

Rapport d'activité 2010

Chambre de Consommation d'Alsace



40^e anniversaire

Rapport d'activité 2010

Chambre de Consommation d'Alsace

Sommaire

Vie Associative	p. 4
Accueil et soutien juridique	p. 8
Centre de ressources	p. 14
Service formation	p. 15
Les médias consommateurs	p. 17
Alimentation, santé et système de soins	p. 24
Eco-Consommation	p. 25
L'Europe des consommateurs	p. 29
Organisation et gouvernance	p. 31
Le budget de la CCA	p. 34

40 ans de générosité, d'imagination et de savoir-faire au service du mouvement consommateur alsacien



La fin de l'année 2010 a été marquée par un évènement particulier : celui du quarantième anniversaire de la *Chambre de Consommation d'Alsace* (CCA).

40 ans durant lesquels les bénévoles des associations de consommateurs et les salariés de la CCA ont travaillé ensemble avec générosité, passion et savoir-faire pour faire vivre le mouvement consommateur alsacien.

Née en décembre 1970 à l'aube d'une période économique difficile, les consommateurs s'organisent et mettent en place des moyens collectifs d'analyse, de contrôle et de défense des consommateurs pour faire face à la puissance des producteurs et des distributeurs.

La CCA est constituée, à l'instar des Chambres de commerce et d'industrie, d'agriculture et des métiers.

C'est une formidable dynamique qui va se mettre en place et évoluer au cours des années, enrichie de toute la vitalité des associations alsaciennes de consommateurs.

Au cours de toute son histoire, les causes à défendre ont été multiples : le pouvoir d'achat, la défense du droit des consommateurs à une information claire et accessible à tous, la garantie de contrats respectueux de l'intérêt des deux parties, les chartes de qualité, la transparence des prix, le respect de l'utilisateur en matière de service et de santé et d'autres encore...

Aujourd'hui, la CCA, ce sont 17 associations qui font face à des demandes de consommateurs de plus en plus nombreuses, de plus en plus techniques et de plus en plus diversifiées. Les associations de consommateurs ont besoin de formation pour leur bénévoles, de soutien logistique et technique, de communication, de plus de visibilité pour mener leur mission au plus près de ceux qui en ont le plus besoin.

C'est pour répondre le mieux possible à l'attente de ses Membres que la CCA, après deux années de redressement financier, a porté tous ses efforts en 2010 sur une restructuration en interne de ses services et une consolidation de ses finances.

Une meilleure organisation de nos services nous a permis d'être plus opérationnel et de pouvoir continuer nos missions dans le cadre d'un budget contraint avec toujours plus de rigueur et de professionnalisme.

Notre service juridique à Strasbourg et à Mulhouse, avec un effectif réduit en 2009, a pu continuer en se réorganisant à apporter un service de qualité aux associations pour la formation de leurs bénévoles sur des thèmes pointus, le traitement amiable des litiges et le dialogue avec les professionnels.

Nos services formation et documentation ont continué leur mission d'information et de formation au plus près des demandes des associations en développant leur interactivité avec les autres départements - les autres compétences - de l'association.

Nous avons développé nos partenariats avec les collectivités locales, la *Communauté Urbaine de Strasbourg*, les *Conseils Généraux*, le *Conseil Régional* et d'autres partenaires comme l'ADEME, le SDEA... Nous les remercions de leur soutien et de leur collaboration. Ils nous ont permis de mener à bien de nouveaux projets de formation et d'information auprès de différents publics et d'associations de consommateurs dans les domaines de l'éco solidarité, de l'énergie, du tri des déchets, du choix des modes de transports, de la pollution de l'air.

Conscient du besoin de nos concitoyens d'être accompagnés dans l'évolution de nouveaux comportements pour une consommation durable et responsable, nous avons pu mettre en place des moyens de formation pédagogiques pour une éco-consommation respectueuse de la santé, de l'environnement et du cadre de vie en favorisant les éco-gestes.

Nous avons amélioré nos outils de communication, notre site *Internet* et notre journal "*Le Consommateur d'Alsace*", notre vitrine, pour donner toujours plus de visibilité à tous nos Membres et au service public que nous apportons aux consommateurs.

Nous savons que notre mission, dans le contexte économique actuel, les restrictions budgétaires des pouvoirs publics et la difficulté de nos membres à recruter des bénévoles, ne sera pas facilitée dans les années à venir. Mais nous sommes certains qu'avec la volonté de faire, la capacité d'innovation, la passion et la ténacité de tous, bénévoles et salariés, nous trouverons ensemble les ressources nécessaires qui nous permettront de répondre aux attentes des consommateurs de demain.

