

Rapport d'activité 2012



Chambre de Consommation d'Alsace



Rapport d'activité 2012

Chambre de Consommation d'Alsace

Sommaire

Le mot de la Présidente	p. 4
Vie associative	p. 5
Accueil et soutien juridique	p. 7
Centre de ressources	p. 14
Formation et études	p. 15
Les médias consommateurs	p. 17
Alimentation, santé et système de soins	p. 24
Eco-consommation	p. 25
Gouvernance et administration	p. 28
Le budget de la CCA	p. 30

Nous sommes un contre-pouvoir indispensable !



L'année 2012 fut particulière pour la Chambre de Consommation d'Alsace où chacun, salariés et bénévoles, a dû donner plus que jamais le meilleur de lui-même.

Ce fut une année difficile où sans le soutien des collectivités territoriales (Région, Conseils Généraux, CUS), la Chambre de Consommation d'Alsace n'aurait pas pu faire face à la baisse de l'engagement financier de l'Etat, confirmée fin 2011, pour son fonctionnement et pour la continuité des services de qualité apportés au mouvement consommateur depuis plus de 40 ans. Rappelons que cette action a été donnée en exemple par les représentants de l'Etat à de nombreuses occasions au cours de son histoire.

Des efforts ont été faits par chaque salarié pour absorber la surcharge de travail avec des moyens restreints, comme le non-remplacement d'un départ à la retraite et d'un salarié en congé parental.

La chasse aux économies quotidiennes (achat de matériel, déplacements, optimisation du temps et de l'organisation, gel des salaires mais aussi bénévoles acceptant collectivement une diminution du remboursement de leurs frais de déplacements) a permis de maintenir une activité soutenue au service d'une consommation plus équitable, plus respectueuse des hommes et de son environnement.

Depuis 1970, la Chambre de Consommation d'Alsace apporte avec professionnalisme, générosité et ténacité son "savoir-faire" au mouvement consommateur alsacien. Elle effectue également une mission de service public de qualité et gratuit auprès des consommateurs en difficulté dans des domaines très divers : assistance juridique, formation et documentation, alimentation, santé, éco-consommation, médiation... La défense des droits des consommateurs et de leur pouvoir d'achat est au cœur de son action militante.

Les scandales sanitaires et alimentaires depuis les années 1990 ont

secoué nos concitoyens. Certes, ils ont fait avancer le droit et la protection des consommateurs ; la traçabilité des produits, malgré ses imperfections, a fait de grands pas, l'étiquetage est plus transparent et informatif, bien qu'insuffisant.

Mais le monde a changé avec de nouveaux modes de consommation plus écologiques et respectueux de notre environnement, mais aussi plus complexes intégrant des problématiques scientifiques, technologiques, environnementales, sociales et sociétales. Avec eux apparaissent de nouveaux litiges et la nécessité de faire évoluer la législation, pour une meilleure protection du consommateur. La réalité du quotidien nous montre l'existence de nombreuses failles. Il est important que nous restions vigilants afin d'accompagner au mieux nos concitoyens pour qu'ils deviennent des consommateurs-acteurs avertis.

Aujourd'hui, l'avenir est sombre, de nombreuses associations sont plongées dans les difficultés et l'Etat, compte tenu de la crise économique, se désengage de plus en plus financièrement.

En ce qui concerne la Chambre de Consommation d'Alsace, il ne s'agit plus aujourd'hui de trouver des économies de fonctionnement. C'est un réel choix politique qui est en jeu.

Voulons-nous pour l'Alsace un mouvement consumériste fort et exemplaire, capable d'accompagner nos concitoyens dans les mutations de notre société ? Les associations de consommateurs sont un maillon indispensable entre la société civile et le pouvoir politique, un interlocuteur privilégié pour le monde économique, un garant pour le consommateur alsacien de la défense et du respect de ses droits.

Sans ce contre-pouvoir constructif, la confiance du consommateur ne pourra pas être restaurée.

C'est tout l'enjeu que je soumets aujourd'hui à nos financeurs et partenaires pour la continuité de notre mission de service public que nous effectuons chaque jour à la Chambre de Consommation d'Alsace.

Marie-José Fignier

Présidente de la Chambre de Consommation d'Alsace

Vie associative

La commission "Vie associative" est un pilier essentiel de l'organisation du consumérisme alsacien. Véritable assemblée régionale réunie chaque mois, elle organise les débats et la concertation entre les organisations alsaciennes de consommateurs, consolide les synergies, renforce les capacités d'intervention des associations et de tout le mouvement consommateur alsacien.

Fonctionnement de la "Vie associative"

La commission "Vie associative" est composée de représentants de toutes les associations départementales et régionales de consommateurs, membres de la Chambre de Consommation d'Alsace. C'est un élément essentiel, dynamisant, de l'organisation du mouvement consommateur alsacien. Elle se réunit une fois par mois.

Quels sont ses objectifs ?

- Assurer une veille permanente et un débat sur l'actualité consumériste régionale, nationale ou internationale.
- Préparer et suivre les représentations des consommateurs assurées par le mouvement dans les instances publiques ou privées en Alsace.
- Procéder au choix ou au renouvellement des candidats aux postes de représentation avant de les faire valider par le Bureau ou le Conseil d'administration.
- Apporter le soutien technique nécessaire aux concertations avec les professionnels.
- Informer l'ensemble des membres des actions prévues par chaque association pour l'année en cours, en débattre et préciser l'aide technique que la CCA peut apporter.
- Définir les actions pouvant être communes à toutes les associations membres ou à certaines d'entre elles.
- Formuler annuellement les objectifs assignés aux différentes commissions thématiques et les évaluer.
- Prévoir les évolutions et orientations futures du mouvement consommateur alsacien.

En 2012, débats sur l'actualité et actions de terrain

L'actualité consumériste qui a animé l'année 2012 a donné lieu à de nombreux échanges entre les associations de consommateurs au sein des réunions mensuelles de la commission Vie associative.

Pour répondre aux demandes des bénévoles et à un souci d'amélioration permanente de l'efficacité de notre action, la formule de cette commission a légèrement évolué tout au long de l'année 2012. Celle-ci a ainsi donné globalement plus de place qu'avant aux comptes d'expériences des représentants des consommateurs élus par nos instances et à la présentation, par l'équipe sala-

riée, des projets développés sur le terrain avec les associations membres.

C'est ainsi que des interventions suivies de débats avec les membres ont porté sur :

- une enquête réalisée dans les cantons de Villé et du Val d'Argent, qui visait à évaluer la sensibilité des consommateurs à la consommation responsable et à identifier les freins à une consommation locale plus respectueuse de l'environnement et de la solidarité ;
- les circuits courts et les attentes des consommateurs, suite à une intervention réalisée dans le cadre des Rencontres Edgard Pisani organisées par le lycée agricole d'Obernai ;
- les consommateurs et la politique de l'eau, avec la collaboration active de membres bénévoles assurant des missions de représentation dans ce domaine au nom du mouvement consommateur ;
- la Commission Départementale de Surendettement du Haut-Rhin, où siègent deux personnes représentant les associations réunies au sein de la CCA. Dans ce secteur, il est à noter que le nombre de dossiers ne cesse d'augmenter ;
- la gestion des déchets, dont le service Eco-consommation de la Chambre de Consommation d'Alsace a fait un état des lieux avec les associations de consommateurs et les représentants des usagers qu'elles ont élus au sein de nombreuses structures, comme les Commissions Locales d'Information et de Surveillance (CLIS) ;
- l'action de groupe, dont le service juridique de la CCA a exposé les tenants et les aboutissants, dans la perspective du projet de loi sur la consommation en préparation pour le printemps 2013 ;
- les achats de Noël, actualités et alternatives, ou comment réaliser des économies en consommant plus responsable, à un moment où le marketing et la communication essaient d'inciter les consommateurs à dépenser de manière effrénée.



La CCA, un lieu d'échanges

La Chambre de Consommation d'Alsace est un lieu d'échanges et de concertation entre les bénévoles des différentes associations. Les représentants des consommateurs y trouvent les moyens de développer leurs compétences et l'action du mouvement consumériste.

Vie associative

Les sujets d'actualités examinés lors des réunions mensuelles ont été nombreux et variés. Les associations de consommateurs ont notamment suivi de près les thématiques suivantes :

- l'arrivée de Free sur le marché de la téléphonie mobile ;
- le passage des magasins Coop de proximité aux couleurs de la marque Casino ;
- l'évolution des tarifs du gaz et de l'électricité ;
- l'augmentation du prix du panier des ménages ;
- la montée des fraudes à la carte bancaire ;
- la progression du surendettement des particuliers ;
- le "Made in France" et la Marque Alsace ;
- l'indemnisation des agriculteurs exposés aux substances toxiques ;
- le compteur électrique Linky ;
- les tractations sur le prix des carburants ;
- le prix des fruits et légumes et la grande distribution ;
- le retour de la pauvreté en Europe, une opportunité pour certains ;
- l'étude qui accuse les OGM ;
- l'action de groupe ;
- alimentation, à qui profite la hausse ?
- consommation d'énergie, - 20 % en France en 2030 ?
- le développement du "low cost" dans le domaine des transports.

Représentants des consommateurs sur tous les fronts

Les représentations sont assurées dans leur très grande majorité par des bénévoles des organisations alsaciennes de consommateurs.

Les représentants ont comme objectif la défense des intérêts des consommateurs en Alsace.

Les candidats à la représentation des consommateurs sont proposés lors des réunions de la commission Vie associative et mandatés par l'ensemble des associations de consommateurs lors des bureaux ou des conseils d'administration de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Les représentants peuvent se documenter ou débattre au sein de la Chambre de Consommation d'Alsace avec toutes les associations pour alimenter leur prise de position.

Désignés par des élections transparentes et démocratiques, les représentants des consommateurs sont présents dans de nombreuses instances : publiques, privées, d'expertise, consultatives, décisionnelles... Et ceci à différents niveaux : local, départemental ou régional.

A la fin de l'année 2012, nous comptabilisons 168 représentations : 26 régionales, 42 départementales (22 dans le Bas-Rhin, 20 dans le Haut-Rhin) et 100 locales. Certaines instances sont voulues par

l'Etat, d'autre part les collectivités territoriales, les chambres consulaires ou encore des groupements d'acteurs économiques et sociaux. De plus en plus souvent, de nombreuses organisations professionnelles, organismes consulaires ou collectivités associées à leurs travaux les organisations de consommateurs.

Les associations participent, par exemple, à des commissions consultatives sur l'assainissement et la distribution de l'eau, à un comité local de suivi de l'INRA à Colmar, à une cellule de discussion au sein de l'Université de Strasbourg.

Les représentations concernent des domaines très variés de l'activité économique et sociale alsacienne : comités régionaux de suivi, observatoires régionaux, commission régionale de l'économie agricole et du monde rural, comité de certification des produits alimentaires, commissions départementales d'orientation agricole, schéma d'organisation sanitaire, conférence régionale de santé, conseils d'administration d'hôpitaux, commissions des relations avec les usagers des hôpitaux, commissions départementales d'équipement commercial, commissions départementales de l'action touristique, commissions départementales en matière d'hygiène, de risque sanitaire et technologique, commissions départementales de surendettement, comités départementaux "canicule", commissions consultatives des services publics locaux et départementaux, commissions d'agrément, commissions locales de l'eau, commissions consultatives du plan départemental d'élimination des déchets ménagers et assimilés, commissions communales des taxis, commissions locales d'information et de surveillance sur les déchets, conseils de développement de pays, etc.

