons par conséquent un plus grand nombre de membres votants provenant de l'industrie, du milieu des affaires et d'agences gouvernementales. Ce problème d'équilibre dans la représentation aura malheureusement pour effet de limiter considérablement l'influence des représentants de consommateurs au cœur du processus de normalisation et minimiser les bienfaits du principe de consensus qui est l'une des forces du système de normalisation canadien.

#### **VII.I.d) Représentation des consommateurs**

Si, d'une part, l'accès aux comités et groupes de travail des différentes OEN est limité pour les associations de consommateurs, les règles qui, d'autre part, encadrent le choix des mécanismes de sélection par les OEN des membres qui représenteront les consommateurs dans les différents processus de normalisation restent à établir.

---

<sup>150</sup> À titre d'exemple, Stephen H. Wenc Vice-président, avocat général et secrétaire général des ULC, explique, dans sa réaction écrite à une version préliminaire du présent rapport, datée du 26 septembre 2005, que : Les consommateurs de ces produits sont souvent des professionnels, par exemple des pompiers, qui utilisent le matériel certifié par l'ULC dans le cadre de leur travail, plutôt que des consommateurs moins spécialisés qui pourraient acheter ces produits pour leur usage personnel dans des magasins de détail. L'ULC fait participer périodiquement des pompiers, des agents responsables du code, des entrepreneurs et d'autres utilisateurs directs de produits couverts par nos normes dans le cadre de notre processus d'élaboration de normes. Lorsqu'il s'agit de normes visant des produits de consommation, nous faisons également participer divers organismes de consommateurs. Dans ses commentaires du 13 septembre 2005, l'ONGC suggère une approche similaire « CGSB committees are balanced. It is important to note that the CGSB current portfolio of standards includes many standards for products and services that are not used directly by consumers. »

En analysant la composition des comités de plusieurs OEN, on pourrait être tenté de conclure que n'importe qui peut en fait représenter les intérêts des consommateurs, puisque chacun est, dans certaines sphères de ses activités, lui-même consommateur. Des individus qui n'entretiennent aucun lien avec les associations de consommateurs aux fonctionnaires désignés, par leurs gouvernements, plusieurs personnes qui n'ont pas de mandat clair ou non contradictoire tiennent entre leurs mains une part importante de la représentation des consommateurs, du fait de l'absence d'un processus de sélection cohérent, transparent et uniforme. La sélection des représentants des consommateurs dans un bassin qui serait composé de représentants reconnus, qui auraient l'avantage de faire partie d'un réseau qui leur permette de tenir des positions à la fois réalistes et stratégiques, serait certes de nature à apporter un appui considérable à la crédibilité du processus de normalisation. De plus, la visibilité et la crédibilité de ces représentants organisés pourraient permettre de publiciser à la fois le processus de normalisation et ses réalisations et faciliter leur acceptation par le grand public. Le réseautage entre ces représentants des consommateurs permettrait aussi un échange d'informations et d'expertise plus efficace qui contribuerait grandement à une participation adéquate à des processus qui y gagneraient aussi un apport plus consistant.

Afin de peaufiner leurs mécanismes de sélection des représentants des consommateurs, les différents OEN pourraient par exemple s'inspirer du processus de sélection de délégués du Réseau canadien de l'environnement (RCE)<sup>151</sup>, un organisme indépendant qui se penche sur diverses questions environnementales et qui travaille, de concert avec de nombreuses organisations non gouvernementales en environnement (ONGE), auprès d'Environnement Canada et d'autres grands organismes à l'échelle internationale. Cité par certains comme modèle en matière de crédibilité et de transparence, le processus de sélection du RCE établit, entre autres, des critères précis de sélection des délégués afin que les candidatures soient évaluées en toute transparence par un groupe de sélection reconnu.

Les mécanismes de sélection des OEN devraient ainsi, autant que possible, favoriser la représentation des consommateurs par des représentants issus d'ONG reconnus et qualifiés, envers qui ils ont une obligation de rendre des comptes quant à la répartition de leur temps et la réalisation de leurs travaux et qui puissent leur offrir le soutien nécessaire à une représentation adéquate.

#### **VII.1.e) Consultations et échanges**

Du fait du manque de ressources financières, matérielles et humaines, la participation des représentants de consommateurs est souvent compromise dès les étapes initiales du processus de normalisation, qui peuvent être longues et complexes pour les associations de consommateurs. La faible présence de représentants de différentes associations aux comités de consultation et leur manque de concertation ne favorisent pas l'établissement d'une action collective exprimant des revendications coordonnées et cohérentes dans la représentation des intérêts des consommateurs. La participation virtuelle des consommateurs et la création d'une plate-forme de concertation pour les ONG pourraient bien représenter des voies de solution.

Les associations de consommateurs du Canada semblent spontanément adhérer au modèle de l'ANEC puisqu'elles considèrent qu'une meilleure concertation entre elles sur la normalisation

---

<sup>151</sup> Réseau canadien pour l'environnement (RCE), *Processus pour la sélection de délégués*, site du RCE. En ligne. [http://www.cen-rce.org/fre/consultations/delegate\\_selection.html](http://www.cen-rce.org/fre/consultations/delegate_selection.html) (page visitée le 14 mars 2005)

constituerait, outre la question du financement, l'un des facteurs les plus susceptibles d'améliorer la participation des consommateurs aux processus de normalisation.<sup>152</sup>

#### **VII.1.f) Information**

L'information au sujet des travaux de normalisation que procurent les OEN aux associations de consommateurs peut aussi poser problème. Les délais souvent très courts entre la transmission de l'information et la participation proprement dite laissent souvent bien peu de temps aux représentants de consommateurs pour se préparer adéquatement aux réunions des comités et des groupes de travail. La quantité des informations peut aussi à elle seule être problématique. Trop peu d'informations, et les représentants ont l'impression de naviguer à l'aveugle. Une information trop volumineuse, et voilà que les représentants se trouvent débordés par une documentation massive au cœur de laquelle ils doivent déceler les éléments pertinents à l'exécution de leur mandat. Au Québec, s'ajoute à ces problèmes le fait que les informations disponibles ne le sont souvent qu'en anglais, restreignant parfois la compréhension des enjeux des différents processus de normalisation en cours dans toute leur subtilité.<sup>153</sup>

Enfin, les normes élaborées par les OEN sont difficilement accessibles par le public et les associations de consommateurs, puisque la forte majorité des documents se rapportant aux normes sont vendus par les OEN, à des prix souvent élevés. Cette accessibilité limitée taxe la participation des consommateurs aux processus de normalisation. Le fait de vendre des normes pourrait d'ailleurs jusqu'à un certain point sembler contradictoire avec les soucis d'accessibilité et de transparence que prônent les parties intéressées aux processus de normalisation. Les normes elles-mêmes, ainsi que les études préliminaires qui ont mené à leur élaboration, ne devraient-elles pas, tout comme c'est le cas pour les lois et les règlements, être gratuites et publiques, accessibles à tous?