Marie-José Fignier

Présidente de la Chambre de Consommation d'Alsace

La commission "Vie associative" est un pilier fondamental dans 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 commission "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.

Ses objectifs

- Assurer une veille permanente et un débat sur l'actualité consumériste régionale, nationale ou internationale.
- Préparer et suivre les représentations assurées par le mouvement consommateur dans les instances publiques ou privées en Alsace.
- Procéder au choix ou au renouvellement des candidats aux représentations avant de les faire valider par le Bureau ou le Conseil d'administration.
- 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 et les évaluer.
- Prévoir les évolutions et orientations futures du mouvement consommateur alsacien.

Débats et actualités en 2010

L'actualité consumériste a été de nouveau très riche et de nombreuses thématiques de fond ont été suivies avec attention par le mouvement consommateur d'Alsace, avec l'aide de l'équipe salariée de la CCA.

Lors des réunions mensuelles, des experts ou personnalités du monde économique et social alsacien ont été systématiquement invités à venir éclaircir certaines problématiques intéressant les associations de consommateurs alsaciennes et en débattre avec elle.

Sont ainsi intervenus en 2010 des représentants de l'Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace (IFLA), de l'Organisation Professionnelle de l'Agriculture Biologique en Alsace (OPABA), de la Direction Départementale de la Protection des Populations (DDPP) du Bas-Rhin, de la Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi (Direccte) Alsace, de la Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports (FNAUT), ainsi que des salariés de la Chambre de Consommation d'Alsace sur la thématique des achats sur Internet, sur celle de la gestion de l'énergie, des déchets, etc.

Quelques-uns des sujets examinés en 2010

- L'évolution des tarifs du gaz et de l'électricité ;
- la réforme du crédit à la consommation ;
- la réforme territoriale de l'Etat et ses implications sur les relations avec les associations de consommateurs et sur la protection des consommateurs en région.
- la révision générale des politiques publiques : création et fonctionnement des DDPP et DDCSPP ;
- l'évolution de l'agriculture biologique en Alsace ;
- la réforme des institutions de la consommation : rénovation de l'INC et projet de mutualisation des moyens des CTCR ;
- la rentrée scolaire : une période difficile pour les familles ;
- la représentation des usagers des transports ;
- le revenu et le niveau de vie des ménages selon l'INSEE ;
- le compteur électrique Linky ;
- la réforme de l'aménagement commercial : de l'économie à l'urbanisme ;
- fermeture de magasins de la Coop Alsace et rapprochement avec Leclerc ;
- création de villages de marques à Saintes-Croix-en-Plaine et à Roppenheim ;
- le marché de Noël à Strasbourg et les achats de Noël.

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 2010, nous comptabilisons 157 représentations : 23 représentations régionales, 47 départementales - 27 dans le Bas-Rhin et 20 dans le Haut-Rhin - et 87 locales.

Certaines instances sont voulues par l'Etat, d'autres par 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 associent 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, Chartes de développement du commerce, etc.

Les sollicitations concernant des domaines parfois assez spécialisés, elles 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.

Vie associative

Les actions soutenues par les associations de consommateurs

La CCA apporte son appui technique aux actions menées par les associations de consommateurs régionales.

Ces dernières peuvent également bénéficier d'une participation aux frais de réalisation de leur(s) projet(s), si l'ensemble des associations de consommateurs d'Alsace le décide, de manière collégiale, dans le cadre d'une réunion mensuelle Vie associative.

Deux projets ont été validés en 2010 :

- Dossier « Manger/Bouger » proposé par l'Association Départementale des Conjointes Survivants et la FAVEC (Face Au Veuvage Ensemble Continuons)

Toujours dans une démarche d'aide aux conjoints survivants, de leurs proches et des orphelins, la FAVEC a travaillé à la mise en place d'un dossier qui répertorie toutes les activités physiques et sportives, les facteurs à prendre en compte (âge ou handicap par exemple), le choix du matériel et de l'équipement, l'alimentation équilibrée nécessaire, comment retrouver sa forme, son souffle, comment s'échauffer etc...

De nombreuses études ont déjà prouvé que l'activité physique et une alimentation équilibrée, sont des facteurs de protection contre la maladie, un moyen efficace de diminuer le risque de prise de poids et d'ostéoporose.

Dossier « Chauffage à granulés bois » proposé par le Conseil Départemental des Associations Familiales Laïques du Haut-Rhin (CDAFAL)

Suite au tournage d'un spot "Flash Conso" présentant une nouvelle manière de se chauffer avec les granulés de bois ou pellet, beaucoup de questions ont été posées à l'association concernant ce mode de chauffage. D'où la décision prise par le CDAFAL de créer une plaquette à destination du public et de leurs adhérents.