Les sollicitations, concernant des domaines parfois assez spécialisés, impliquent un bon niveau de connaissances des représentants, auquel la Chambre de Consommation d'Alsace contribue à travers ses actions de formation et l'organisation de nombreuses interventions d'experts du monde économique et social.



Des représentants des consommateurs sollicités dans 168 instances publiques et privées, au niveau local, départemental et régional.

Accueil et soutien juridique

Depuis sa création, en 1970, la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA) a été conçue comme un outil à la disposition des associations de consommateurs et de tous les habitants de la région alsacienne. Le service juridique apporte à l'ensemble des alsaciens, qu'ils soient de simples consommateurs ou des militants associatifs, une aide indispensable en termes d'information, de conseil et de formation.

Une action de terrain au service des associations de consommateurs

En interaction permanente avec les différents services et compétences de l'association (Eco-consommation, Médias, Formation et Etudes, Documentation, etc.), les collaborateurs du service juridique apportent leur appui aux dix-sept associations de consommateurs membres de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Il s'agit d'un travail de terrain, qui est réalisé essentiellement selon trois axes principaux :

- les actions de formation ;
- les commissions juridiques ;
- les mises à disposition de juristes.

Au cours de l'année 2012, le service juridique a proposé quatre sessions de formation à part entière, auxquelles pouvaient participer les bénévoles et salariés du mouvement consumériste alsacien. Ces rencontres ont porté sur les thématiques « Le contrat de bail et ses conséquences », « Automobile : connaître l'essentiel pour éviter les pièges », « Hôpitaux et responsabilité médicale », « Les pratiques commerciales illicites ».

Quatre séances de formation, dix commissions juridiques en 2012

Cette mission de formation se retrouve également au sein des commissions juridiques qui sont organisées mensuellement par nos collaborateurs.

Ces commissions sont un véritable lieu d'échanges d'informations et de pratiques entre les bénévoles des associations et la Chambre de Consommation d'Alsace.

Chaque mois, un point d'actualité juridique est dressé, ce qui permet aux associations de mettre à jour les informations dont elles disposent. Par ailleurs, un temps est consacré à l'étude de litiges particuliers rencontrés dans les permanences des associations, pour lesquels ces dernières ont besoin d'éclaircissements sur des questions de droit.

Parmi les questions traitées en 2012, nous pouvons notamment relever :

- étude du décret du 9 mars 2012 concernant la mise en place d'une amende forfaitaire sanctionnant le tapage nocturne ;
- examen d'un arrêt de la Cour de Cassation du 12 juin 2012, concernant l'application de la garantie légale de conformité à la vente d'animaux domestiques ;
- mise en place du Médiateur national du tourisme et des voyages ;

4 séances de formation en 2012

10 commissions juridiques

10 836 sollicitations en 2012

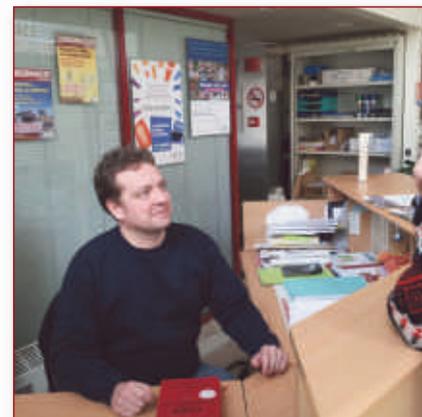
- rapport du Centre d'Analyse Economique (CAE) proposant la mise en place d'une action de groupe ;
- mise en place de l'étiquette de performance énergétique obligatoire pour tout achat de pneus neufs.

Mises à disposition de nos collaborateurs

Les juristes de la Chambre de Consommation d'Alsace assurent de manière ponctuelle des permanences au sein des associations de consommateurs qui ne disposent pas de bénévoles spécialisés en droit de la consommation. Nos collaborateurs sont intervenus sur l'antenne de France Bleu Alsace au nom d'associations membres. En 2012, l'Orgeco et l'UFCS-FR ont bénéficié de ces interventions radiophoniques.

D'autre part, nous enregistrons régulièrement des spots "Info Conso" pour Radio Crésus, site internet de l'association Crésus, Chambre régionale du surendettement social. Ainsi, en 2012, les thèmes suivants ont été traités :

- en février, "L'assurance emprunteur, à quoi faut-il être attentif ?" et "Les coffrets cadeaux" ;
- en juillet, "Le permis de conduire à points" et "Les moyens de paiement" ;
- en décembre, "Les locations saisonnières" et "L'assurance-automobile : le calcul du bonus-malus".



Répartition des sollicitations par secteur d'activités

- Prestations de services	16 %
- Internet, téléphonie mobile	14 %
- La location et le logement	12 %
- Commerce et grande distribution	10 %
- L'automobile	9 %
- Les assurances	7 %
- Banques, établissements de crédit	5 %
- Vente par correspondance, loteries	5 %
- Service public, administration	4 %
- Immobilier, construction	4 %
- Meubles, cuisines	4 %
- Professions libérales	3 %
- Tourisme, loisirs	2 %
- Alimentation, environnement	2 %

Accueil et soutien juridique

Information et appui juridiques gratuits pour les consommateurs

L'accueil et le service juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace ont reçu près de 11 000 sollicitations au cours de l'année 2012. Les demandes sont orientées essentiellement selon deux axes : l'information avant d'opter pour un produit ou un service, l'aide juridique en cas de mécontentement ou de litige.

Dans le cadre de cette mission, les juristes peuvent être contactés par différents moyens : téléphone, courrier électronique ou courrier postal. Bien que nous encourageons l'usage du courrier électronique afin de désengorger nos lignes téléphoniques, les appels téléphoniques représentent encore cette année 61 % des sollicitations. A Strasbourg, un accueil téléphonique et physique est assuré quotidiennement dans les locaux de la CCA, 50 semaines par an.

A Mulhouse, le même service est accessible 3 jours par semaine, 50 semaines par an.

Quatre juristes assurent ces missions d'accueil, d'orientation, d'information et de défense des consommateurs. Le public est reçu sur rendez-vous lorsqu'une intervention amiable s'avère nécessaire.

Les demandes d'information constituent la base des sollicitations

Le service juridique de la CCA tient un rôle important dans l'information des consommateurs qui souhaitent se renseigner au mieux avant de faire une acquisition ou d'envisager de solliciter un prestataire de service.

Ces renseignements ont pour objectif d'aider les consommateurs à choisir l'offre qui correspond au mieux à leurs besoins, mais également de leur permettre d'éviter les principaux pièges de la consommation.

Dans certains cas, la demande d'information est orientée vers le service d'assistance le plus pertinent par rapport à la question posée ou au problème évoqué.

Ainsi, par exemple, un consommateur qui se présente avec un problème relatif à une situation de surendettement sera dirigé vers l'une des associations

En 2012, les appels téléphoniques ont représenté 61 % du total des contacts, les visites physiques à nos permanences 27 %, les sollicitations par courrier 12 %

	Strasbourg	Mulhouse	Total
Appels	4 999	1 640	6 639
Visites	1 861	717	2 578
Courriers	1 134	159	1 293
Rendez-vous	145	114	259
Dossiers	40	27	67
Total	8 179	2 657	10 836

membres de la CCA traitant plus particulièrement de cette thématique.

Par ailleurs, des informations gratuites et facilement accessibles sont mises à disposition des consommateurs, sous forme de plaquettes d'informations ou de documents à télécharger via le site internet de la CCA.

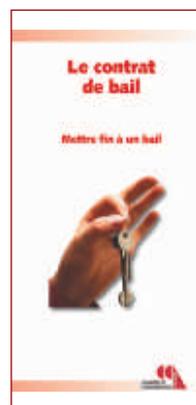
Facilitateur du règlement amiable

Parallèlement à sa mission d'information, le service juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace assure un rôle important dans le règlement amiable des litiges. Les consommateurs le sollicitent afin d'obtenir une information ou un soutien dans le cadre de situations conflictuelles avec les professionnels, et nos juristes s'efforcent de trouver une issue cohérente et amiable aux cas exposés.

Ce soutien est réalisé :

- par le biais de conseils téléphoniques ;
- via des conseils oraux ou écrits ;
- en intervenant directement auprès du professionnel concerné, éventuellement pour lui rappeler ce que lui impose la loi.

Plaquettes d'information diffusées en 2012



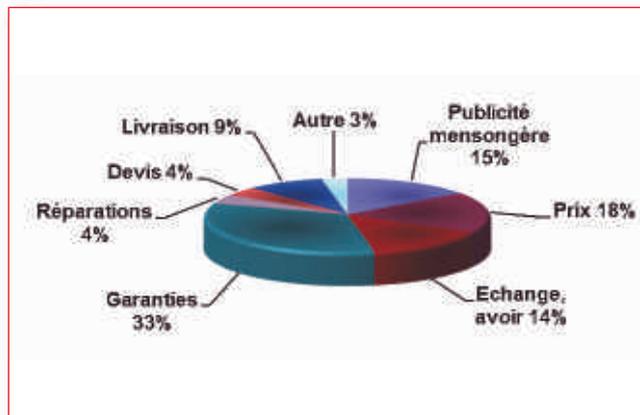
Accueil et soutien juridique

4) Commerce et grande distribution

Avec près de 10 % des sollicitations en 2012, la majorité des réclamations concerne l'application des garanties, qu'elles soient contractuelles ou légales (33 %). Depuis 2005, date d'entrée en vigueur de la garantie légale de conformité, les garanties légales sont rarement appliquées par les professionnels. Soit ils les délaissent au profit des garanties commerciales, soit ils ignorent leur existence. Un nombre conséquent de réclamations concerne, par ailleurs, les prix facturés aux consommateurs (18 %).

Il apparaît également que les prix affichés en magasin ne sont pas ceux qui sont facturés en caisse. Les commerçants arguent souvent qu'une erreur d'étiquetage s'est glissée, sans que cette erreur bénéficie obligatoirement au consommateur.

Commerce et grande distribution



5) L'automobile (achat/vente)

Ce secteur se trouve à la cinquième place du classement, avec 8,5 % du total des sollicitations. La majorité des réclamations porte sur l'application des garanties contractuelles et légales (25 %).

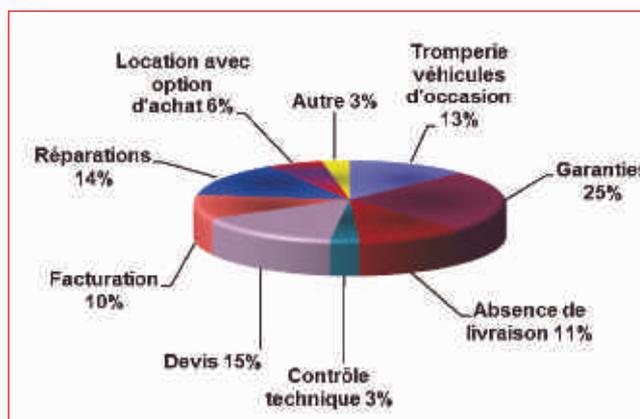
Par ailleurs, le nombre de conflits en matière de réparations reste significatif (15 %).

Trop souvent, dans le cadre des faits qui sont portés à notre connaissance, les réparations effectuées par un garagiste sont inefficaces ou temporaires.

Les consommateurs qui déposent leur véhicule, suite à une panne, le récupèrent dans un état similaire, voire affecté de nouvelles pannes !

Il existe manifestement, là aussi, chez certains professionnels, des difficultés d'application de l'obligation de résultat.

