

Jean-Pierre TEYSSIER : "L'autorégulation : c'est fini...ou cela commence ?"
Les Echos - 14/10/08

Pour le Président de la République, dans son discours de Toulon, "l'autorégulation pour régler tous les problèmes, c'est fini". Dans la crise financière, la majorité des acteurs publics salue le retour de l'Etat et dénie aux acteurs professionnels, jugés défaillants, la capacité de se réguler eux mêmes. En réalité, dans le secteur financier, comme dans la plupart des secteurs professionnels, on appelle improprement autorégulation des dispositifs de règles internes aux entreprises, sans contrôle externe ni transparence. Ces règles internes, qu'on les baptise éthiques, ou déontologiques, sont au mieux un moyen de contrôle de qualité et au pire un alibi pour empêcher toute régulation imposée de l'extérieur.

On ne peut confondre ces disciplines volontaires d'une entreprise, sans autre valeur qu'interne, avec une autorégulation crédible pour l'opinion. Elles ont leur intérêt dans les procédures pour assurer la qualité des modes de production et de distribution. Elles sont le moyen d'une plus grande sécurisation des opérations menées par l'entreprise, au bénéfice des salariés ou des clients. Mais l'autorégulation c'est autre chose : c'est participer à la régulation d'une activité en ajoutant aux règles légales de la régulation publique les règles professionnelles d'une régulation privée. Elle sort de l'entreprise et se déploie publiquement sur l'ensemble d'un secteur. Pour prétendre participer légitimement à sa régulation, elle doit garantir que ses règles professionnelles soient contrôlées et leur respect vérifié. Elle ne peut être non plus fermée, voire corporatiste : elle doit s'ouvrir à la concertation et au dialogue avec les parties prenantes à l'activité ainsi régulée. Tout citoyen doit pouvoir exiger le respect des règles édictées, en introduisant une plainte traitée de manière impartiale. Transparente, cette régulation professionnelle doit prouver son efficacité pour être crédible aux yeux de l'opinion, des consommateurs et des pouvoirs publics.

Ainsi conditionnée, cette pratique normative offre l'avantage de responsabiliser les acteurs du secteur, et de les associer à la régulation de ce dernier. Les pouvoirs publics, débarrassés de la charge de la réglementation et du contrôle du secteur, se contentent, à moindre frais pour le contribuable, de vérifier périodiquement la bonne marche de cette autorégulation concertée. Ils peuvent même lui déléguer certaines tâches, comme le fait le CSA pour la publicité télévisée, qui confie depuis plus de quinze ans à l'Autorité de régulation professionnelle de la Publicité (ARPP) le contrôle a priori des spots publicitaires.

Crédible et transparent, ce mode de gouvernance ne peut que se développer. C'est ce qu'a notamment décidé l'Union européenne depuis le traité "Mieux légiférer " de fin 2003: dans un ensemble de 27 pays, on ne peut légiférer comme avant, il faut utiliser des mécanismes d'auto et de co-régulation, alternatifs et complémentaires à la loi. Tout dans notre siècle y conduit : la globalisation, alors que la loi s'arrête aux frontières, la rapidité des techniques et des échanges, alors que les règles professionnelles sont plus souples et évolutives. La "soft law " de l'autorégulation va dans le sens d'un Etat plus fort et moins coûteux qui sache l'utiliser. La France y recourt encore insuffisamment, sauf dans le domaine de la publicité qui offre, comme dans la plupart des pays, une pratique ancienne et respectée d'autodiscipline reconnue par les pouvoirs publics et par l'Union européenne.

Dans le domaine financier quand les pompiers auront quitté les lieux, une fois l'incendie éteint, il faudra inventer une régulation appropriée, où l'autorégulation aura sa part en apportant des règles professionnelles claires, crédibles et vérifiées. Pourquoi ne pas lui demander aussi d'encadrer les modes de rémunérations des dirigeants, que la loi ne peut seule réglementer ? Non, Monsieur le Président de la République, l'autorégulation n'est pas finie, car elle n'a pas encore vraiment commencé. Elle n'est pas le corporatisme fermé d'une profession, ou une gouvernance laissée à chaque entreprise. Elle est une

régulation professionnelle collective, contrôlée, ouverte et transparente. Elle est appelée à co-produire les normes collectives dont a besoin le marché aujourd'hui. Elle ne peut que se développer, car ce mode de gouvernance est fait pour notre siècle.

Jean-Pierre TEYSSIER

Président de l'Autorité de Régulation professionnelle de la Publicité et de l'Alliance européenne pour l'Ethique en Publicité