#### **VII.1.g) L'intérêt des consommateurs et de leurs ONG**

La normalisation demeure un domaine méconnu du public et peu de gens en saisissent toute l'importance ou en connaissent tous les processus. Il en est ainsi de la part des associations de consommateurs, pour qui l'intérêt pour les questions de normalisation est relativement nouveau et pas encore assez largement répandu. C'est du moins ce qui semble, d'après l'enquête que nous avons effectuée, être le cas pour la majorité des associations de consommateurs au Canada.<sup>154</sup>

En outre, le présent rapport met en évidence la complexité des processus de normalisation et la multiplicité des acteurs impliqués. Il va de soi que, pour le profane, un domaine aussi complexe et aux enjeux aussi variés que ceux que présente l'univers de la normalisation ne peut être

---

<sup>152</sup> Voir la question 10 du sondage web réalisé auprès des associations de consommateurs du Canada par l'Union des consommateurs.

<sup>153</sup> Begonia Lojk, du CCN, dans sa réaction écrite du 12 décembre 2005 à une version préliminaire du présent rapport, précise que : «Le Conseil du CCN est en train de passer en revue ses critères linguistiques en ce qui a trait à l'approbation des Normes nationales du Canada (NNC), pour les cas où l'organisation internationale qui publie la norme omet de le faire dans les deux versions (anglaise et française). Il importe de noter que la plupart des normes élaborées par les OEN accrédités par le CCN sont toujours publiées dans les deux langues officielles, même si, de par leur nature, elles ne sont pas régies par la *Loi sur les langues officielles* (fait exception à la règle l'ONGC, du moment qu'il fait partie du gouvernement fédéral). En tant que société d'État, le Conseil canadien des normes (CCN) continue pour sa part à fournir ses services au public dans les deux langues officielles.»

<sup>154</sup> Voir en annexe les résultats du sondage web mené auprès des associations de consommateurs du Canada par l'Union des consommateurs.

apprivoisé en quelques heures; il s'agit en fait d'un travail de plusieurs mois avant même de commencer à bien saisir les rouages et les enjeux de la normalisation et à commencer à maîtriser cette matière.

Une relative méconnaissance des enjeux fait donc malheureusement en sorte que des ONG qui devraient s'intéresser à la normalisation et en faire l'une de leurs priorités de travail tardent à s'atteler à la tâche.

#### **VII.I.h) Conséquences**

Ces obstacles qui freinent une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation limitent substantiellement les possibilités pour les représentants des consommateurs d'avoir une influence décisive, au moment des travaux d'élaboration de normes, dans la défense des intérêts des consommateurs.

Selon une perspective plus générale, ces obstacles pourraient aller jusqu'à mettre en péril les principes démocratiques qui sont le fondement même des théories sur lesquels s'appuient les processus de normalisation. Les failles dans la représentation des consommateurs risquent de plus, loin de les promouvoir, de faire reculer les droits qui ont été reconnus aux consommateurs, d'autant plus qu'une faible participation des consommateurs à l'échelle nationale écarte pratiquement toute représentation de ces derniers à l'échelle internationale.

### **VII.II Favoriser une plus grande participation des consommateurs**

---

Bien que la participation des consommateurs soit confrontée à de sérieuses difficultés, il existe de nombreuses avenues qui pourraient permettre de franchir ces barrières, ou du moins de les repousser considérablement. Un certain nombre de travaux, provenant entre autres d'organismes comme l'ANEC, le CICP, l'ISO/COPOLCO, Industrie Canada et de consultants en matière de normalisation comme Bruce J. Farquhar, ancien directeur de l'ANEC, se sont penchés sur les obstacles qui freinent une plus grande participation des consommateurs aux processus de normalisation et ont proposé différentes formules qui pourraient être appliquées afin de lever ces obstacles. S'inspirant de ces divers travaux, voici donc une gamme de solutions présentées suivant les sept grandes catégories d'obstacles que nous avons identifiées précédemment.

Plusieurs de ces solutions ont été présentées aux associations de consommateurs du Canada lors du sondage Web réalisé dans le cadre du présent projet. Les groupes étaient invités à évaluer si telle solution était susceptible de favoriser leur propre participation aux processus de normalisation. Globalement, toutes les solutions semblent être bien accueillies par les groupes. Les résultats détaillés du sondage, en annexe, permettent toutefois de voir que certaines de ces solutions reçoivent un appui plus marqué que d'autres.

#### **VII.II.a) Soutien financier**

Afin de pallier au manque de ressources des représentants des consommateurs, des mesures devraient être mises en place en vue de garantir ce qui suit:

- Remboursement des frais de transport, d'hébergement et de repas ;
- Remboursement des frais d'expertise, de consultations et d'avis légaux ;
- Remboursement des dépenses de courrier, d'appels téléphoniques, de photocopie, d'impression, d'achats de livres et de logiciels techniques ;



- Rémunération pour le temps qu'allouent les représentants de consommateurs aux activités de normalisation et à la rédaction de rapports de recherche ;
- Un soutien financier accru de la part des différents paliers gouvernementaux, à qui profitent les démarches des associations de consommateurs pour leurs propres activités de réglementation ;
- Un système gouvernemental de financement dual qui apporterait, d'une part, un certain soutien financier permanent aux associations de consommateurs pour leur permettre de poursuivre leurs activités de normalisation à long terme (subventions), et qui octroierait, d'autre part, des fonds par projet soumis, qui offrirait la possibilité aux gouvernements d'exiger des redditions de comptes (contrats) ;
- Une redistribution d'une partie des fonds de membership recueillis par les OEN auprès des industries et des entreprises vers les associations de consommateurs qui désirent participer aux travaux de normalisation.

#### **VII.II.b) Formation et préparation des représentants**

En vue de pallier le manque de formation technique des représentants des consommateurs et de leur permettre d'assurer une représentation adéquate en leur donnant accès à des bases de connaissances techniques, des mesures devraient être mises en place en vue de garantir ce qui suit:

- Offre de formation et de séminaires de la part des OEN et mise à la disposition des représentants des consommateurs de leur personnel qualifié pour répondre à des questions techniques portant sur des domaines touchant les processus de normalisation en cours;
- Remboursement des frais d'études techniques et de tests commandés à des laboratoires, cabinets ou organismes indépendants ;
- Développement d'outils virtuels via les sites Web des différents OEN qui permettraient une familiarisation rapide avec les processus d'élaboration de normes.