Les objectifs de l'action étant essentiellement :

- informer le consommateur sur la diversité de l'offre des appareils de chauffage ;
- de faire découvrir aux consommateurs ce mode de chauffage à granulés bois ;
- de répondre aux questions généralement posées sur ce type de chauffage (types d'appareils existants, stockage, dispositifs d'aides à l'installation, etc.).

L'exploitation du bois dans notre région étant une activité importante et le chauffage repré-

sentant un poste conséquent dans le budget des consommateurs, il s'avèrait opportun de mener un travail d'investigation complet pour une information sans complaisance, présentant à la fois les avantages et les inconvénients de ce mode de chauffage.



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 consommériste.

Accueil et soutien juridique

Un combat mené depuis 40 ans. Dès sa création, en 1970, la CCA a été conçue comme un outil à la disposition du plus grand nombre. Aujourd'hui, il permet à des associations et à de nombreux consommateurs d'obtenir une aide précieuse lorsque ceux-ci se retrouvent face à des professionnels peu scrupuleux.

Au départ, l'aspect juridique de la défense du consommateur n'était pas appréhendé de manière globale, mais se déclinait plutôt au travers d'actions isolées, sans analyse systématique des litiges. A titre d'exemple, on peut citer la préoccupation liée à l'affichage des prix, rendu obligatoire par l'entrée en vigueur d'un arrêté le 17 septembre 1971.

La Chambre de Consommation d'Alsace s'attache ensuite à informer le public des modifications législatives et l'application pratique des réglementations dans notre quotidien. Une série d'articles est publiée dans la presse locale.

Plus tard, la création d'un service dédié à l'enregistrement et à l'analyse des domaines présentant des litiges entre professionnels et consommateurs est apparue comme une évidence.

C'est en mars 1974 que les associations membres de la Chambre de Consommation d'Alsace décident de la mise en place d'un "service du contentieux", que l'on veut, dès le départ, présent à l'échelle de la région Alsace (Strasbourg et Mulhouse). L'organisation est d'abord sommaire et aucun rapport d'activité, concernant les missions de ce service ne sera publié avant 1990. Il est alors géré par des bénévoles et dispose d'horaires d'ouverture peu élastiques. Ainsi, en 1980, les consommateurs peuvent le contacter uniquement deux matinées par semaine ; cette situation sera maintenue jusqu'à l'aube des années 1990.

A partir de 1990, le fonctionnement du service, désormais dénommé "juridique", se professionnalise, notamment grâce à la présence de juristes salariés, qui permettent de satisfaire un plus grand nombre de sollicitations.

Les consommateurs privilégient massivement le téléphone pour entrer en contact avec le service juridique, les visites et les courriers sont importants, sans être plébiscités.

Cependant, les possibilités d'actions restent limitées et la nécessité de mettre en place de nouveaux moyens pour répondre aux demandes devient de plus en plus évidente.

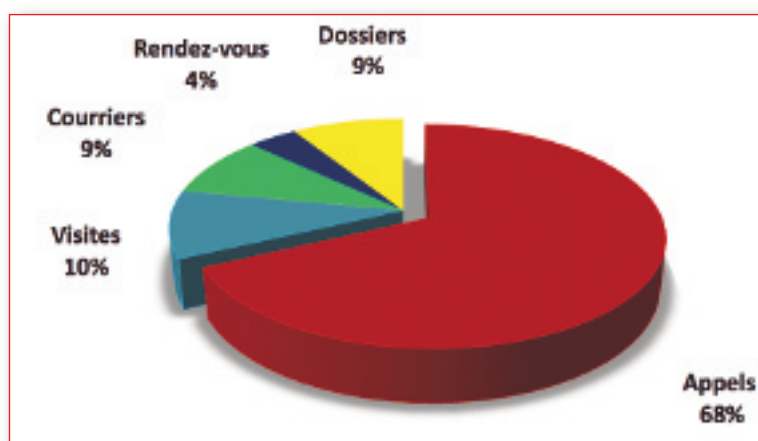
Les années 1990 : des préoccupations centrées autour de l'habitat

Entre 1990 à 1999, toutes sollicitations confondues, un premier classement des sujets de mécontentement peut se dessiner.