L'automobile (achat/vente)



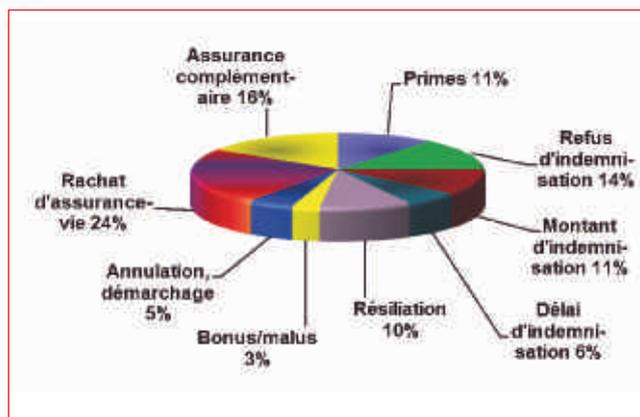
6) Assurances

Avec une légère hausse des sollicitations en 2012, le secteur des assurances occupe la sixième place du classement (6,6 %). Cette année, la majorité des réclamations concerne les rachats d'assurance-vie (24 %), dont les conditions sont souvent peu claires pour les assurés.

Les assurances complémentaires en matière de santé (16 %) sont également pointées du doigt, notamment en raison du refus de prise en compte des affections exclues des conditions générales d'assurance.

Par ailleurs, les refus d'indemnisation sont encore nombreux (14 % des cas). Le conflit a souvent pour origine des conditions générales d'assurance très restrictives qui limitent les possibilités de percevoir une indemnité suite à un sinistre.

Assurances



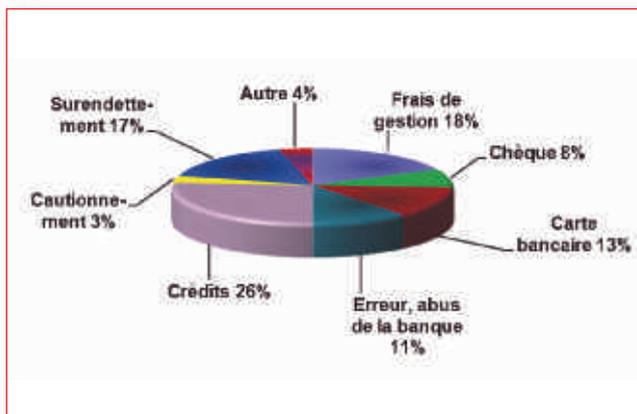
Accueil et soutien juridique

7) Les banques et établissements de crédit

Le secteur bancaire connaît en 2012 une légère régression du nombre de sollicitations (5,1 %). Les litiges concernant les crédits et leur mode de fonctionnement sont les plus nombreux (26 % des cas). Les contestations les plus fréquentes sont relatives au calcul du taux d'intérêt en matière de crédit renouvelable, mais également aux conditions de remboursement anticipé des crédits immobiliers qui génèrent des pénalités.

Les frais de gestion restent également un point de contestation (18 % des cas), notamment ceux portant sur les frais liés à des découverts en compte ou à des chèques impayés. Par ailleurs, les difficultés de gestion du budget et de surendettement des consommateurs se développent et représentent 17 % des cas.

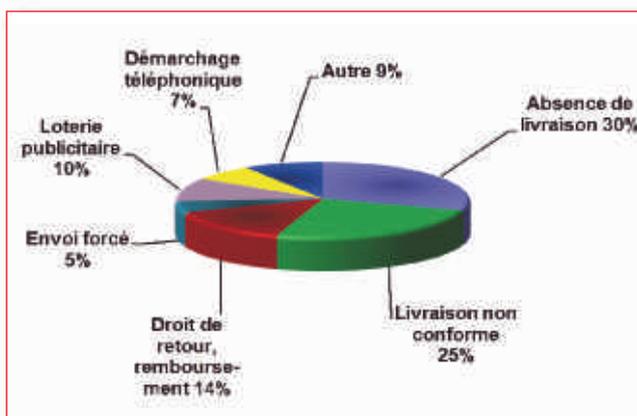
Les banques et établissements de crédit



8) La VPC

Avec 4,6 % de l'ensemble des sollicitations, ce secteur connaît un regain de contestations en 2012. Les consommateurs sont de plus en plus confrontés à des situations dans lesquelles ils n'obtiennent pas la marchandise commandée, notamment suite au placement en liquidation judiciaire du vendeur. De même, il n'est pas toujours évident d'obtenir le remboursement d'un produit qui n'a pas été livré, bien que la législation impose au professionnel un délai maximum d'un mois pour procéder à ce remboursement. Les loteries publicitaires et les envois forcés sont également une source de conflits (15 %). En effet, les consommateurs demandent l'envoi d'un produit promotionnel, via internet, sans s'apercevoir que cette demande dissimule parfois un système d'abonnement pour l'envoi de livres ou de magazines.

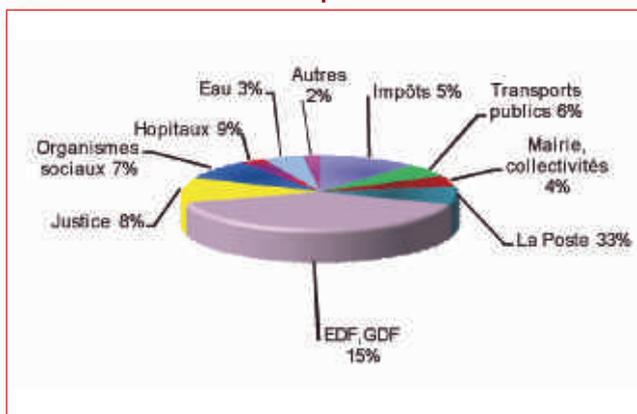
La VPC



9) Services publics

Les services publics se positionnent en neuvième place du classement (4,3 %). Lorsqu'un colis ou un courrier est perdu, la procédure de recherche est souvent très longue et parfois non aboutie. Le secteur du gaz et de l'électricité (15 %) demeure un domaine litigieux, principalement pour des questions de facturation. Concernant les hôpitaux, les contestations sont liées au délai de traitement des factures. Envoyées tardivement ou à des adresses erronées, elles entraînent souvent l'intervention d'une société de recouvrement.

Services publics

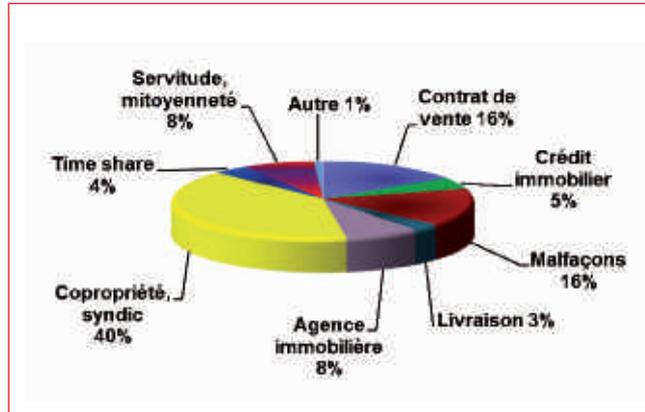


Accueil et soutien juridique

10) Immobilier et construction

Ce secteur connaît un léger recul des sollicitations en 2012 (4,1 % des réclamations). Les contestations les plus significatives ont trait à la gestion des copropriétés par les syndicats (40 %). Les consommateurs se plaignent régulièrement des retards de prise en compte de leurs demandes (travaux, gestion des conflits entre copropriétaires...) ainsi que des choix de gestion qui sont faits. Parallèlement, les sollicitations concernant les malfaçons dans le domaine de la construction représentent 16 % des réclamations. Il est encore trop souvent difficile d'obtenir d'un professionnel qu'il respecte son obligation légale de résultat. La réalité et l'étendue des malfaçons sont fréquemment remises en cause, obligeant souvent les consommateurs à rémunérer un expert pour obtenir gain de cause.

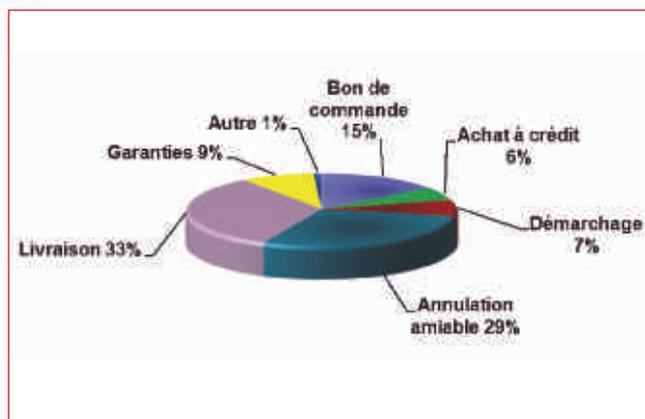
Immobilier, construction



11) Meubles de cuisine

Avec 3,8 % des demandes en 2012, une absence totale ou partielle de livraison, des délais de livraison non tenus ou encore une livraison non conforme au bon de commande constituent le gros des litiges. Les contestations liées à l'annulation amiable des contrats de vente sont elles aussi importantes (29 %). Il s'agit généralement de situations dans lesquelles le bon de commande est signé trop rapidement ou ne contient pas toutes les informations nécessaires à une bonne compréhension de la commande. Les consommateurs, qui pensent souvent pouvoir bénéficier d'un délai de rétractation, concluent hâtivement une vente pour s'apercevoir, par la suite, qu'il est impossible de revenir sur leur engagement sans frais.

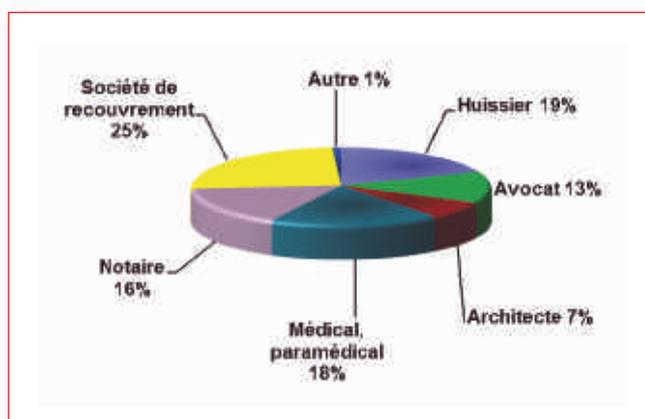
Meubles de cuisine



12) Professions libérales

Dans ce secteur qui représente 3,2 % des sollicitations, les réclamations relatives aux interventions des sociétés de recouvrement et des huissiers restent très fréquentes (44 % des cas). Certains huissiers agissent en dehors des règles de compétence territoriale en effectuant des démarches abusives auprès des consommateurs. Ces débordements sont relayés par les sociétés de recouvrement qui exercent des pressions (appels téléphoniques et courriers récurrents) sur les particuliers, alors même qu'elles ne possèdent aucun document justificatif. Les réclamations relatives aux professions médicales et paramédicales portent essentiellement sur les notes de frais, envoyées par les laboratoires d'analyse médicale suite à la transmission de résultats par courrier.