#### **VII.II.c) Respect d'une matrice équilibrée**

Vu que l'atteinte d'un consensus par des comités équilibrés est à la base du processus de normalisation au Canada, des mesures devraient être mises en place en vue de garantir ce qui suit:

- Un soutien financier aux représentants de consommateurs désireux de participer aux divers travaux de normalisation, peu importe leur éloignement géographique ;
- Assurer financièrement et matériellement la participation des représentants, selon leurs intérêts, à tous les comités techniques, à tous les comités d'élaboration de politiques, à tous les groupes de travail, et non seulement aux consultations et aux examens publics ;
- Établir un mécanisme qui permet aux groupes de consommateurs de participer en temps opportun aux discussions sur la composition des comités, groupes de travail et autres rassemblements des différentes OEN ;
- Disponibilité d'interprètes et de traducteurs pour les représentants qui ne seraient pas familiers avec l'une des deux langues officielles.

#### **VII.II.d) Qualité de la représentativité**

Des mesures devraient être mises en place en vue de garantir ce qui suit:

- Diffusion par les OEN des noms des personnes qui représentent les consommateurs lors de tous leurs travaux;
- Favoriser la participation de représentants de consommateurs issus d'associations et d'ONG compétents et reconnus, qui doivent respecter les principes de reddition des comptes, afin de rendre les processus d'élaboration et de certification de normes plus professionnels et crédibles ;

- Par souci de transparence et de respect du mandat qui leur est confié, obligation pour chaque représentant de consommateurs qui participe à des travaux de normalisation de produire un rapport d'activités et de le diffuser à toutes les associations de consommateurs canadiennes qui participent ou s'intéressent au processus de normalisation ;
- Représentation des ONG au sein des instances d'élaboration des plans stratégiques et des comités consultatifs des OEN afin qu'ils puissent participer à la définition des grands enjeux stratégiques de la normalisation dans son ensemble (et non seulement les normes) et qu'ils puissent communiquer leurs propres réflexions, leurs propres visions, sur la portée et l'état de la normalisation.

#### **VII.II.e) Simplicité et cohésion de la représentation**

Des mesures devraient être mises en place en vue de garantir ce qui suit:

- Assurer, moyens financiers et matériels à l'appui, la participation des représentants de consommateurs dès les premières phases du processus de normalisation ;
- Lors des différentes étapes du processus de normalisation, offrir la possibilité aux représentants des consommateurs de substituer à leur présence physique lors de certaines réunions leur présence virtuelle grâce à l'émission d'études, de rapports, de communiqués, de commentaires, de recommandations, etc. via Internet et assurer la possibilité de participer par le biais de la vidéoconférence ;
- Favoriser l'échange et le partage d'information à l'aide de forums de discussion virtuels ouverts en permanence ;
- Création, à l'intérieur de chaque OEN, de forums de rencontre pour tous les représentants de consommateurs qui participent à des travaux de normalisation. Ces forums permettraient aux divers représentants présents d'échanger des informations et des conseils, mais surtout de favoriser la discussion et la collaboration, d'établir des liens de confiance, de gagner des appuis politiques (essentiels lors des votes d'adoption de normes), et de développer un consensus quant à la stratégie à adopter et aux actions à poursuivre ;
- Coordination des activités de normalisation des différentes associations de consommateurs. Une plate-forme de concertation pourrait être créée à l'extérieur des cadres et processus du système de normalisation actuel, selon le même principe que celui adopté par l'ANEC. Cette plate-forme aurait pour but de donner une voix aux associations et aux organisations non gouvernementales de consommateurs afin qu'elles puissent exprimer avec force leurs désirs, leurs craintes et leurs réflexions quant au développement et aux grands enjeux stratégiques de la normalisation. Elle donnerait par le fait même plus de poids aux droits et aux intérêts promus et défendus par les représentants des consommateurs face aux intérêts défendus par les représentants de l'industrie.

#### **VII.II.f) Efficacité et pertinence de l'information**

Des mesures devraient être mises en place en vue de garantir ce qui suit:

- Communiquer bien à l'avance les informations de base sur les nouvelles activités d'élaboration de normes afin de permettre aux associations de consommateurs de se préparer adéquatement et de participer pleinement ;
- Distribution électronique rapide de l'information sur tous les travaux de normalisation à l'ensemble des associations de consommateurs ;
- Vulgarisation des informations techniques pour en faciliter leur compréhension par tous les représentants des consommateurs ;
- Délais raisonnables accordés aux associations de consommateurs pour préparer, rédiger, et distribuer leurs rapports et études ;
- Accès public, via Internet, aux rapports préliminaires et finaux de consultations ;
- Documentation et information disponibles tant en anglais qu'en français ;

- Gratuité des normes écrites ainsi que des études préliminaires qui ont mené à leur élaboration .

#### **VII.II.g) Développer un plus grand intérêt pour la normalisation**

Attendu que la méconnaissance des processus et des enjeux de la normalisation constitue une barrière à une plus grande participation des associations de consommateurs et du public à ces processus et freine la reconnaissance étendue des normes, les organismes impliqués dans la normalisation devraient veiller à :

- Favoriser une plus large diffusion de l'information sur la normalisation, afin de sensibiliser davantage le public à l'importance de la normalisation et des enjeux qui s'y rattachent ;
- Faciliter la vulgarisation des enjeux sur la normalisation et les discussions qui s'y rattachent au sein même des associations de consommateurs, afin de susciter un plus grand intérêt pour ces questions ;
- Établir des réseaux d'échanges et des espaces de dialogue sur les grands enjeux de la normalisation, réunissant notamment les ONG, les OEN et les instances gouvernementales concernées;
- Se doter de canaux et de procédures transparentes afin de recevoir et traiter les plaintes et les commentaires du public, en s'inspirant des normes ISO sur le service à la clientèle et la résolution de litige.

#### **VII.II.h) Facteurs de réussite**

Pour terminer cette section sur les solutions aux problèmes de participation des consommateurs aux processus de normalisation, voici une série de facteurs essentiels dont doit tenir compte toute association de consommateurs qui désire atteindre ses objectifs :

- Une définition précise des intérêts défendus ;
- Un leadership efficace, de l'entregent et de la détermination ;
- Une capacité de communiquer clairement ses prises de position ;
- Une bonne connaissance des moyens qui rendent efficace un appel à l'opinion ;
- Une identification des acteurs clés à l'intérieur de chaque OEN et de chaque agence gouvernementale s'occupant de normalisation ;
- Une quantité suffisante de fonds pour financer adéquatement les activités à entreprendre ;
- Une préparation étoffée, de la première étape à la dernière ;
- Une équipe qui connaît tant les aspects techniques des normes que le fonctionnement du processus de normalisation.