Les trois premiers sujets de préoccupations des consommateurs alsaciens sont centrés autour de leur habitat et des services en relation avec celui-ci. En effet, une analyse plus poussée "du podium" permet d'identifier les sujets de contestation suivants :

1. Les prestations de services,
2. Le secteur locatif,
3. Le secteur d'Internet et de la téléphonie,
4. Le commerce et la grande distribution,
5. Les assurances,
6. Le secteur bancaire,
7. Les meubles et la cuisine,
8. L'automobile,
9. L'immobilier et la construction,
10. Le secteur de la vente par correspondance,
11. Les services publics,
12. Le secteur du tourisme et des loisirs,
13. Les professions libérales,
14. Le secteur de l'alimentation et de l'éco-consommation.

Les trois premiers sujets de préoccupation des consommateurs alsaciens sont donc centrés autour de leur habitat et des services en relation avec lui.



Répartition des modes de sollicitation de 1990 à 1999

Accueil et soutien juridique

Les années 2000 : l'apparition de nouveaux secteurs de contestation

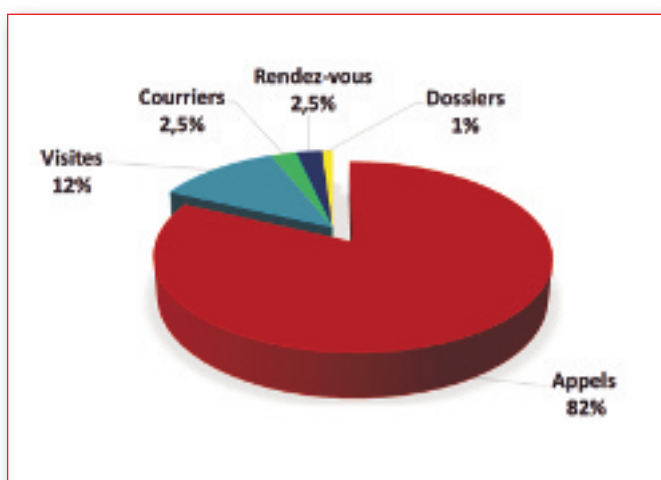
A partir de l'année 2000, les motifs de préoccupations des consommateurs commencent à se diversifier et, si le logement occupe encore une place dans le peloton de tête du classement des mécontentements, les nouvelles technologies créent un volume de litiges de plus en plus important.

Par ailleurs, de nouveaux secteurs deviennent significatifs et le classement s'étend à 14 catégories (pour 12 auparavant). En dix années, le service juridique enregistre une progression de 63 % des demandes, par rapport aux années 1990.

De 2000 à 2009, le nombre de sollicitations par catégorie peut être classé comme suit, par ordre décroissant.

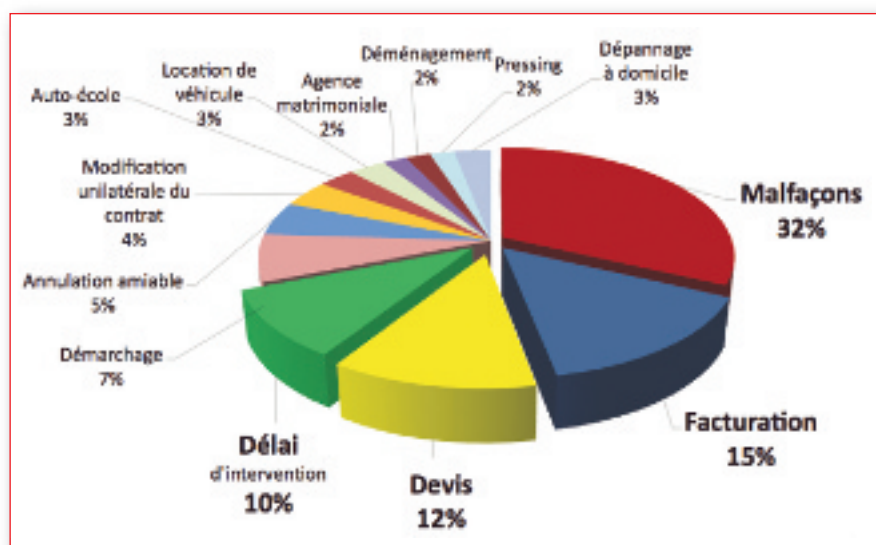
1. Les prestations de service
2. Le secteur locatif
3. Le secteur d'Internet et de la téléphonie
4. Le commerce et la grande distribution
5. Les assurances
6. Le secteur bancaire
7. Les meubles et la cuisine
8. L'automobile
9. L'immobilier et la construction
10. Le secteur de la vente par correspondance
11. Les services publics
12. Le secteur du tourisme et des loisirs
13. Les professions libérales
14. Le secteur de l'alimentation et de l'éco-consommation

Une analyse plus détaillée des trois premiers secteurs de litiges permet d'identifier trois sujets principaux de contestation.