Professions libérales

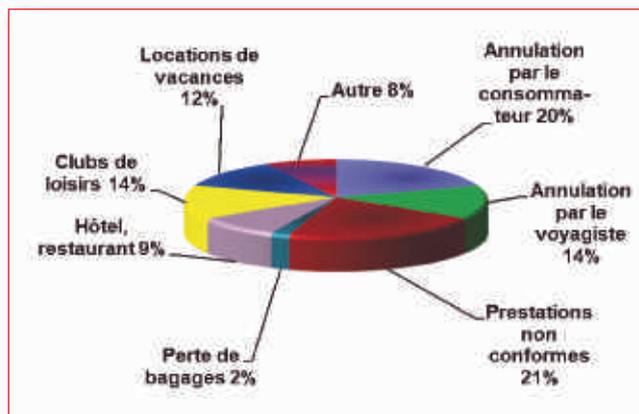


Accueil et soutien juridique

13) Tourisme et loisirs

Les contestations les plus nombreuses (34 %) concernent l'annulation de voyages organisés. Que l'annulation soit imputable au consommateur ou au professionnel, elle génère toujours des contestations importantes sur le montant et le délai de remboursement ou des difficultés de mise en œuvre de l'assurance annulation. Concernant les voyageurs, il s'agit fréquemment de prestations prévues lors de l'achat d'un voyage et qui, en réalité, ne sont pas fournies ou ne le sont que très partiellement. Les locations de vacances génèrent 12 % des contestations, notamment en raison d'absence d'état des lieux et du matériel, ce qui induit par la suite des difficultés en matière de restitution de dépôt de garantie ou d'arhes.

Tourisme et loisirs

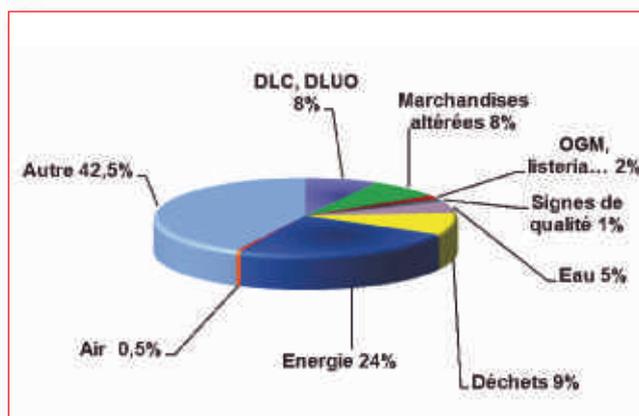


14) Environnement et alimentation

Les réclamations dans ce domaine sont essentiellement dirigées vers l'Espace Info Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace. En effet, les sollicitations les plus fréquentes concernent le secteur de l'énergie, comme l'installation de panneaux photovoltaïques qui ne répondent pas aux attentes des consommateurs en termes de rendement.

Pour ce qui est du secteur "Alimentation", un très grand nombre de contacts provient de questionnaire sur les risques alimentaires. La vente au-delà des dates limites de consommation ou de conservation est encore fréquente.

Environnement et alimentation



Pour contacter le service juridique
Tél. 03 88 15 42 42
Email : service.juridique@cca.asso.fr

Proximité et médiation

Le bilan 2012 des activités du service juridique confirme la nécessité et l'importance du service de proximité que nous offrons à la population alsacienne. Nous informons et orientons les consommateurs dans leurs actes de consommation pour que leurs choix soient plus "éclairés" et qu'ils soient pleinement conscients de leurs conséquences. Mais nous développons aussi un dialogue direct avec les représentants du monde économique, social et institutionnel : vendeurs et prestataires de services, institutions publiques, fédérations et associations de professionnels.

Ainsi, une Commission Médiation a vu le jour au cours de l'année 2012, réunissant la quasi-totalité des corporations artisanales bas-rhinoises. Celle-ci a pour objectif de mettre en place une cellule de médiation composée de juristes de la CCA et de représentants référents des corporations artisanales. Un seul but pour tous : favoriser la résolution amiable des litiges pouvant surgir entre professionnels et consommateurs.

Deux premières réunions ont été organisées en mai et en novembre 2012, en associant la Chambre des Métiers à nos travaux.

Le centre de ressources

Le centre de ressources de la Chambre de Consommation d'Alsace recueille, structure et diffuse l'information au sein du mouvement consommateur alsacien. Il répond aux besoins des associations, de leurs salariés et des consommateurs, via la création d'outils et de services documentaires, textuels et numériques.



Actions et outils

Anticiper les besoins de tous les usagers (bénévoles, salariés et consommateurs), cerner les demandes afin d'y apporter une réponse appropriée et partager l'information consomériste, tels sont les objectifs du centre de ressources. En 2012, il a poursuivi le développement d'outils documentaires et réalisé des actions spécifiquement à destination des bénévoles, des salariés et des associations.

Près de quarante lettres d'information ont été ainsi envoyées de façon hebdomadaire aux membres et bénévoles de la Chambre de Consommation d'Alsace afin de suivre l'ensemble de l'actualité consomériste, les actions et prises de position des associations de consommateurs.

Des interventions régulières en commission "Vie Associative", "Télévision" ou "Consommation responsable", de nombreuses veilles d'actualités et recherches documentaires effectuées par notre documentaliste ont aidé les bénévoles et leurs associations à développer et mettre en valeur leurs activités. Les sujets d'actualité proposés à la commission "Télévision" ont aidé à la réalisation de certaines émissions "Flash Conso" tournées au cours de l'année 2012. Par ailleurs, deux nouvel-

les sessions de formation sur la recherche documentaire sur internet ont permis de rendre les bénévoles plus autonomes dans la maîtrise de cet outil et de les familiariser à l'utilisation de la "banque d'information" de l'Institut National de la Consommation (INC).

Côté consommateurs, le centre de ressources a notamment fait la promotion numérique d'événements autour de la consommation responsable et des économies d'énergie via la création et l'administration d'un blog à l'automne 2012 et en participant à l'enrichissement de la page Facebook de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Enfin, les classeurs de l'Infothèque, qui restent, selon une enquête réalisée en 2011 auprès des usagers, un outil privilégié par les associations familiales, ont été adaptés avec une formule "à la carte", pour toujours mieux correspondre aux besoins des associations et des consommateurs qui viennent les consulter.

Pour contacter le *centre de ressources*

Tél. 03 88 15 42 47

Email : infothek@cca.asso.fr

Formation et études

En 2012, la Chambre de Consommation d'Alsace a développé son offre de formations principalement dans deux directions : d'une part à destination des bénévoles et permanents des associations membres, d'autre part, au profit des stagiaires de la formation professionnelle de la Région Alsace. Par ailleurs, la Chambre de Consommation d'Alsace a réalisé une étude sur la qualité des services rendus aux usagers par les agences de l'eau et de l'assainissement en Alsace.

Formation des associations

L'année 2012 a été marquée par une très forte mobilisation des associations membres autour des actions de formation organisées par la Chambre de Consommation d'Alsace.

En effet, les formations, dispensées dans le cadre de demi-journées ou de journées d'action spécifiques ont permis de réunir pas moins de 537 participants autour de 26 sujets différents.

Dans le domaine du droit, les formations ont été développées autour de 3 grandes thématiques :

- actualités législatives et jurisprudentielles en droit de la consommation ;
- suivi de la réglementation française et européenne sur les problématiques liées à l'alimentation ;
- état des réglementations et attentes des consommateurs dans le domaine de la santé.

En **droit de la consommation**, 11 sessions ont porté sur des sujets spécifiques en réponse aux besoins exprimés par les associations membres :

- *Vente et droits des consommateurs*, formation d'une demi-journée reproduite à 6 reprises sur l'ensemble du Bas-Rhin et permettant d'aborder l'ensemble des litiges de consommation au travers des péripéties d'un consommateur ;
- *Le contrat de bail et ses conséquences*, avec en ligne de mire les différentes étapes de la relation locataire / propriétaire, de l'état des lieux d'entrée à la résiliation du contrat, en passant par la répartition des charges et travaux, les litiges de voisinage, l'opposabilité du règlement de copropriété ;
- *L'automobile*, et tous les problèmes pouvant survenir lors de l'achat d'un véhicule neuf ou d'occasion, au cours d'une location avec option d'achat, ou encore à l'occasion de l'intervention d'un garagiste ;
- *La responsabilité médicale*, afin de décrypter les conditions d'admission et l'obligation de renseignement des établissements hospitaliers, le dossier médical et les droits des patients, la responsabilité sans faute et pour faute ;
- *Les actions de groupe*, avec l'objectif de démêler les tenants et aboutissants de ce recours spécifique, mais contesté ;
- *Consommation et pratiques commerciales*, dans le but d'apprendre à reconnaître les pratiques commerciales contestables et à réagir face à de telles pratiques.

En matière d'**alimentation**, 4 demi-journées ont permis d'aborder :

- la Politique Agricole Commune ;
- le brevet du vivant ;
- les labels et les logos alimentaires ;
- l'huile de palme.

Enfin, en matière de **santé**, deux rencontres ont été organisées, d'une part sur la nécessité de comparer les compléments santé, d'autre part, sur l'efficacité des médicaments.

Dans le domaine de la **consommation responsable**, les formations ont permis d'apporter un éclairage d'une part sur les enjeux économiques et nouveaux litiges dans le domaine de l'éco-consommation, d'autre part sur les outils d'intervention dans le domaine proprement dit de la consommation responsable. Au cours de 16 sessions, ont été abordés :

- les économies d'énergie au quotidien ;
- l'eau du robinet ;
- les déchets ;
- la rénovation BBC (Bâtiment basse consommation) ;
- l'entretien écologique de sa maison ;
- la pollution de l'air intérieur ;
- les polluants et la petite enfance...

Dans le domaine des **médias**, une journée de *Media training* a été consacrée à la Prise de parole à la radio, afin d'acquérir les principes d'une communication pertinente et efficace à l'égard des consommateurs, dans le cadre d'une interview radiodiffusée.

La matinée comportait une partie théorique, avec transmission des outils permettant de faire passer son message ; l'après-midi était dédiée à des exercices pratiques dans un vrai local radio.

Enfin, dans le domaine de la **documentation**, deux journées ont porté sur la recherche documentaire permettant aux participants d'apprendre à :

- rechercher une référence d'article de périodique (*60 millions*, *Que Choisir*, *Le Particulier...*), une fiche juridique ou encore un texte de loi dans les bases de données de l'*Institut National de la Consommation* (INC) ;
- suivre l'actualité de son association dans les parutions des quotidiens régionaux ;
- configurer une veille d'actualités sur son association ou sur une thématique conso.

Au total, ce n'est pas moins de l'**équivalent de 23 journées de formation** qui ont été proposées et organisées par la Chambre de Consommation d'Alsace au profit des associations membres.



Formation et études

Formation tout public...

Aux termes d'un partenariat engagé depuis plusieurs années avec la Région Alsace, la Chambre de Consommation d'Alsace était chargée en 2012 d'organiser 30 modules de formation au profit des stagiaires de la formation professionnelle de la Région Alsace. Le but était de leur donner une information sur des thèmes renvoyant directement à leur quotidien :

- *la consommation responsable : consommer en préservant son budget, sa santé, son environnement ;*

- *consommer sans se faire piéger : les achats suggérés, les moyens de paiement, les conséquences des différents contrats ;*

- *les achats sur internet : les précautions à prendre avant la commande, le paiement électronique, l'exécution de la commande...*

Les modules de formation ont été mis en place avec quatre organismes de formation, sur l'ensemble du territoire alsacien, du 30 octobre 2011 au 30 novembre 2012.

La Chambre de Consommation d'Alsace est ainsi intervenue auprès de 281 stagiaires et volontaires, âgés de 16 à 50 ans et engagés soit dans un service civique, soit dans une formation "Accès à la vie professionnelle" ou une formation "Maîtrise de la langue française". De l'avis tant des formateurs en charge des groupes que des intervenants de la Chambre de Consommation d'Alsace, les stagiaires se sont sentis concernés par les thématiques abordées et retireront un bénéfice plus ou moins immédiat des informations transmises.

Etudes et veille permanente

Le service "Formation et Etudes" a assuré un travail de veille sur l'ensemble des dossiers suivis par les bénévoles de la Chambre de Consommation d'Alsace : OGM, huile de palme, étiquetage des denrées alimentaires...