## CONCLUSION

Au cours de la présente étude, nous avons examiné les cadres et processus de normalisation au Canada, en Europe, aux États-Unis et à l'échelle internationale, tout en portant une attention particulière à la participation des consommateurs à chacun d'entre eux. De plus, nous avons étudié les liens entre la réglementation et la normalisation, pour ensuite nous pencher sur quatre nouveaux enjeux de la normalisation susceptibles d'interpeller les associations de consommateurs, soit la responsabilité sociale des entreprises, le développement durable, la qualité du service à la clientèle et les normes internationales. Finalement, nous avons analysé divers facteurs qui freinent ou favorisent la participation des consommateurs aux processus de normalisation.

La participation et la représentation des consommateurs aux processus de normalisation connaissent certaines difficultés. Il est grand temps que soient mis sur pied des mécanismes concertés en vue d'encourager les représentants de consommateurs à participer pleinement et efficacement à leurs travaux et de leur permettre de le faire adéquatement, afin d'éviter tout problème qui serait lié à cette participation, que ce soit au plan de l'équilibre ou de la représentativité au sein des comités. Le renforcement de cette participation des représentants de consommateurs est d'autant plus important que le Canada est appelé à jouer un rôle essentiel en ce qui a trait à la représentation des consommateurs sur les scènes internationales de normalisation et que la présence des représentants des consommateurs à ces niveaux dépend largement de leur participation aux instances nationales.

Le Comité sur les intérêts des consommateurs et du public (CICP) du CCN et les programmes de représentation des consommateurs du CSA s'inspirent fortement du cadre mis en place par l'ANEC, qui demeure un modèle en matière d'intégration des consommateurs aux processus de normalisation, afin favoriser une meilleure participation des consommateurs.

En attendant que soit assurée la disponibilité des ressources nécessaires à une pleine participation, les associations de consommateurs doivent dès maintenant viser à établir entre elles une collaboration et une concertation qui leur permettra des interventions plus fortes, techniquement et stratégiquement.

Accroître la participation des consommateurs aux processus de normalisation demeure un objectif incontournable puisque de son atteinte dépend en partie le maintien de la confiance que porte le public dans les produits, les services et les procédés normalisés mis sur le marché. Une pleine participation aura comme heureuses conséquences de susciter d'indispensables confrontations entre les intérêts des consommateurs et ceux de l'industrie, de soulever des questions en matière de sécurité, de fiabilité, d'environnement et d'éthique, et d'assurer qu'un véritable équilibre soit atteint entre les revendications et les besoins de toutes les parties concernées. La pleine participation des représentants des consommateurs peut seule assurer que soient traitées de façon consensuelle et équilibrée certaines questions qui sont difficilement négociables pour la population. Elle incite aussi à la transparence des mécanismes d'élaboration de normes et force les décideurs des OEN à travailler ouvertement et à chercher le consensus. Une pleine participation des consommateurs aux processus de normalisation doit donc à tout prix être assurée afin que les consommateurs puissent maintenir une position de vis-à-vis par rapport au pouvoir étatique et à l'hégémonie du marché, forcer la discussion et la prise en compte de leurs intérêts. Leur qualité de vie en dépend.

## MÉDIAGRAPHIE

ULUniversity, site des ULC  
<http://uluniversity.com/ca/>

Mis en forme : Police :11 pt

Mis en forme : Police :11 pt

▲ AMERICAN NATIONAL STANDARDS INSTITUTE (ANSI).  
<http://www.ansi.org>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ ASSOCIATION EUROPÉENNE POUR LA COORDINATION DE LA REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS DANS LA NORMALISATION (ANEC).  
 2001. *Consumer participation in standardisation. National arrangements in the EU and EFTA.* Rapport de recherche ANEC2001/GA/014. Bruxelles : ANEC.  
<http://www.anec.org>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ ASSOCIATION CANADIENNE DE NORMALISATION (CSA).  
<http://www.csa.ca>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ ASSOCIATION EUROPÉENNE POUR LA COORDINATION DE LA REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS DANS LA NORMALISATION (ANEC).  
<http://www.anec.org>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

BUREAU DE LA CONSOMMATION, *La participation au système des normes - La nature des normes.*  
<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inoca-bc.nsf/fr/ca01579f.htmlà>

Mis en forme : Police :11 pt

▲ BUREAU DE NORMALISATION DU QUÉBEC (BNQ)  
<http://www.bnq.qc.ca>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ (BCP)  
<http://www.pco-bcp.qc.ca>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ COMITÉ CONSULTATIF EXTERNE SUR LA RÉGLEMENTATION INTELLIGENTE (CCER).  
<http://www.pco-bcp.qc.ca/smartreg-regint>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ COMITÉ EUROPÉEN DE NORMALISATION (CEN).  
<http://www.cenorm.be/cenorm/index.htm>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ COMITÉ EUROPÉEN DE NORMALISATION ÉLECTROTECHNIQUE (CENELEC).  
<http://www.cenelec.org>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ COMITÉ POUR LA POLITIQUE EN MATIÈRE DE CONSOMMATION (COPOLCO).  
<http://www.iso.org/iso/fr/comms-markets/consumers/iso+theconsumer.html>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

▲ COMITÉ POUR LA POLITIQUE EN MATIÈRE DE CONSOMMATION (COPOLCO). 2005. *Consumer Priorities in International Standardization Work. Priority Programme. Handbook.* Annexe 5 de COPOLCO 12/2005. Avril 2005. Genève : ISO.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES.** 2004. Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social européen. Intégration des aspects environnementaux dans la normalisation européenne. COM(2004) 130 final. Bruxelles : Commission des communautés européennes.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**COMMISSION ÉLECTROTECHNIQUE INTERNATIONALE (CEI).**

<http://www.iec.ch>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**COMMISSION EUROPÉENNE.** Direction générale «santé et protection des consommateurs». 2004. Questionnaire on consumer representation in standardisation activities at national, European and international level. Evaluation Report. Bruxelles : Commission européenne.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**CONSEIL CANADIEN DES ARCHIVES**

<http://www.cdncouncilarchives.ca>

Mis en forme : Lien hypertexte, Police :Arial, Couleur de police : Gris - 80 %

**CONSEIL CANADIEN DES NORMES (CCN).**

<http://www.scc.ca/fr/index.shtml>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**CONSEIL CANADIEN DES NORMES (CCN).** 1992. Système national de normes. Critères et méthodes de préparation et d'approbation des Normes nationales du Canada. Guide CAN-P-2E. Ottawa : CCN.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**CONSEIL CANADIEN DES NORMES (CCN).** 1999. Système national de normes. Accréditation des organismes d'élaboration de normes. Guide CAN-P-1D. Ottawa : CCN.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**CONSEIL CANADIEN DES NORMES (CCN).** 2002. Système national de normes. Guide sur la participation des représentants des intérêts des consommateurs et du public aux activités de normalisation. Guide CAN-P-1011 rév. Ottawa : CCN.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE.** 1999. *Résolution du Conseil sur "Le rôle de la normalisation en Europe"*. 12686/1999, 10 novembre 1999. Bruxelles : Secrétariat général du Conseil de l'Union européenne.