Répartition des demandes de 2000 à 2009

1. Secteur des prestations de services de 2000 à 2009



Le premier sujet majeur de préoccupation est le secteur des prestations de services.

Le confort et l'amélioration de l'habitat ne constituent plus un point de contestation prépondérant.

Les sujets de mécontentements se sont beaucoup diversifiés et un grand nombre de prestations liées au quotidien des consommateurs sont signalées comme défectueuses.

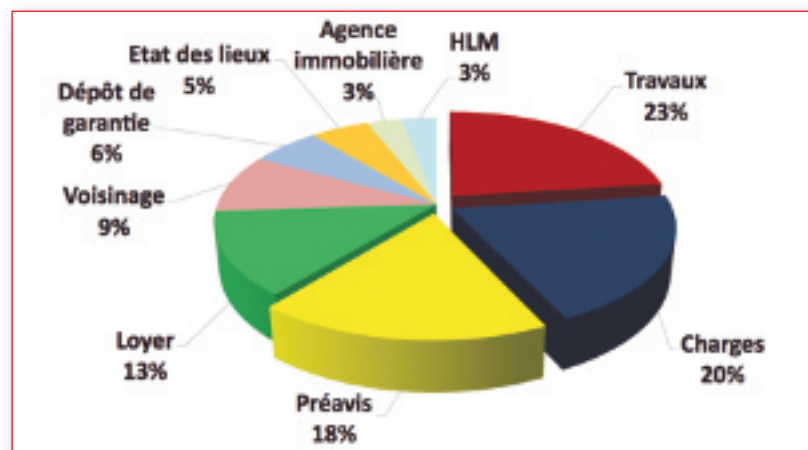
En effet, le cumul de "petites prestations" (démarchage à domicile, auto-école, location de véhicule, agence matrimoniale, déménagement, pressing, dépannage à domicile) représente à lui seul 27 % des sollicitations.

Les attentes des consommateurs concernant la qualité des services et leur adéquation avec la prestation effectuée se font plus insistantes.

Par ailleurs, les malfaçons concernant les réparations courantes (plomberie, maçonnerie légère, carrelage...) représentent encore 32 % des contestations de ce secteur, même si l'on note une baisse des sollicitations (cela représentait 47 % pour la décennie 1990-1999). Enfin, l'établissement des devis pose encore un certain nombre de difficultés, notamment dans les cas où leur élaboration est obligatoire, certains professionnels étant réticents à les fournir.

Accueil et soutien juridique

2. Secteur locatif de 2000 à 2009



Premier pôle de mécontentements durant les années 1990, le secteur de la location de logements apparaît en seconde position pour la décennie 2000-2009.

Outre cette légère décroissance, on peut observer que la répartition des sujets de contestation se fait différemment ; la préoccupation première des consommateurs étant la répartition des travaux devant s'opérer entre locataire et propriétaire.

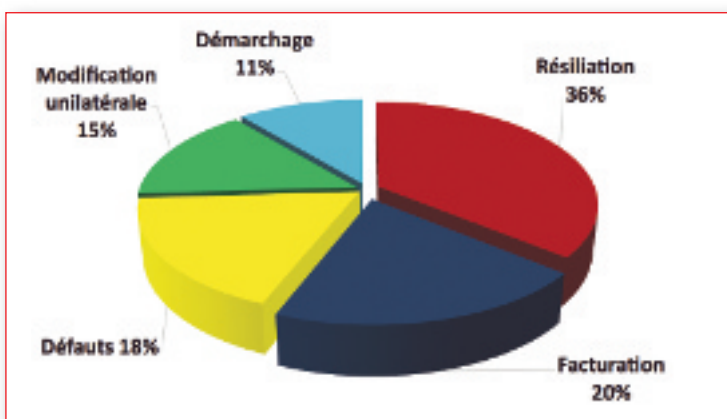
Ce dernier cherche trop souvent à faire peser sur le locataire des frais de remise en état du logement (remplacement de chaudière, remplacement de ballon d'eau chaude, remplacement de revêtement de sols...) qui lui incombent en réalité.

Par ailleurs, le montant des charges est lui aussi facteur de conflits.

Malgré l'existence d'un décret du 26 août 1987, définissant les charges récupérables par le propriétaire auprès du locataire, ce dernier se voit encore trop souvent réclamer des sommes qui relèvent en réalité de la responsabilité du bailleur. Enfin, comme durant la décennie précédente, les délais de préavis, ne sont pas toujours respectés et les propriétaires peinent à appliquer le délai réduit à un mois, notamment dans les cas des logements pour étudiants.