Cette mission a été réalisée en lien avec la commission "Alimentation", la commission "Télévision" et le journal *Le Consommateur d'Alsace*.

Par ailleurs, en 2012, la Chambre de Consommation d'Alsace a mené une étude approfondie sur la qualité des services rendus par les agences de l'eau et de l'assainissement à leurs usagers.

L'étude a été réalisée au travers, d'une part d'une opération "client-mystère", d'autre part d'une enquête auprès des abonnés du journal *Le Consommateur d'Alsace*.

L'opération "client-mystère" a été conduite auprès des services du Syndicat des Eaux et de l'Assainissement du Bas-Rhin (SDEA), organisme

chargé de la gestion de l'eau et de l'assainissement sur une partie importante du territoire alsacien.

Engagé avec les associations de consommateurs réunies au sein de la CCA dans une démarche globale d'amélioration constante de la qualité des services rendus aux usagers, le SDEA souhaitait mesurer son niveau de "service client" et identifier les éventuelles difficultés rencontrées par les usagers dans leurs relations avec l'entreprise.

L'évaluation a porté sur différents services et activités (Pôle Réseau, Gestion des Abonnés et Cellule Qualité de l'Eau) et a concerné tous les points d'entrée et modes de contact à la disposition des usagers : accueil physique, téléphone et mail.

L'ensemble des salariés et certains bénévoles de la Chambre de Consommation d'Alsace ont participé à l'enquête et joué le rôle du "client-mystère".

Chaque appel, courriel et visite a été comptabilisé et évalué dans une grille sur la base de divers critères : respect des horaires d'ouverture, temps d'attente avant prise en charge ou délai de réponse, présentation et prise de congés, traitement de la demande, etc.

Des dossiers fictifs ont été créés pour les besoins de l'enquête et ont permis de nouer 86 contacts au total sur une période de 6 semaines.

Le bilan de l'opération, les conclusions de l'enquête ainsi que les suggestions d'amélioration ont été consignés dans un rapport début 2013.



Enquête réalisée auprès des abonnés du journal *Le Consommateur d'Alsace*

En complément et en parallèle de l'opération "client mystère" qui a servi à tester la qualité de réponse des services du SDEA aux sollicitations et questionnements des usagers, la Chambre de Consommation d'Alsace a réalisé une grande enquête sur la qualité des services de l'eau et de l'assainissement en Alsace auprès des abonnés du journal *Le Consommateur d'Alsace*.

L'idée était notamment d'identifier une éventuelle différence de perception quant à la qualité des services rendus entre les différents organismes chargés de la gestion de l'eau en Alsace. Ainsi, un questionnaire a été élaboré et adressé aux 2 400 abonnés du journal *Le Consommateur d'Alsace* avec une enveloppe T pour faciliter le renvoi des réponses. Le taux de retour - exceptionnel - des questionnaires a atteint 30 %.



Pour contacter le service formation et études

Tél. 03 88 15 42 44

Email : formation@cca.asso.fr

Les médias consomméristes

La publication de la Chambre de Consommation d'Alsace, *Le Consommateur d'Alsace*, existe depuis 1978. Cela fait bientôt 35 ans que ce bimestriel diffuse de l'information régionale consommériste, relayée par son site et par différentes interventions à la télévision et à la radio.

Le
Consommateur
d'Alsace



Intervention sur France 3 Alsace de Richard Nicolini, rédacteur en chef de la revue *Le Consommateur d'Alsace*, auprès de Martin Hirsch, président de l'Agence du service civique

Le Consommateur d'Alsace, la seule revue régionale entièrement dédiée à la consommation, publie tous les deux mois une enquête sous forme de dossier. Son contenu, 24 pages sans publicité, s'intéresse aux grands sujets du moment. Les associations de consommateurs alsaciennes et le public y trouvent toute l'information utile et nécessaire.

Un contenu varié

Les *commissions Journal* ont lieu tous les deux mois. Durant ces réunions, le rédacteur en chef propose une série de sujets et bien entendu, un dossier central. Chaque proposition est discutée et chaque page s'articule selon un schéma matérialisé par un "chemin de fer" de la façon suivante :

- page 2 : sommaire et Edito
- page 3 : actualité
- page 4 et 5 : actualité consommation (*sous forme de brèves ou de courts articles*)
- page 6 : santé
- page 7 : l'invité du mois
- Page 8 : courrier des lecteurs
- pages 9 à 16 : dossier
- page 17 : la fiche pratique
- page 18 : la conso expliquée aux enfants
- pages 19 : environnement
- pages 20 et 21 : questions-réponses
- page 22 : associations
- page 23 : médias (*calendrier des émissions diffusées sur France Bleu Alsace ou sur France 3 Alsace*)

ce, anciens numéros, page abonnement
- page 24 : société

Les ventes

En 2012, *Le Consommateur d'Alsace* a tout mis en œuvre pour résister à l'érosion des ventes que toute la presse écrite connaît. Par rapport à 2011, le volume des ventes sur l'année a très légèrement baissé. En moyenne, nous avons imprimé quelque 8 950 exemplaires par numéro tandis que la moyenne des ventes s'est élevée à 6 066 exemplaires par parution, hors opération spéciale (1 000 exemplaires).

Bien évidemment, l'absence de publicité est toujours de mise dans cette revue qui se veut indépendante de toute pression économique ou politique.

Le journal des associations

Les associations de consommateurs sont invitées à participer à la *commission Journal*. C'est l'occasion pour elles de faire "remonter" l'information de leurs permanences. Le rédacteur en chef anime la réunion. La Présidente de la CCA, également directrice de publication, et le secrétaire général sont toujours présents.

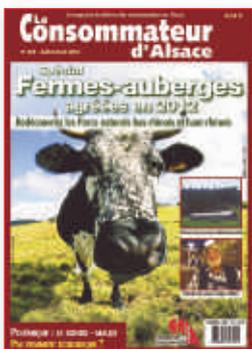
Les médias consuméristes



Numéro 203
(mars-avril 2012)
France ou Allemagne
Services, achats, Où aller ?



Numéro 204
(mai-juin 2012)
Téléphonie mobile
Etat des lieux !



Numéro 205
(juillet-août 2012)
Spécial Fermes-auberges

Qu'il s'agisse de choisir un artisan pour réaliser des travaux, un garagiste pour faire les révisions ou les réparations automobiles, un commerçant pour acheter un bien matériel, une agence de voyage pour partir en vacances, un logement que l'on souhaite acquérir, d'utiliser les services d'une banque mais aussi, de souscrire un contrat une fois que l'on a été démarché par un professionnel, la proximité de l'Allemagne tente bien des consommateurs.

Loin des idées reçues, nous avons passé en revue des critères déterminants, dans chacun des domaines énumérés plus haut. Nous les avons soit comparés à l'aide de tableaux, soit étudiés sous forme de commentaires. Car selon le type d'achat prévu, l'engagement du consommateur ne sera pas le même.

Ainsi, acheter un bien immobilier outre-Rhin suscite une implication bien plus importante que l'achat d'un simple produit marchand. Et une fois le prix du m² comparé, il ne faut pas omettre de prendre en compte d'autres critères non négligeables. Ainsi, dès lors que l'on habite une ville frontalière allemande en tant que résident principal, et même si l'on travaille en

L'arrivée de Free dans le cercle très fermé des opérateurs de téléphonie mobile a bouleversé ce marché très convoité. Jusqu'alors, Orange, SFR et Bouygues telecom régnaient sans partage ; en maîtres ! Sans jamais entendre les associations de consommateurs qui leur réclamaient, depuis de nombreuses années, de revoir leurs tarifs à la baisse. Sans jamais vouloir admettre que les durées d'engagement de 12 ou 24 mois appartiennent à un autre temps. A chaque fois, les trois opérateurs ont rétorqué que les revendications avancées par le monde consumériste étaient irréalistes. Tous ces grands principes, qui, paraît-il, menaçaient la viabilité des entreprises, ont volé en éclats en quelques heures. Car, comme il l'avait déjà fait en 2002 avec l'arrivée de sa box, Free a fait bouger les

L'Alsace compte deux des huit parcs naturels régionaux de France, celui des Vosges du Nord (Bas-Rhin) et celui des Ballons des Vosges (Haut-Rhin). A l'intérieur de ces parcs, vous trouverez les fermes-auberges agréées en 2012 ainsi que les "hôtels au naturel". Outre leurs prestations habituelles, ces établissements cherchent à valoriser les savoir-faire régionaux. Ils ont la particularité de favoriser l'architecture locale et de s'attacher à décorer les lieux avec goût. L'hôtelier au naturel s'engage à vous faire découvrir sa région sous une autre image. Vous y trouverez toute l'information sur les sites touristiques



France, on peut être assujéti à l'impôt sur le revenu outre-Rhin avec les barèmes du pays voisin ! Le Centre Européen de la Consommation (CEC) à Kehl nous a ouvert ses portes, ainsi que sa documentation particulièrement fournie. Avec l'aide de ses juristes, il nous a permis d'élaborer ce dossier.



lignes. Pour acheminer les communications, l'opérateur se sert des infrastructures d'Orange (France telecom) avec lequel il a signé un accord d'itinérance d'une durée de 6 ans, à compter du lancement commercial, portant sur les technologies 2G et 3G ; un accord déjà critiqué par SFR et Bouygues telecom qui ont vu bon nombre de leurs clients les abandonner. Mais quel que soit l'opérateur, des failles subsistent. Ainsi, comme le démontre notre dossier, la notion d'illimité reste parfois très vague voire fautive. Il est donc important de bien lire toutes les lignes de chaque contrat pour savoir à quoi s'attendre. Tâche que le service juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace a réalisée pour vous.

à visiter, comme les randonnées qui valent le détour.

De quoi remplir les belles journées d'été sur notre territoire régional qui n'a pas fini de révéler tous ses secrets.



Les médias consommateurs



En presque 30 ans, le nombre de personnes couvertes par une complémentaire santé a fortement augmenté. En Alsace, il reste tout de même un tiers de la population qui n'en possède toujours pas une. Mises à part les affections de longue durée (ALD) qui, devant leur caractère chronique, nécessitent un traitement prolongé et une thérapeutique coûteuse, et pour lesquelles le ticket modérateur est supprimé, la *Sécurité sociale* ne rembourse pas les soins médicaux à 100 %. Celle-ci détermine un taux de remboursement qui varie d'un acte médical à l'autre.

Ainsi, une visite chez le médecin traitant est remboursée à hauteur de 70 % par le régime général de la *Sécurité sociale* (90 % pour le régime local). Les médicaments ne sont également pas entièrement pris en charge.

Quant aux soins dentaires et d'optique, leur remboursement par l'*Assurance-maladie* est si peu important qu'ils constituent un véritable investissement pour le patient. Au final, entre l'*Assurance-maladie* qui réduit ses remboursements et les complémentaires santé qui, devant supporter de plus en plus de charges, augmentent leurs tarifs, le risque d'une "démutualisation" d'une partie des patients devient une réalité. Plus assez d'argent pour se soigner et pour se payer une complémentaire santé, les patients vont mal. Quant à notre système de santé, au fil du temps, il devient de plus en plus inégalitaire. Bref, le constat est accablant !