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**CONSUMER PRODUCT SAFETY,** Act of 1972 and Occupational Safety and Health Act of 1970 (the OSH Act) (sections 6(a) and 6(b)(8)).

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**EUROPEAN COMMISSION,** Health & Consumer Protection Directorate-General, Questionnaire on consumer representation in standardisation activities at national, European and international level : Evaluation Report, 2004 (European Commission : Brussel, Belgium).

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**FARQUHAR, Bruce J.** 2003. «Funding systems for consumer participation in consultation processes». Rapport de recherche. Association des consommateurs du Canada.

Mis en forme : Police :11 pt, Couleur de police : Automatique, Français (Canada)

**FARQUHAR, Bruce J.** 2003. «Consumer involvement in CSA's standards work for energy efficiency». Rapport de recherche. Ressources Naturelles Canada et Association canadienne de normalisation (CSA).

Mis en forme : Police :11 pt, Couleur de police : Automatique, Français (Canada)

**FARQUHAR, Bruce J.** 2004. «The Evolving Use of Consumer Voluntary Codes and Standards in Canada, with International Comparisons». Rapport de recherche. Bureau de la consommation, Industrie Canada.

Mis en forme : Police :Arial, 11 pt, Couleur de police : Automatique, Français (Canada)

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

<p><b>FARQUHAR, Bruce J.</b> 2005. «Revised report of background research on ISO and IEC for Consumers International project “Decision-making in the Global Market”». Rapport de recherche (15 mars 2005). Consumers International.</p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>GOVERNEMENT DU CANADA</b>, <i>Programme canadien d'étiquetage d'entretien</i> (norme nationale du Canada CAN1CGSB-86.1-2003)</p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>GOVERNEMENT DU CANADA</b>, Protection de l'environnement (1999), Loi canadienne sur la (1999, ch. 33 )</p>	<p>Mis en forme : Police par défaut, Police :11 pt</p>
<p><b>GOVERNEMENT DU QUÉBEC</b>, Code de construction (R.Q. c. B-1.1, r.0.01.01)</p>	<p>Mis en forme : Police :11 pt</p>
<p><b>GOVERNEMENT DU QUÉBEC</b>, Étiquetage des textiles, Loi sur l' ( L.R., 1985, ch. T-10 )</p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>GOVERNEMENT DU QUÉBEC</b>, Produits dangereux, Loi sur les ( L.R., 1985, ch. H-3 )</p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>HILLARD, Jennifer.</b> 2000. «Draft. Feasibility Study. Consumer Organizations for Standards in the Americas (COSA)». Rapport de recherche. Association des consommateurs du Canada.</p>	<p>Mis en forme : Police :11 pt, Couleur de police :</p>
<p><b>INDUSTRIE CANADA.</b> 1998. <i>Systèmes de normes. Guide à l'intention des organismes de réglementation canadiens</i>. Ottawa : Centre de diffusion de l'information, Direction générale des communications, Industrie Canada.</p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>INNOVATION AU CANADA</b> <a href="http://www.innovation.gc.ca">http://www.innovation.gc.ca</a></p>	<p>Code de champ modifié</p>
<p><b>INSTITUT EUROPÉEN DES NORMES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS (ETSI).</b> <a href="http://www.etsi.org">http://www.etsi.org</a></p>	<p>Mis en forme : Lien hypertexte</p>
<p><b>ISO (ISO)</b> <a href="http://www.iso.org">http://www.iso.org</a></p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>LABORATOIRES DES ASSUREURS DU CANADA (ULC).</b> <a href="http://www.ulc.ca">http://www.ulc.ca</a></p>	<p>Mis en forme : Lien hypertexte</p>
<p><b>OFFICE DES NORMES GÉNÉRALES DU CANADA (ONGC).</b> <a href="http://www.pwgsc.gc.ca/cgsb">http://www.pwgsc.gc.ca/cgsb</a></p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>OFFICE OF MANAGEMENT AND BUDGET (OBM)</b> Circular A-119, Federal Participation in the Development and Use of Voluntary Standards and in Conformity Assessment Activities and National Technology Transfer and Advancement</p>	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
<p><b>ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (OMC),</b> Accord sur les obstacles techniques au commerce <a href="http://www.wto.org/french/docs_f/legal_f/17-tbt.pdf">http://www.wto.org/french/docs_f/legal_f/17-tbt.pdf</a></p>	<p>Mis en forme : Police :11 pt</p>
<p><b>ORGANISATION INTERNATIONALE DE NORMALISATION (ISO).</b> <a href="http://www.iso.org/iso/fr/ISOOnline.frontpage">http://www.iso.org/iso/fr/ISOOnline.frontpage</a></p>	<p>Code de champ modifié</p>
<p><b>RÉSEAU CANADIEN DE L'ENVIRONNEMENT (RCE).</b> <a href="http://www.cen-rce.org">http://www.cen-rce.org</a></p>	<p>Mis en forme : Lien hypertexte, Police :11 pt</p>
	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>
	<p>Mis en forme : Couleur de police : Automatique</p>

**SCHELLINCK, TONY, ET RUSSELL, BRIAN R.:** Le Canada face à la normalisation internationale (1999?), Tony Schellinck, Chaire F.C. Manning d'économie et de commerce, Dalhousie University, Halifax et Brian R. Russell, Titulaire d'une bourse Fulbright en politique commerciale et économique, Institute for International Economics, Washington, site d'IC. En ligne. <http://strategis.ic.gc.ca/pics/spf/fourf.pdf>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

**STRATÉGIE CANADIENNE DE NORMALISATION (SCC)**

<http://www.scc.ca>

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Code de champ modifié

**SYSTEME D'INFORMATION SUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE (Sdinfo)** du gouvernement du Canada

<http://www.sdinfo.gc.ca>

Mis en forme : Lien hypertexte

Code de champ modifié

**WHITEHEAD, Phillip.** 2003. «Rapport sur la communication de la Commission "Stratégie pour la politique des consommateurs 2002-2006"(COM(2002) 0208 – C5-0329/2002 – 2002/2173(COS))» (Document de séance A5-0023/2003), Parlement européen, Strasbourg, 28 janvier 2003.