3. Secteur de la téléphonie mobile et d'Internet de 2000 à 2009



Absent du classement lors de la décennie 1990-1999, le secteur de la téléphonie mobile et d'Internet fait une entrée remarquée directement en troisième place du classement, durant les années 2000.

Les nouvelles technologies suscitent un engouement croissant, pour des consommateurs qui ne sont pas suffisamment informés sur les techniques utilisées ainsi que sur le contrat qui les lie à leur opérateur.

Cela génère un volume important de conflits concernant, en premier lieu, les conditions de résiliation des abonnements.

Les consommateurs n'ont pas toujours conscience du fait que les opérateurs de téléphonie mobile, de même que certains fournisseurs d'accès Internet leur proposent des contrats avec durée initiale d'engagement (12 ou 24 mois).

Ce qui a pour conséquence d'entraîner des frais de résiliation importants lorsque le contrat prend fin avant ladite période initiale.

Accueil et soutien juridique

Par ailleurs, les factures émises ne sont pas toujours très explicites ; le détail doit être réclamé à l'opérateur, parfois contre rémunération.

Enfin, le fonctionnement incorrect des services prévus au contrat est encore mis en évidence pour 18 % des sollicitations de ce secteur.

Dans des cas encore trop nombreux, les consommateurs peinent à se faire entendre des opérateurs lorsqu'ils sont confrontés à une panne de matériel ou de réseau.

Parfois même un dépôt de garantie est retenu, ou une intervention facturée, alors même que le consommateur n'est pas à l'origine du dysfonctionnement.

Le dialogue avec l'opérateur se révèle alors parfois impossible. Le service juridique de la CCA s'efforce de le rétablir.

Quatre juristes et un élève-avocat assurent ces missions d'accueil et de défense des consommateurs, et apportent un appui technique indispensable aux associations de consommateurs.

En synergie avec les autres services de la CCA, le service juridique mène des actions destinées à assurer le développement de l'activité des associations de consommateurs membres et la formation de leurs bénévoles.

Ce travail de terrain peut prendre différentes formes, comme :

- des actions de formation et d'information ;
- l'organisation de commissions juridiques mensuelles, moment d'échange entre les représentants des associations membres de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Zoom sur l'année 2010

	Strasbourg	Mulhouse	Total
Appels	4479	2456	6935
Visites	1859	776	2635
Courriers	817	192	1009
Rendez-vous	336	119	455
Dossiers	120	69	189
Total	7611	3612	11223

Au service des consommateurs et des associations de consommateurs

En 2010, le nombre de consommateurs qui ont sollicité l'aide du service juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA), se compte au nombre de 11 223.

Les demandes des consommateurs s'orientent essentiellement selon deux axes : l'information avant d'opter pour un produit ou un service, et l'aide juridique en cas de mécontentement ou de litige.

Dans cette optique, le service juridique est toujours disponible grâce à plusieurs moyens, tels que les appels téléphoniques, les visites directes et les courriers (postaux ou électroniques), ou encore les rendez-vous.

A Strasbourg, un accueil, téléphonique et physique, est assuré quotidiennement, dans les locaux de la CCA, 51 semaines par an.

A Mulhouse, le service est accessible 3 jours par semaine, 51 semaines par an.

Le public est reçu directement sur rendez-vous lorsqu'une intervention amiable s'avère nécessaire.

Les actions de formation destinées aux bénévoles des associations ont porté sur différentes thématiques comme les achats sur internet, les achats de Noël, la procédure de surendettement, ...

Parmi les 59 thèmes traités au sein des commissions juridiques, on peut notamment relever :

- la télévision numérique : les aides financières à la mise en place ;
- la condamnation de l'enseigne Leclerc concernant ses publicités en matière de médicaments ;
- les détecteurs de fumée obligatoires dans tous les lieux d'habitation en 2015 ;
- les modalités de la réduction sociale téléphonique
- la condamnation du fournisseur d'accès Internet Free, suite à son incapacité à fournir tous les services prévus au contrat (manquement à son obligation de résultat).

Accueil et soutien juridique

Détail des sollicitations 2010

Parallèlement à ses missions d'information et de formation, le service juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace assure également un rôle dans le cadre du règlement amiable des litiges. Les consommateurs le sollicitent afin d'obtenir un soutien face à des professionnels parfois peu respectueux des lois.

Ce soutien s'organise autour de diverses interventions :

- par le biais de conseils téléphoniques ;
- via des conseils écrits (réponses aux courriers) ;
- en intervenant directement auprès du professionnel concerné, par un rappel de la loi.

Les appels téléphoniques restent le moyen le plus utilisé (61,5% cette année).