Numéro 206 (septembre-octobre 2012)

*Complémentaires santé
Quelles garanties à quel prix*

Y a-t-il vraiment un chef dans la cuisine du restaurant dans lequel vous êtes en train de manger ? Ou bien certains plats proviennent-ils d'un industriel ? Une question légitime à laquelle il est pourtant bien difficile de répondre. Car



aujourd'hui encore, rien n'oblige le restaurateur à l'indiquer. Si les vrais cuisiniers n'hésitent jamais à ouvrir les portes de leur cuisine, pour les autres, c'est une autre histoire. Normal, car il y a "erreur" sur la marchandise ! En effet, si la transparence n'est pas toujours au rendez-vous, c'est parce qu'il n'est pas très flatteur pour un restaurateur d'avouer, par exemple, que le dessert que vous êtes en train de manger, même si celui-ci est excellent, a été conçu par un industriel. Un produit que vous auriez pu acheter sans aller au restaurant et surtout, que vous auriez payé beaucoup moins cher !

Une sacrée épine dans le pied de la profession, d'autant que la législation a du mal à évoluer. Certes, depuis 2007, un titre, celui de "Maître restaurateur", a été créé. Il vise à distinguer ceux qui proposent une cuisine "maison". Soutenu par les pouvoirs publics, ce titre n'a pas obtenu le succès escompté. Tout reste donc à faire. Aujourd'hui, les *Maîtres restaurateurs* sont un peu plus de 2 000 en France, un peu plus de 130 en Alsace.

Bref, ce dossier montre qu'au pays de la gastronomie, rien n'est simple ; et l'Alsace ne déroge pas à la règle. Certains restaurateurs ont ouvert les portes de leur cuisine et n'ont pas hésité à mettre les pieds dans le plat !



Numéro 207 (novembre-décembre 2012)

*Y a-t-il quelqu'un dans la cuisine...
Restaurateurs ou réchauffeurs ?*



Aujourd'hui, de plus en plus de personnes sont victimes de problèmes économiques qui affectent directement leur quotidien. D'ailleurs, les associations de consommateurs mesurent de plus en plus l'ampleur de la crise. Crédits à la consommation, crédits revolving (renouvelables), impayés de factures sur des postes de la vie courante (loyer, gaz, électricité...), crédits pour payer les mensualités d'un premier crédit à la consommation qu'il n'est

plus possible de rembourser..., la liste des aléas est longue. Mais des questions se posent également quant à l'attitude de certaines banques et organismes de financement. Toujours à la recherche de nouveaux clients au crédit, ils ne jouent pas suffisamment leur rôle de donneurs d'alerte. Bien au contraire, à la lecture de certains dossiers, on constate qu'ils octroient des crédits sans compter ! On s'aperçoit qu'ils ne respectent pas toujours leur obligation de conseils. Vérifient-ils toujours de près la solvabilité de ceux qui viennent les voir ? Toutes ces questions sont légitimes. A toujours vouloir vendre plus, les banques vendent mal ! En filigrane, le surendettement pose la question de l'organisation de notre système économique. S'il était mieux ordonné, sans nul doute, un grand nombre de drames pourraient être évités.



Numéro 208 (janvier-février 2013)

*Surenndettement, crédits...
Comment éviter le piège ?*

Les médias consuméristes



Le mot de la Présidente

Présidente de la Chambre de Consommation d'Alsace et directrice de la publication, Marie-José Fignier dirige *Le Consommateur d'Alsace* depuis 2008 avec

passion. Cette année, *Le Consommateur d'Alsace* a revu de fond en comble son site internet. A ce sujet, la présidente explique : « Il était très important de revoir entièrement l'architecture de notre site. Nous avons beaucoup travaillé et réfléchi sur sa forme. Il devait également être suffisamment malléable pour toutes les personnes qui apportent leur contribution rédactionnelle. »

Mais ce n'est pas tout. Des changements sont intervenus également à l'intérieur de la revue.

« Notre magazine a également évolué, continue Marie-José Fignier, en proposant aux lecteurs de nouvelles rubriques. Ainsi, l'invité du mois répond à 10 questions relatives à la consommation. Nous avons également créé une page consacrée aux enfants et à la consommation ainsi qu'une fiche pratique détachable. Aujourd'hui, l'information se pense, se construit et s'articule de façon plurielle. Une revue comme la nôtre doit être capable de proposer à ses lecteurs des textes et des images bien sûr, mais aussi un contenu vidéo. Ainsi, à chaque fois que c'est possible, nous réalisons des interviews filmées qui sont visibles sur notre site. Le lecteur peut ainsi prendre connaissance d'informations que nous ne pouvons pas toujours publier, faute de place dans nos colonnes. »

LES VENTES EN 2012

Malgré les difficultés rencontrées par la presse depuis plusieurs années, notre baisse a été contenue.

En 2012, la Chambre de Consommation d'Alsace a vendu 37 395 exemplaires de son magazine régional.

Les faits et leur analyse... c'est notre devise !

Le Consommateur d'Alsace et le quotidien l'Alsace

Le quotidien *L'Alsace* publie deux fois par semaine (le mardi et le vendredi) deux "Question Conso", questions traitant de tous les problèmes juridiques qu'un consommateur rencontre au quotidien.

Cette collaboration a été lancée il y a cinq ans. Et selon les responsables du journal, ces deux chroniques sont devenues un rendez-vous fort apprécié des lecteurs du journal haut-rhinois.

Pour contacter *Le Consommateur d'Alsace*

Abonnement : Nathalie Schott

Tél : 03 88 24 96 10

Email : abonnement@cca.asso.fr

Rédaction en chef : Richard Nicolini

03 88 24 96 11

Email : journal@cca.asso.fr

Fax 03 88 24 96 14



Les grandes enquêtes de la revue *Le Consommateur d'Alsace* sont reprises par les médias locaux.

Les médias consommateurs

Tous les dimanches soirs, juste avant le journal régional de *France 3 Alsace*, entre 18h55 et 19h00, les Alsaciens ont rendez-vous avec l'information consumériste de leur région.

Le "*Flash Conso*", d'une durée de 90 secondes, adopte un format reportage similaire à ce que l'on peut voir lors d'un journal télévisé. Une voix off pose le sujet. Un membre de l'association de consommateurs à l'origine du sujet apporte un commentaire, voire une solution, au problème soulevé. Parfois, des personnes extérieures aux associations apportent leur témoignage.

Les sujets sont proposés en *commission Télévision* par les associations membres de la *Chambre de Consommation d'Alsace*. Régulièrement, elles se réunissent et discutent des sujets à venir. Les membres de cette *commission* sont également très attentifs aux retours des téléspectateurs. Appels dans les permanences et nombre de visionnages du spot (qui est mis en ligne via le site de la CCA) sont recensés.

Elaboration d'un message fort

Une fois le sujet approuvé et voté, le tournage est programmé. Avant diffusion, le spot est visionné et si cela s'avère nécessaire, des modifications sont apportées.

Un réalisateur, journaliste très impliqué dans le consumérisme depuis une quinzaine d'années, s'occupe de contacter les participants et de programmer le tournage. Il apporte un regard extérieur doublé d'une expertise.

Les téléspectateurs

En 2012, 18 émissions ont été réalisées. Outre des sujets habituels, les membres de la *commission Journal* s'attachent à suivre l'actualité de près afin de prévenir les consommateurs. Le nombre de diffusions et de rediffusions s'est élevé à 52 pour l'ensemble de l'année 2012.

Le jour de la diffusion (dimanche) et l'heure (entre 18h55 et 19 heures) contribuent fortement au succès des spots. Diffusé juste avant le journal d'information régionale, l'audience est particulièrement élevée pour un programme local. Selon la chaîne, la moyenne des téléspectateurs devant leur télévision se situe aux alentours des 13 %.

Au fil des ans, le *Flash conso* est devenu un rendez-vous très suivi. Ces diffusions sont très importantes pour le mouvement consumériste alsacien car il renforce la notoriété des associations de consommateurs et de la *Chambre de Consommation d'Alsace*.



En 2012, de nombreux médias régionaux (et nationaux) ont fait appel à la revue Le Consommateur d'Alsace pour évoquer son travail. France 3 Alsace, Alsace 20, TF1, France Bleu Alsace, Les Dernières Nouvelles d'Alsace, L'Alsace et le site Rue89 en faisaient partie.



L'AUDIENCE EN 2012

Environ 13 % des téléspectateurs* devant leur écran regardent France 3 Alsace au moment de la diffusion de Flash Conso à 18h55 tous les dimanches soir.

* source France 3 Alsace

Les médias consommateurs

→ Les émissions produites et diffusées en 2012

18 émissions ont été produites entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2012 :

- | | |
|--|----------------------|
| 1 - « Risques alimentaires... 50 réponses à connaître » | - CCA |
| 2 - « Rachat et/ou la revente de l'or » | - CRESUS ALSACE |
| 3 - « Seniors en vacances » | - FAVEC 68 |
| 4 - « Les paniers fraîcheurs de la SNCF » | - CDAFAL 68 |
| 5 - « France / Allemagne : services, achats où aller ? » | - CCA |
| 6 - « Téléphonie mobile : état des lieux ! » | - CCA |
| 7 - « Assurance annulation voyage » | - AGF 68 |
| 8 - « Le Diagnostic de Performance Energétique (DPE) » | - CNL 67 |
| 9 - « Spécial fermes-auberges agréées en 2012 » | - CCA |
| 10 - « Les plastiques alimentaires, un risque pour votre santé » | - AGF 67 |
| 11 - « L'huile de palme : quels risques pour la santé ? » | - ORGECO 67 |
| 12 - « OGM : le point sur l'étiquetage des produits » | - UFCS – FR 67 et 68 |
| 13 - « Complémentaires santé – Quelles garanties à quel prix ? » | - CCA |
| 14 - « Le chauffage au granulé de bois » | - CDAFAL 68 |
| 15 - « Le micro crédit personnel » | - CRESUS ALSACE |
| 16 - « Y a-t-il quelqu'un dans la cuisine... Restaurateurs ou réchauffeurs ? » | - CCA |
| 17 - « Droit de réversion : pour qui et à quelles conditions ? » | - FAVEC 68 |
| 18 - « Encadrement des loyers en Alsace » | - CNL 67 |

Flash Conso, tous les dimanches à 18h55



France 3 Alsace diffuse tous les dimanches soirs, entre 18h55 et 19 h00, un spot conso.

Il est proposé par les associations de consommateurs alsaciennes, membres de la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA).

Intitulés *Flash Conso*, ces spots sont conçus lors de commissions dont la périodicité est mensuelle.

A chaque réunion, le point sur l'actualité consumériste du moment est fait. Les thèmes choisis sont ensuite tournés.

Les coordonnées de l'association ayant été à l'origine du sujet apparaissent à l'écran en fin de spot. Les téléspectateurs désirant avoir plus d'informations peuvent ainsi la contacter directement. S'il le faut, le service juridique de la CCA prend le relais et apporte son soutien (à la fois technique et logistique) aux associations de consommateurs en faisant la demande.



Les médias consommateurs

LA CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE A UN NOUVEAU SITE INTERNET. PLUS MODERNE ET PLUS CONVIVAL, IL PERMET UN MEILLEUR AGENCEMENT DE L'INFORMATION.

En 2012, le site de la *Chambre de Consommation d'Alsace* (CCA) a fait peau neuve avec un bandeau qui reprend le nom de la revue qu'elle publie, *Le Consommateur d'Alsace*. Plus moderne et mieux adapté aux besoins du moment, il est un relais d'opinion entre la CCA et les Alsaciens. Outre la partie rédactionnelle qui a été complètement réaménagée, l'internaute navigue plus facilement entre les nombreuses rubriques.

Un outil moderne et convivial

Comme pour le précédent site, le haut de la page d'accueil est consacré à l'actualité de la revue publiée par la CCA, *Le Consommateur d'Alsace*. Des vidéos issues du dossier et de différents articles sont immédiatement visionnables. L'internaute peut également visionner des interviews, là encore réalisés pour la publication.