Mis en forme : Lien hypertexte, Police :11 pt

Mis en forme : Lien hypertexte, Police :11 pt

Mis en forme : Couleur de police : Automatique

Mis en forme : Couleur de police : Automatique



## **ANNEXE 1 SONDAGE AUPRÈS DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS**

---

Un questionnaire Web a été conçu et mis en ligne, puis des invitations à répondre au sondage ont été envoyées individuellement à dix (10) associations de consommateurs du Canada anglais et à quarante-deux (42) associations du Québec. La surreprésentation du Québec teinte nécessairement les résultats mais respecte le paysage de la protection du consommateur au Canada, plus précisément le fait qu'il y a beaucoup plus de groupes s'identifiant comme association de consommateurs au Québec que dans le reste du Canada.

La période de réponse s'est échelonnée du 20 juin au 20 juillet 2005. Un courriel de rappel a été envoyé à tous les groupes qui n'avaient pas encore répondu une semaine après l'invitation. Un suivi téléphonique a également été fait au cours de la troisième semaine. En tout, sur les 52 qui avaient été sollicitées, 21 groupes ont répondu au sondage.

Le sondage visait principalement à évaluer le niveau de connaissance des groupes à l'égard des processus de normalisation, à connaître leurs perceptions au sujet de la participation des consommateurs à ces processus et à identifier, parmi certaines pistes de solutions, lesquelles sont jugées les plus susceptibles de favoriser une plus grande participation des groupes de consommateurs.

### **Connaissances générales sur la normalisation et perceptions**

---

Le sondage révèle que 67 % des associations ont une connaissance générale plutôt faible des processus de normalisation, 24 % affirment avoir une connaissance moyenne et 10 % seulement, une connaissance plutôt bonne.

En revanche, une importante majorité des associations (81 %) déclarent avoir de l'intérêt pour le sujet (52 % : intérêt moyen et 29 % : intérêt plutôt élevé, contre seulement 14 % : intérêt plutôt faible).

Seulement 29 % des répondants affirment que leur organisation a déjà participé dans le passé à l'élaboration d'une norme, tandis que 62 % avouent n'avoir jamais participé à un tel processus.

Cependant, les associations sont unanimes à juger importante la participation des consommateurs aux processus de normalisation (24 % moyennement important et 76 % très important) et trouvent important, dans les mêmes proportions, que cette participation se fasse par l'entremise des associations de consommateurs.

Les opinions des associations sont légèrement plus mitigées au sujet de la participation aux processus internationaux de normalisation. En effet, si nous les questionnons sur le volet international, seulement 62 % d'entre elles jugent très importante la participation des consommateurs, 29 %, moyennement importante et 5 %, peu importante.

Les associations ont une perception assez juste quant à l'état actuel de la participation des associations de consommateurs aux processus de normalisation canadien. En effet, 48 % d'entre elles croient que le degré actuel de participation est faible, et 29 % l'estiment moyen.

Aucune ne croit que ce niveau de participation est élevé. Il est à noter qu'une proportion importante d'associations, soit 24 %, se disent incapables de se prononcer sur cette question.

Au plan international, une proportion encore plus importante, soit 62 %, croient que le degré de participation est faible, alors que 10 % seulement le jugent moyen. Le nombre d'associations qui ne sont pas en mesure de se prononcer sur la question est encore plus important que pour la précédente: 29 % disent ne pas savoir.

Afin de mieux mesurer le niveau de connaissance des groupes en matière de normalisation, nous avons tenté de mesurer à quel point les répondants connaissent différents organismes oeuvrant en normalisation. Pour chaque organisation, les répondants devaient choisir entre : ne connaît pas, connaît un peu ou connaît bien.

L'influence majoritaire des groupes du Québec parmi les répondants se fait sentir par une notoriété relativement forte du Bureau de normalisation du Québec (pas : 33 %; peu : 62 %; bien : 5 %). En comparaison, l'Association canadienne de normalisation (CSA) obtient des notes légèrement moins élevées (pas : 38 %; peu : 48 %; bien : 14 %) tandis que l'Office des normes générales du Canada (ONGC) est à toute fin pratique inconnu (pas : 90 %; peu : 10 %; bien : 0 %) et que le Underwriters' Laboratories of Canada (ULC) se situe entre ces deux extrêmes (pas : 62 %; peu : 38 %; bien : 0 %)

La notoriété du Conseil canadien des normes est relativement élevée (pas : 29 %; peu : 62 %; bien : 9 %). Celle de l'International Organization for Standardization (ISO) l'est plus encore (pas : 14 %; peu : 76 %; bien : 10 %), ce qui s'explique probablement par la grande visibilité des bannières, très présentes, affichant la certification de telle ou telle entreprise à un processus ISO de conformité.

Finalement, le Committee on Consumer Policy (COPOLCO) d'ISO est lui aussi pratiquement inconnu des associations de consommateurs (pas : 81 %; peu : 14 %; bien : 5 %) ce qui est paradoxal, puisque c'est cette instance qui, au plan international, se préoccupe particulièrement des questions de normalisation qui touchent les consommateurs.

#### **Pour une plus grande participation...**

Nous avons finalement tenté de connaître l'opinion des groupes sur les mesures les plus susceptibles, à leurs yeux, d'influencer positivement leur participation aux processus de normalisation. Pour chaque énoncé, les réponses se répartissent ainsi : peu d'influence, influence moyenne, beaucoup d'influence, ne sait pas et ne s'applique pas.

Une forte majorité de répondants croient qu'il serait utile d'améliorer leur propre connaissance des enjeux entourant la normalisation (peu : 5 %, moyenne : 29 %, beaucoup : 62 %, ne sait pas : 5 %, ne s'applique pas : 0 %).

Les répondants sont du même avis, quoique dans des proportions légèrement inférieures, si l'on suggère d'améliorer la connaissance qu'ils ont des intervenants et des processus d'élaboration des normes (peu : 0 %, moyenne : 38 %, beaucoup : 52 %, ne sait pas : 5 %, ne s'applique pas : 5 %), si l'on propose plus d'information sur la normalisation en général et sur les processus de normalisation en cours (peu : 10 %, moyenne : 25 %, beaucoup : 60 %, ne sait pas : 5 %, ne s'applique pas : 0 %) ou encore, des activités de formation ou d'information sur la normalisation (peu : 5 %, moyenne : 33 %, beaucoup : 52 %, ne sait pas : 10 %, ne s'applique pas : 0 %).