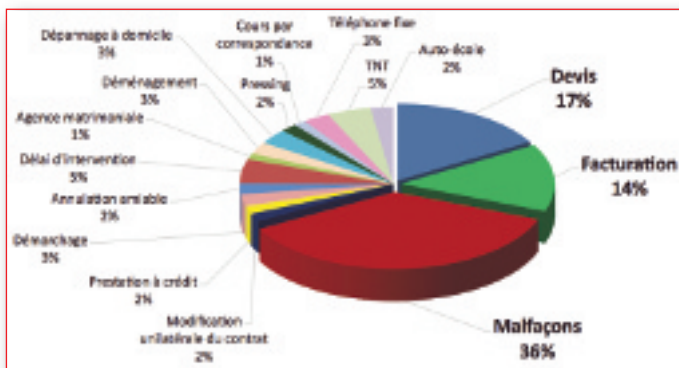
Les demandes par courrier, surtout sous format électronique ont naturellement tendance à occuper progressivement une place plus importante (environ 9 %).

En 2010, le service juridique, a réalisé 644 actions (consultations et interventions) impliquant directement un professionnel.

Toutes sollicitations confondues, le classement établi en 2010 fait apparaître le tableau suivant.

- Prestations de services	16%
- Téléphonie mobile, Internet	14 %
- Commerce, Grande distribution	10%
- La location et le logement	9%
- L'automobile	8%
- Les assurances	7%
- Banques, établissements de crédit	6%
- Propriété immobilière	6%
- Service public, administration	6%
- VPC- Loteries	4,5%
- Meubles, cuisines	4%
- Professions libérales	2,8%
- Tourisme, loisirs	2,2 %
- Alimentation, environnement	2%

1. Secteur des prestations de service



L'année 2010 marque encore une prépondérance des litiges relatifs aux prestations de services.

Ce secteur occupe une nouvelle fois la première place du classement des mécontentements et litiges. Les problèmes relevés lors de la première décennie du XXI^e siècle semblent se poursuivre.

La proportion des cas dans lesquels la prestation commandée à un artisan n'est pas réalisée correctement occupe une place préoccupante. En effet, plus du tiers des réclamations concernent des malfaçons (36%).

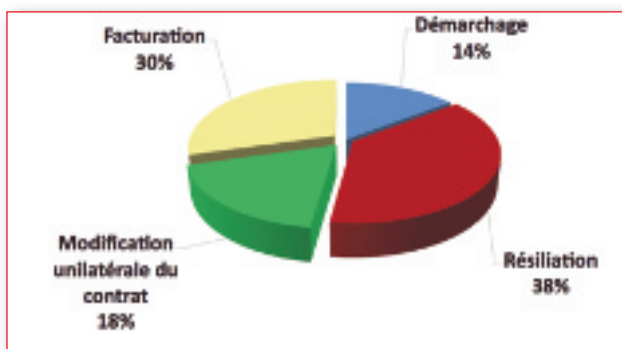
Ce constat est aggravé par le fait que les artisans en cause ne font pas toujours grand cas des sujets de mécontentement des consommateurs et peinent à rectifier leurs erreurs.

Par ailleurs les litiges liés au devis et à la facturation demeurent significatifs (31%).

Durant l'année 2010, le service juridique est intervenu dans des cas encore trop nombreux où la facture finale ne correspondait pas au devis. Elle s'avérait plus élevée, alors même que le professionnel ne pouvait se prévaloir d'aucun accord du client sur d'éventuelles modifications en cours de prestation.

Ce constat inquiétant incite les juristes à être toujours plus vigilants dans ce domaine et à renforcer leurs actions d'information et de conseil.

2. Secteur de la téléphonie mobile et d'Internet



Accueil et soutien juridique

Ce secteur poursuit sa progression et occupe, pour l'année 2010, la seconde place du classement, avec 14% de l'ensemble des sollicitations. Les nouvelles technologies, en constant développement ne permettent pas toujours aux consommateurs de maîtriser leur consommation et de calibrer les prestations dont ils ont réellement l'utilité.

Cette situation donne naissance à un grand nombre de contestations et mènent dans plus du tiers des cas (38 %) à une résiliation souvent litigieuse. Malheureusement, le manque d'information concernant les coûts liés à la résiliation, ainsi que le manque de compréhension des cas de résiliation pour motif légitime aggravent encore la situation.

Par ailleurs les litiges liés aux facturations abusives atteignent une proportion inquiétante (30 %).

Là encore, la hausse de facturation est souvent liée au manque de compréhension de l'offre souscrite et à la formulation parfois ambiguë.

On observe notamment un tel phénomène dans le cadre des offres "illimitées" des opérateurs de téléphonie mobile, qui laissent imaginer une possibilité de consommations sans limite, dans le cadre d'un prix forfaitaire.