De nouveaux onglets sont apparus, comme celui consacré à *l'alimentation*. De nombreuses fiches sont téléchargeables ainsi que le bon de commande et le bulletin d'abonnement à la revue. La page d'accueil, qui s'articule comme un blog, permet à l'internaute de lire les derniers articles parus sur le site.

Fiches pratiques et liens vers de nombreux sites officiels ouvrent de grandes possibilités pour l'internaute qui peut trouver un très grand nombre d'informations.

Bien évidemment, des pages sur la structure, sur les missions et sur le fonctionnement de la CCA et des associations de consommateurs alsaciennes permettent à l'internaute de mieux appréhender notre activité pour mieux pouvoir en bénéficier.



Le lundi matin en direct sur France Bleu Alsace

Avec une participation de plus de dix ans, les juristes des associations de consommateurs et de la *Chambre de Consommation d'Alsace* (CCA) sont presque chez eux dans les studios de *France Bleu Alsace* !

Ces interventions permettent aux auditeurs de poser des questions en direct. Un juriste, spécialisé en consommation, y répond immédiatement. Ces émissions se déroulent le lundi matin, entre 8h55 et 9h30.

Quand l'expert ne peut pas résoudre immédiatement le problème, il invite le consommateur à prendre contact avec lui hors

antenne. Et s'il le faut, le consommateur se rendra dans les locaux de la CCA, ou se mettra en relation avec une association susceptible de l'aider.

Témoignages ou nouveautés en termes de législation, les auditeurs suivent avec grand intérêt ces interventions.

Nous vivons dans un monde où l'information circule très vite et ce, par une multitude de canaux. L'avantage de la radio, c'est qu'elle permet de s'exprimer directement et avec rapidité. Et cela, les associations de consommateurs l'ont bien compris.



Alimentation, santé et système de soins

De plus en plus, l'alimentation est perçue comme le 1^{er} facteur d'une bonne santé. Certes, tous les problèmes de santé ne peuvent pas être résolus par un bon équilibre alimentaire. Mais inversement, l'absorption de quantité trop importante de matières grasses, de sucre ou de sel peut être à l'origine de diverses maladies. Réunies au sein de la commission Alimentation de la Chambre de Consommation d'Alsace, les associations de consommateurs réalisent un important travail de veille sur tous les sujets sensibles en lien avec l'alimentation et militent en faveur d'une clarification de l'information dans ce domaine.

Alimentation : un travail de veille

Depuis plusieurs années, l'actualité regorge de scandales plus ou moins importants dans le domaine de l'alimentation et l'année 2012 n'a pas fait exception à la règle.

Les organisations alsaciennes de consommateurs suivent avec grand intérêt tous les dossiers sensibles liés à l'alimentation.

En matière d'OGM, tout d'abord, les associations alsaciennes de consommateurs se sont félicitées de l'entrée en vigueur en mars 2012 d'un nouveau moratoire interdisant la mise en culture du maïs génétiquement modifié MON810 sur le territoire national. Elles ont approuvé par ailleurs la mise en place de l'étiquetage "sans organisme génétiquement modifié" pour les ingrédients d'origine végétale contenant moins de 0,1 % d'OGM, mesure qu'elles appelaient de leur vœu depuis 2008.

Mais parallèlement, elles se sont émues d'une part de la découverte de colza OGM dans la région bâloise, et d'autre part, des résultats très alarmants d'une étude menée pendant deux ans dans la région de Caen sur 200 rats de laboratoire.

Ces deux exemples confortent, si besoin en était, les associations de consommateurs dans leur demande d'interdiction générale de culture tant que l'innocuité des OGM sur le long terme n'aura pas été démontrée.

D'autres sujets ont aiguisé la vigilance des associations alsaciennes de consommateurs :

- le virus de Schmallenberg : maladie d'élevage affectant les ruminants et se manifestant par de la fièvre, une chute de production, des malformations à la naissance. Non contagieux d'un animal à l'autre, le virus est transmis par des insectes piqueurs. Il a été identifié fin 2011 au Pays-Bas et en Allemagne, avant de s'étendre à toute l'Europe. En France, on recensait 2 650 élevages touchés en juillet 2012. Le risque présenté par le virus étant négligeable pour la santé humaine selon la Commission Européenne et l'OMS, la surveillance clinique mise en place dès le début de l'année en France a été levée en novembre 2012.

- l'huile de palme et les risques d'un recours excessif sur les plans sanitaire et environnemental ;

- les dangers du *bisphénol A*, interdit dans tous les contenants alimentaires à compter d'octobre 2013 ;

- l'éventuelle réintroduction des farines animales dans l'alimentation des animaux de ferme et poissons.

Clarification de l'information

La commission "Alimentation" a entrepris de clarifier l'information des associations et des consommateurs au travers de temps de formation et de fiches pratiques.

Les temps de formation ont porté sur différents sujets d'actualité :

- la Politique Agricole Commune, le rôle de la DRAAF et enjeux régionaux ;

- le brevet du vivant ;

- les labels et logos alimentaires en question ;

- l'huile de palme - retour sur expérience.

Des fiches pratiques ont été réalisées en vue de leur publication sur le nouveau site de la CCA, comportant désormais un onglet "Alimentation".

Sur une page, format A4, ces fiches abordent l'essentiel de thèmes, tels que les oméga, les œufs, les plastiques alimentaires, les tisanes, l'étiquetage "sans OGM", etc.

Santé et système de soins

Les membres bénévoles des associations de consommateurs réunies au sein de la Chambre de Consommation d'Alsace ont encore participé en 2012 à plus de 70 instances hospitalières ou de santé publiques de la région, en tant que représentants des usagers. La désignation des représentants des usagers est proposée et votée dans le cadre de nos réunions mensuelles "Vie associative", qui permettent aux membres d'échanger leurs expériences de terrain.

La commission "Santé" s'est par ailleurs réunie à deux reprises. En juin, ses membres ont visité l'Unité de Production Culinaire de l'hôpital Emile Muller, à Mulhouse. En octobre, le Docteur Alain Boetsch, Président du syndicat des pharmaciens du Bas-Rhin, est venu débattre avec les associations de consommateurs sur la thématique "Médicaments ou placebos ?".

Eco-consommation

Adapter nos modes de consommation, en tenant compte de notre budget, de notre santé, des impératifs économiques, sociaux, et environnementaux, est-ce réellement possible ? Quelle est l'efficacité réelle des éco-gestes que nous mettons en œuvre ? Qu'en est-il de la sincérité des labels ou logos mis en avant ? En 2012, nos associations ont largement été interpellées autour de ces questions. Plutôt que de recourir à des réponses toutes faites, elles se sont efforcées de trouver des solutions réellement adaptées aux besoins des consommateurs.

Voir plus clair

Nos dépenses énergétiques impactent toujours plus lourdement nos budgets et les questions se bousculent : Quel comportement adopter ? Comment lire ma facture ? Rénover, isoler... par où commencer ? Changer de chaudière ? Existe-t-il des aides financières ? BBC, qu'est ce que c'est ? RT 2012 ? Panneaux solaires, pour qui et pour quoi faire ? Maison passive, mais encore ... ? Au total, nous avons renseigné directement plus de 1 700 personnes autour de sujets relevant des économies d'énergie grâce à notre présence sur le terrain.

Parmi les actions fortes réalisées par la CCA en 2012, on compte notamment des stands à destination du grand public dans le cadre des salons "Habitat - Maison de Printemps", "Bio & Construction saine", "Foire Européenne", des temps d'information Energie pour les salariés d'entreprises, des habitants, ainsi qu'une participation active à la "Fête de l'Energie en Alsace". A tout cela se sont ajoutées des rencontres mensuelles avec des professionnels et une formation continue grâce à des intervenants spécialisés, pour une information optimisée de tous les consommateurs et de leurs associations en Alsace.

Energie : conseils et appuis

En 2012, toujours en partenariat avec l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), nous avons pu conseiller directement 577 ménages qui nous ont consultés afin de clarifier leurs choix en matière d'économies d'énergie, sans parti pris pour l'une ou l'autre forme d'énergie ou d'équipement, dans le respect des situations et convictions de chacun.

Problème → solution !

Les associations de consommateurs en Alsace ont développé une expertise spécialisée afin de :

- prévenir les litiges liés aux actions et travaux engagés par des consommateurs pour réaliser des économies d'énergies et recourir aux énergies renouvelables ;
- clarifier les litiges et problèmes existants, exposés par les particuliers, consommateurs, et les relais auprès des collectivités territoriales ;

- régler dans les meilleures conditions possibles les litiges et problèmes identifiés.

Au total, 126 dossiers ont pu être suivis et résolus au courant de l'année 2012.



Intervention du conseiller Info-énergie de la CCA, le 19 avril 2012, à Masevaux.
Thème de l'intervention : Le droit du consommateur



Actions Eco-consommation 2012 - Chiffres clé

214 interventions publiques réalisées ;

154 interventions en milieu scolaire ;

60 interventions destinées aux adultes ;

7 281 personnes directement contactées ;

12 émissions TV (hors "Flash conso") sur France 3 Alsace

Déchets : des réductions à notre portée

En 2012, nous avons multiplié nos interventions sur le terrain auprès de groupes scolaires. Notre animation « Pizzi, la boîte à pizza », devenue « Hop'la Feuille », a été présentée aux enfants d'écoles maternelles de l'agglomération colmarienne. Au total, plus de 2 950 élèves de 118 classes ont été ainsi sensibilisés de manière ludique à la réduction des déchets. De nombreuses autres animations ou interventions sur mesure ont été réalisées à travers l'Alsace tout au long de l'année. Afin de permettre à chacun d'agir à son niveau, nos partenariats avec différents communautés de communes, d'Agglomérations et avec la Communauté Urbaine de Strasbourg se sont développés sur les thématiques concernant les déchets ménagers, le suremballage, l'obsolescence programmée et le gaspillage alimentaire. Ils ont donné lieu à plus d'une cinquantaine d'interventions à travers l'Alsace, destinées tant aux relais sociaux qu'aux groupes de citoyens, dans le but de comprendre les problèmes posés et surtout, d'y trouver des solutions adaptées à chacune et à chacun d'entre nous.

Eco-consommation

nissement dans le Bas-Rhin, par téléphone, par courrier et dans le cadre de visites physiques des points d'accueil existants.

Une dizaine de salariés de la CCA a tenu le rôle de ce "client-mystère". Chaque contact a été répertorié et évalué sur la base de différents critères, comme le respect des horaires d'accueil, le temps d'attente, le délai de réponse aux sollicitations, le traitement de la demande, la clarté des explications, etc.

En complément de l'opération "client-mystère", nous avons réalisé une grande enquête sur la qualité des services de l'eau et de l'assainissement en Alsace auprès des abonnés du journal "Le Consommateur d'Alsace".

ordre d'idées que les associations de consommateurs d'Alsace ont mené l'enquête avec des particuliers, dans le cadre d'ateliers pratiques prenant la forme de visites de supermarchés et de lieux de distribution. Tout en restant fermement ancrés dans le réel et l'existant, ces ateliers, qui ont mobilisé près de 600 personnes en Alsace au cours de l'année 2012, ont permis d'interroger les habitudes, réflexes et certitudes que nous pouvons avoir concernant nos achats : "Label = plus cher", "vert = bio", "plastique = sûr" et tant d'autres idées reçues que nous ne vérifions pas toujours.

Accessible à tous

Afin de dépasser le "bouche-à-oreille" entre initiés et cercles privés, les associations de consommateurs ont trouvé - en partenariat avec des producteurs engagés en matière de solidarité et d'environnement en Alsace - les moyens les mieux adaptés pour une diffusion plus large à tous les publics des possibilités de consommer en respectant toujours plus ses convictions et son budget, à proximité de chez soi. Ce travail de fond donnera lieu en 2013 à de nouveaux outils adaptés aux besoins du plus grand nombre de consommateurs alsaciens.