Les groupes du Québec considèrent important de pouvoir travailler dans leur langue, en ayant des documents traduits en français et des réunions avec service de traduction (peu : 0 %, moyenne : 19 %, beaucoup : 52 %, ne sait pas : 10 %, ne s'applique pas : 19 %) Note : cette question n'a pas été soumise aux groupes anglophones, qui ont été comptés dans «ne s'applique pas».

Le remboursement des dépenses figure parmi les facteurs les plus importants à considérer en vue d'une plus grande participation (peu : 0 %, moyenne : 14 %, beaucoup : 81 %, ne sait pas : 5 %, ne s'applique pas : 0 %), suivi par la compensation financière nécessaire pour assurer une participation adéquate et efficace (peu : 0 %, moyenne : 29 %, beaucoup : 67 %, ne sait pas : 5 %, ne s'applique pas : 0 %) et, dans une plus forte proportion que l'énoncé précédent, l'accès à des experts externes (peu : 0 %, moyenne : 29 %, beaucoup : 71 %, ne sait pas : 0 %, ne s'applique pas : 0 %).

Les outils modernes de communication (forum Internet ou video-conférence) suscitent un enthousiasme plutôt mitigé (peu : 10 %, moyenne : 43 %, beaucoup : 38 %, ne sait pas : 10 %, ne s'applique pas : 0 %) tandis que, au contraire, l'idée d'une meilleure concertation entre les associations sur le sujet de la normalisation semble susciter une large adhésion (peu : 5 %, moyenne : 29 %, beaucoup : 62 %, ne sait pas : 5 %, ne s'applique pas : 0 %).

## **ANNEXE 2 LISTE DES ASSOCIATIONS AYANT ÉTÉ INVITÉES À RÉPONDRE**

### **a) Liste des 42 associations francophones**

ACEF Abitibi-Témiscamingue  
ACEF Amiante Beauce Etchemins  
ACEF de l'Estrie  
ACEF de l'île Jésus  
ACEF de la Péninsule  
ACEF de la Rive-Sud de Montréal  
ACEF de la Rive-Sud de Québec  
ACEF de Lanaudière  
ACEF de l'Est de Montréal  
ACEF de l'Outaouais  
ACEF de Québec  
ACEF des Basses-Laurentides  
ACEF des Bois-Francs  
ACEF du Grand-Portage  
ACEF du Haut St-Laurent  
ACEF du Nord de Montréal  
ACEF du Sud-Ouest de Montréal  
ACEF Montérégie-est  
ACEF Rimouski-Neigette et Mitis  
Association pour la protection des automobilistes  
APIC Côte-Nord  
Association de protection des épargnants et investisseurs du Québec  
Association des consommateurs pour la qualité dans la construction  
Centre populaire de Roberval  
CIBES (ACEF de la Mauricie)  
CIRCCO  
Club Pop. Consommateurs Pte-St-Charles  
Coalition des associations de consommateurs du Québec  
CRIC de Port-Cartier  
GRAPE  
Option consommateurs  
SAC de Shawinigan  
SBC de la MRC Maria-Chapdelaine  
SBP d'Alma  
SBP de Chicoutimi  
SBP de Jonquière  
SBP de La Baie et du Bas Saguenay  
SBP de la MRC d'Asbestos  
SBP de l'Estrie  
SBP St-Félicien  
Union des consommateurs

**b) Liste des 10 associations anglophones**

Alberta Consumers' Association  
Consumers Association of Canada  
Consumers Association of Canada – BC  
Consumers Association of Canada – Manitoba  
Public Interest Advocacy Center (PIAC) – Ontario  
Public Interest Advocacy Center (PIAC) – BC  
Consumers Council of Canada  
Pollution Probe  
Car Help Canada  
Canadian Toy Testing Council

### ANNEXE 3 QUESTIONS ET RÉPONSES DU SONDAGE

#### Statistiques du Sondage sur la normalisation

##### Population totale

Répondants	22
------------	----

1. Au sein de votre organisme, comment qualifieriez-vous le niveau de connaissance générale que vous avez des mécanismes et des processus d'élaboration des normes?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
plutôt faible	14	63.64 %
moyen	5	22.73 %
plutôt élevé	3	13.64 %
ne sait pas	0	0.00 %

2. Au sein de votre organisme, comment qualifieriez-vous le niveau d'intérêt à l'égard de la normalisation?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
plutôt faible	3	13.64 %
moyen	11	50.00 %
plutôt élevé	7	31.82 %
ne sait pas	1	4.55 %

3. Au sein de votre organisme, une ou plusieurs personnes a-t-elle ou ont-elles déjà participé au processus d'élaboration d'une norme?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
oui	7	31.82 %
non	13	59.09 %
ne sait pas	2	9.09 %

4. À votre avis, est-il important que les consommateurs participent aux processus d'élaboration de normes au Canada?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu important	0	0.00 %
moyennement important	5	22.73 %
très important	17	77.27 %
ne sait pas	0	0.00 %

5. À votre avis, est-il important que la participation des consommateurs aux processus d'élaboration de normes se fasse à travers l'implication des associations de consommateurs dans les processus de normalisation?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu important	0	0.00 %
moyennement important	5	22.73 %
très important	17	77.27 %
ne sait pas	0	0.00 %

6. À votre avis, est-il important que les associations de consommateurs participent aux processus d'élaboration de normes au plan international?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu important	1	4.55 %
moyennement important	6	27.27 %
très important	14	63.64 %
ne sait pas	1	4.55 %

7. Au meilleur de votre connaissance, comment qualifieriez-vous le niveau de participation des associations de consommateurs aux processus d'élaboration de normes au Canada?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
faible	10	45.45 %
moyen	7	31.82 %
élevé	0	0.00 %
ne sait pas	5	22.73 %

8. Au meilleur de votre connaissance, comment qualifieriez-vous le niveau de participation des associations de consommateurs aux processus d'élaboration de normes au plan international?