L'idée était notamment d'identifier une éventuelle différence de perception quant à la qualité des services rendus entre les différents organismes chargés de la gestion de l'eau en Alsace. Un questionnaire a été élaboré et adressé aux 2 400 abonnés du journal "Le Consommateur d'Alsace". Le taux de retour - exceptionnel - a atteint 30 %.

Consomm'action ?

Au-delà des clivages traditionnels entre professionnels et consommateurs, maximisation des profits des uns et défense des intérêts collectifs, les associations de consommateurs en Alsace ont engagé des actions permettant à chacune et à chacun de construire sa consommation au plus près de ses besoins et de ses convictions personnelles.

Consommateur ≠ victime

Les achats routiniers, toujours plus chers, sans traçabilité, sans connaissance des modes de production, de leurs impacts sur notre santé, notre environnement, notre économie et notre société ne sont pas une fatalité. C'est dans cet



Pour contacter le Service Eco-consommation
Tél. 03 88 24 96 12 ou 03 88 24 96 13
Email : eco2@ecoconsommation.org
Email : eco3@ecoconsommation.org

Gouvernance et administration

Au 31 décembre 2012, la CCA, association de droit local, compte 17 adhérents. Il s'agit d'associations de consommateurs de la région Alsace.

Les associations membres

La Chambre de consommation d'Alsace compte trois collèges. Le collège des mouvements de consommateurs est composé des fédérations et délégations départementales affiliées à une association nationale de consommateurs agréée.

Le collège des membres associés regroupe les associations départementales ou régionales s'occupant de problèmes spécifiques de consommation et dont le champ d'application est notamment reconnu.

Le troisième collège est celui des "membres qualifiés", choisis pour leurs compétences en matière de consommation.

→ Le collège des mouvements de consommateurs

	- AFOC Bas-Rhin	Association Force Ouvrière Consommateurs	
	- AGF Bas-Rhin	Association Générale des Familles	
	- AGF Haut-Rhin	Association Générale des Familles	
	- CDAFAL Haut-Rhin	Conseil Départemental des Associations Familiales Laïques	
	- CNL Bas-Rhin	Confédération Nationale du Logement	
	- CNL Haut-Rhin	Confédération Nationale du Logement	
	- CSF Bas-Rhin	Confédération Syndicale des Familles	
	- Familles Rurales Bas-Rhin	Fédération départementale Familles Rurales	
	- MFA Bas-Rhin	Mouvement Familial d'Alsace	
	- ORGECO Bas-Rhin	Organisation Générale des Consommateurs	
	- ORGECO Haut-Rhin	Organisation Générale des Consommateurs	
	- UDAF Bas-Rhin	Union Départementale des Associations Familiales	
	- UFCS - FR Bas-Rhin et Haut-Rhin	Union Féminine Civique et Sociale - Familles Rurales	
	- URAF	Union Régionale des Associations Familiales	

→ Le collège des membres associés

	- COLECOSOL	Collectif pour une Economie Solidaire - Alsace	
	- CRESUS Alsace	Chambre Régionale du Surendettement Social	
	- FAVEC	Fédération d'Associations de conjoints survivants	CRESUS

→ Le collège des membres qualifiés

Il est actuellement composé de 18 personnes, choisies pour leur compétence en matière de consommation et leur connaissance du mouvement consommateur.

Gouvernance et administration

Les administrateurs de la Chambre de Consommation d'Alsace en 2012

Bureau			Conseil d'administration		
			Membres des 1^{er} et 2^{ème} Collèges		Membres qualifiés
Marie-José FIGNIER	Présidente	UFCS-FR	Claude AMAR	ORGEKO 67	Résie BRUYERE
François RAOUL	Vice-Président	CNL 68	Daniel DIETRICH	ORGEKO 68	Annie CHARDON
Pierre MAPPES	Vice-Président	AFOC	Marie-José CAILLER	URAF	Léonard FURST
Laurence GRANDJEAN	Trésorière	ORGEKO 67	Annie CHARDON	CNL 68	Myrose GRAND
Christiane KOBEL	Secrétaire	CDAFAL	Marguerite KOCH	AGF 67	Geneviève HARTLAND
Marguerite KOCH	Assesseur	AGF 67	Danielle POULIQUEN	CNL 67	Marie IGOT
Marie-José CAILLER	Assesseur	URAF	Colin RIEGGER	CSF 67	Fernand KACHELHOFER
Daniel DIETRICH	Assesseur	ORGEKO 68	Marie-José FIGNIER	UFCS-FR	Thomas KIPP
Raymond HAEFFNER	Assesseur	CNL 67	Laurence GRANDJEAN	ORGEKO 67	Marguerite KOCH
Bénédicte MARILLER	Assesseur	UFCS-FR	Raymond HAEFFNER	CNL 67	Françoise MAIER
Yves RENOUX	Assesseur	AGF 68	André SCHWARZ	COLECOSOL	Louis MEYER
Marie-Josée VOLKRINGER	Assesseur	CSF	Christiane HEINZ	AFOC	Michel OBERON
			André KARPOFF	AGF 68	Annie PIERRE
			Gaby KIEFFER	CNL 67	Simone ROHE
			Isabelle KLEM	CDAFAL	Christiane VELINOT
			Christiane KOBEL	CDAFAL	Elisabeth VIERLING
			Pierre MAPPES	AFOC	Emmanuelle VIERLING-KOVAR
			Bénédicte MARILLER	Familles rurales	Jo WEBER
			Marie-Rose MARZOLF	UFCS-FR	
			Djafar MOUSLI	ORGEKO 68	
			Denise MULLER	FAVEC	
			Francis RAOUL	CNL 68	
			Yves RENOUX	AGF 68	
			Marie-Josée VOLKRINGER	CSF	
			Isabelle VOLOCHINOFF	CNL 68	

... et l'équipe salariée

Vincent DORFNER : Secrétaire général

Fritz FERNANDEZ : Secrétaire général - adjoint

Bernadette DAUFFER : Secrétaire (départ à la retraite fin octobre 2012)

Arcole THOMAS : Comptable

Laurence LOËGEL : Responsable du Service Formation Documentation

Julie DECOURBE : Documentaliste

Richard NICOLINI : Responsable du Service Media

Nathalie SCHOTT : Assistante, Gestion des abonnements

Fritz FERNANDEZ : Responsable du Service Eco-Consommation

Chloé LETEMPLIER : Chargée de mission

Giovanna LACRIOLA : Chargée de mission

Gilles DIDIER : Chargé de mission

Marie-Line WAECHTER : Responsable du Service Juridique

Olivier MINERY : Juriste

Jean-Jacques BAUD : Juriste

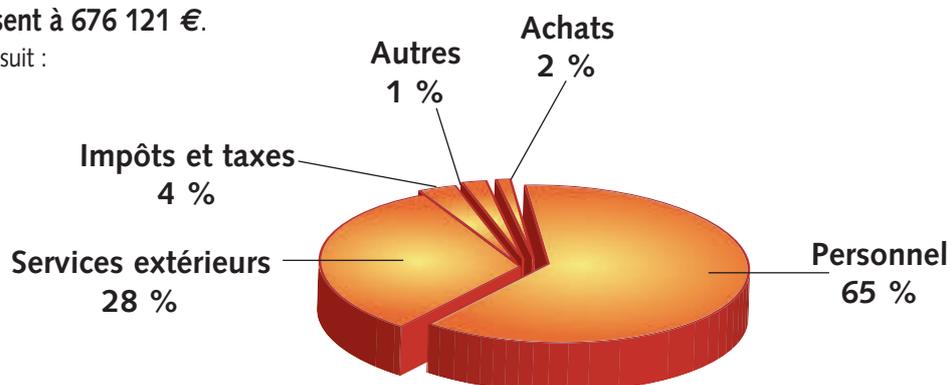
Le budget de la CCA

→ Le Compte de résultat

Le compte de résultat 2012 fait apparaître les données suivantes :

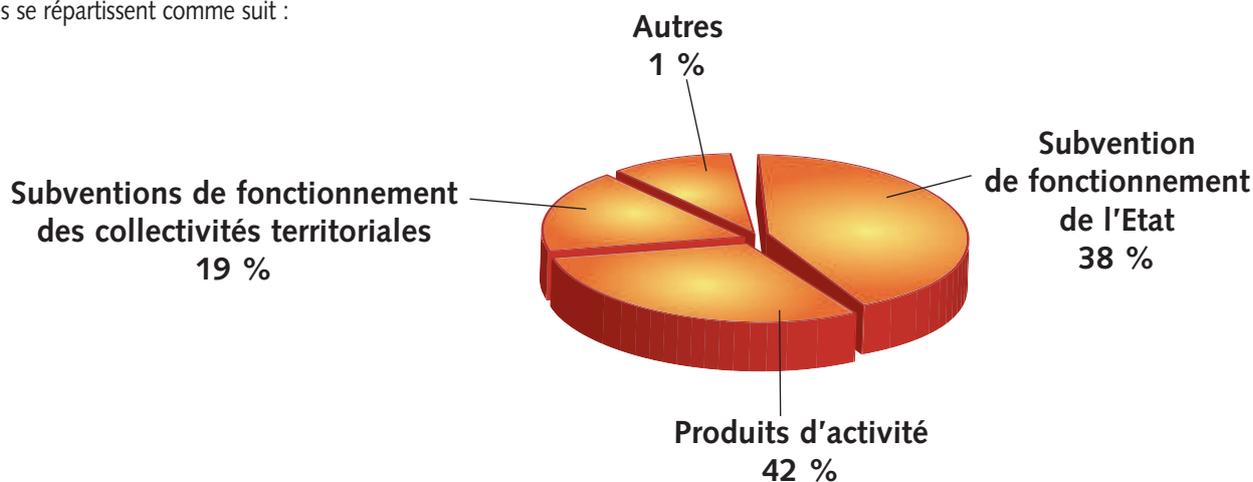
Les dépenses s'établissent à 676 121 €.

Elles se répartissent comme suit :



Les recettes s'établissent à 693 114 €.

Elles se répartissent comme suit :



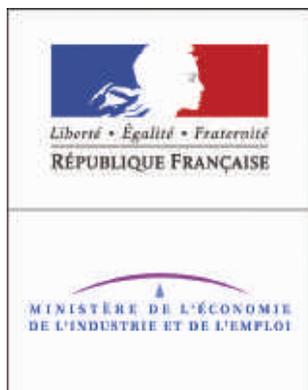
→ Le résultat 2012

L'exercice 2012 présente un résultat positif de 16 993 €.

Pour contacter le service administratif :
Tél : 03 88 15 42 40
Fax : 03 88 15 42 41
Email : contact@cca.asso.fr

Nos Partenaires financiers

Nous remercions nos principaux partenaires financiers publics :



Ainsi que tous les autres partenaires qui nous ont accompagnés en 2012 dans la réalisation de nos missions et de nos projets comme l'ADEME, le SDEA, la Communauté d'Agglomération de Colmar...



CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE

A STRASBOURG :

Siège social

7 rue de la Brigade Alsace Lorraine - BP 6

67064 STRASBOURG CEDEX

Tél. 03 88 15 42 40 - Fax 03 88 15 42 41

E-mail : administration@cca.asso.fr

A MULHOUSE :

33 Grand rue

68100 MULHOUSE

Tél. 03 89 33 39 79 - Fax 03 89 33 39 78

E-mail : cca68@evhr.net

www.cca.asso.fr