(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
faible	13	59.09 %
moyen	3	13.64 %
élevé	0	0.00 %
ne sait pas	6	27.27 %

9. Indiquez le niveau de connaissance générale que vous avez de la mission, des responsabilités et des activités des organismes suivants:

A- Conseil canadien des normes		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	6	27.27 %
connaît un peu	13	59.09 %
connaît bien	3	13.64 %

B- Office des normes générales du Canada		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	19	86.36 %
connaît un peu	3	13.64 %
connaît bien	0	0.00 %

C- CSA		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	8	36.36 %
connaît un peu	10	45.45 %
connaît bien	4	18.18 %

D- Bureau de normalisation du Québec		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	8	36.36 %
connaît un peu	13	59.09 %
connaît bien	1	4.55 %

E- Underwriters' Laboratories of Canada		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	13	59.09 %
connaît un peu	9	40.91 %
connaît bien	0	0.00 %



F- ISO		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	3	13.64 %
connaît un peu	17	77.27 %
connaît bien	2	9.09 %

G- COPOLCO		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
ne connaît pas	17	77.27 %
connaît un peu	4	18.18 %
connaît bien	1	4.55 %

10. Parmi les énoncés suivants, indiquez lesquels seraient les plus susceptibles de susciter un plus grand intérêt de votre organisme à l'égard de la normalisation et de favoriser une plus grande participation de votre organisme aux processus de normalisation:

Avoir une meilleure connaissance de l'importance des enjeux entourant la normalisation		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	1	4.55 %
influence moyenne	6	27.27 %
beaucoup d'influence	14	63.64 %
ne sait pas	1	4.55 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Avoir une meilleure connaissance du rôle des intervenants et des processus d'élaboration des normes		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	0	0.00 %
influence moyenne	8	36.36 %
beaucoup d'influence	12	54.55 %
ne sait pas	1	4.55 %
ne s'applique pas	1	4.55 %

Recevoir plus d'information sur la normalisation en général et sur les processus de normalisation en cours		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	2	9.52 %
influence moyenne	5	23.81 %
beaucoup d'influence	13	61.90 %
ne sait pas	1	4.76 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Participer à des activités de formation et d'information sur la normalisation		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	1	4.55 %
influence moyenne	7	31.82 %
beaucoup d'influence	12	54.55 %
ne sait pas	2	9.09 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Avoir la possibilité de lire des documents en français et bénéficier de la traduction simultanée en français lors des réunions, par opposition à des documents ou des réunions uniquement en anglais		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	0	0.00 %
influence moyenne	4	18.18 %
beaucoup d'influence	11	50.00 %
ne sait pas	2	9.09 %
ne s'applique pas	5	22.73 %

Recevoir le remboursement de certaines dépenses (déplacements, repas, hébergement, ...)		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	0	0.00 %
influence moyenne	3	13.64 %
beaucoup d'influence	18	81.82 %
ne sait pas	1	4.55 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Recevoir une compensation financière pour le travail investi, pour assurer une participation adéquate et efficace		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	0	0.00 %
influence moyenne	7	31.82 %
beaucoup d'influence	14	63.64 %
ne sait pas	1	4.55 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Pouvoir compter au besoin (et sans frais) sur des experts externes		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	0	0.00 %
influence moyenne	6	27.27 %
beaucoup d'influence	16	72.73 %
ne sait pas	0	0.00 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Avoir accès, dans le cadre de processus de participation, à des outils d'information rendant plus efficace le travail à distance, par exemple, des forums virtuels par Internet ou des vidéo-conférences		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	2	9.09 %
influence moyenne	9	40.91 %
beaucoup d'influence	9	40.91 %
ne sait pas	2	9.09 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

Participer, avec d'autres organisations de consommateurs, à des initiatives de réflexion et de concertation sur la normalisation		
(22 réponses sur 22 répondants)	Nombre	Pourcentage
peu d'influence	1	4.55 %
influence moyenne	6	27.27 %
beaucoup d'influence	14	63.64 %
ne sait pas	1	4.55 %
ne s'applique pas	0	0.00 %

11. Avez-vous des commentaires ou des précisions à ajouter sur le sujet?

consumer involvement is very important, there is a great need to balance the industry and government perspective. To involve consumers there needs to be recognition (in dollars) of their volunteer time - just paying expenses is not sufficient! There is often a lot of technical knowledge needed, so there is a steep learning curve for the consumers - and using retired industry people, as currently often happens is not a satisfactory solution - it probably would be easier to find people to work on standards committees if there was a financial "honourarium" involved.

La concertation des associations de consommateurs au Canada pourrait améliorer leur connaissance des enjeux liés à la normalisation et favoriser leur participation lors de l'élaboration de normes particulièrement importantes pour les consommateurs québécois et canadiens (que cela soit au niveau national ou international).

les experts devraient également être indépendants

## **ANNEXE 4 ABRÉVIATIONS**

ANSI	American National Standards Institute
ANEC	The European Consumer voice in standardization
ATBT	Agreement on Technical Barriers to Trade
BEUC	Bureau of European Consumer Organizations
BNQ	Bureau de normalisation du Québec
CAC	Consumers' Association of Canada
CCC	Canadian Consultative Organization
CCQC	Comité consultatif québécois pour les consommateurs
CEA	Canadian Economics Association
CEN	Canadian Environment Network
CENELEC	European Committee for Electrotechnical Standardization
CEN	European Committee for Standardization
CFI	Canadian Foundation for Innovation
CGSB	Canadian General Standards Board
CI	Consumers International
CIF	Consumer Interest Forum
CMF	Company Member Forum
COA	Canadian Office of Consumer Affairs
COPOLCO	Committee on Consumer Policy: ISO member organization for liaison with consumer interests.
CPIC	Consumer and Public Interest Committee Mandate: Issues of consumer & public interest: health, safety.
CPSC	Consumer Product Safety Commission
CSA	Canadian Standards Association
CSR	Corporate social responsibility
CSS	Canadian Standards Strategy
EACSR	External Advisory Committee on Smart Regulations
ECCG	Consumer Consultative Group
EFTA	European Free Trade Association
ENGO	Environmental Non-Governmental Organizations
ESO	European Standardization Organization
ETSI	European Telecommunications Standards Institute
EU	European Union
GMF	Government Member Forum
IAF	International Accreditation Forum
IEC	International Electronics Commission
IEEE	Institute of Electrical & Electronics Engineers
ISO	International Standards Organization
NGO	Non-Governmental Organization
NSO	National Standardization Organization
NSS	National Standards System
OCED	Organization of Cooperation and Economic Development
OMB	Office of Management and Budget
OMF	Organizational Member Forum
PAC	Pacific Accreditation Cooperation
SCC	Standards Council of Canada

SDO Standards Development Organization  
SDOAC Standards Development Organizations Advisory Committee  
ULC Underwriters Laboratories of Canada  
WTO World Trade Organization

## **ANNEXE 5 LA RÉGLEMENTATION INTELLIGENTE**

Le document est disponible à l'adresse suivante:  
[http://www.pco-bcp.gc.ca/smartreg-regint/fr/08/rpt\\_fnl.pdf](http://www.pco-bcp.gc.ca/smartreg-regint/fr/08/rpt_fnl.pdf)