La réalité étant bien sûr différente ; un grand nombre de services étant en fait facturés hors forfait.

Ici encore, le service juridique multiplie ses interventions afin d'obtenir un règlement amiable des litiges.

De même il poursuit son action d'information et de prévention, notamment en mettant régulièrement à jour sa brochure "Surfez sur Internet en évitant les pièges".

3. Secteur du commerce et de la grande distribution

Avec 10% des sollicitations globales, ce secteur occupe la troisième place du classement.

Durant les trois dernières années, il a connu une progression des mécontentements et litiges, surtout en raison des dysfonctionnements des biens acquis, face auxquels les professionnels posent des difficultés d'applications de garanties. En effet, près de la moitié des litiges nés dans ce secteur (49 %) concernent la mise en œuvre des garanties contractuelles et légales.

Ce constat se reproduit tristement d'une année à l'autre. Les professionnels ignorant, parfois sciemment, les garanties légales (de conformité et des vices cachés).

De ce fait, les consommateurs sont souvent contraints de faire appel au service juridique afin

de faire valoir leurs droits à remplacement du bien défectueux ou, dans les cas les plus graves, l'annulation de la vente.

Par ailleurs, les obligations d'affichage en matière de prix ne sont pas toujours scrupuleusement respectées, ce qui mène à une confusion dans l'esprit des consommateurs, entre prix affiché en rayon et prix payable en caisse.

Les commerçants ne sont malheureusement pas toujours enclins à appliquer le prix le plus favorable au client, même dans les cas où ils reconnaissent leur erreur d'étiquetage.

Conclusion

Le nombre des sollicitations adressées aux associations de consommateurs alsaciennes nous confirme chaque jour l'importance de l'existence d'un service social de proximité, pour répondre aux innombrables questions que se posent les consommateurs et les aider à résoudre d'éventuelles situations conflictuelles.

Nous avons avant tout le souci de limiter les causes de mécontentements et litiges ; il ne suffit pas de panser les plaies il est essentiel de prévenir les accidents. Pour cela, les relations avec les professionnels des différents secteurs sont essentielles.

Ainsi, chaque année, le service juridique et la direction de la Chambre de Consommation d'Alsace s'efforcent d'établir ou d'entretenir un dialogue direct avec les divers représentants du monde économique, social et institutionnel : vendeurs et prestataires de services, fédérations ou corporations de professionnels, institutions publiques, services de la Direccte ou des Directions Départementales de la Protection des Populations, etc.

Le but du mouvement consommériste alsacien que nous servons est de pouvoir garantir aux consommateurs l'information la plus fiable possible sur les produits et services, de faciliter la concertation entre les commerçants et leurs clients et contribuer à la mise en place de pratiques plus responsables de la part de certains professionnels.

Pour contacter Le service juridique

Tél. 03 88 15 42 42

Email : service.juridique@cca.asso.fr

Le centre de ressources

Identifier, diffuser et structurer l'information, répondre et anticiper les besoins des associations, des salariés et des consommateurs qui font appel à la Chambre de Consommation d'Alsace, tout en créant chaque année de nouveaux outils et services, tel est le rôle du centre de ressources.

Les sollicitations sont de tous ordres et touchent tous les domaines de la consommation : énergie, prestations de services de téléphonie mobile et Internet, logement, banque, alimentation, environnement, santé, achats, etc.

Pour mieux informer les consommateurs

Un consommateur mal informé est toujours plus exposé aux pratiques commerciales abusives, et peu conscient des nouveaux enjeux environnementaux et consommateurs.

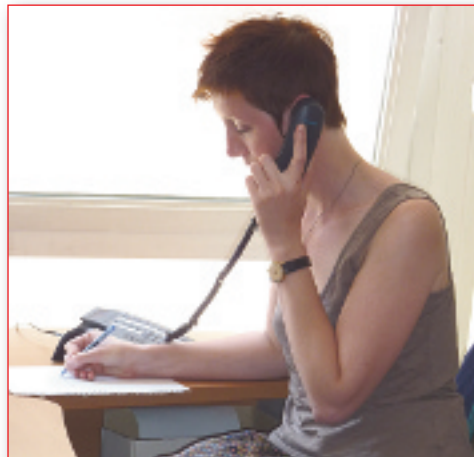
Le centre de ressources se donne donc pour objectif de maintenir à la disposition des associations membres de la Chambre de Consommation d'Alsace et des consommateurs des outils de prévention des litiges tel que l'Infothèque Consommateurs, outil de synthèse des comparatifs de la presse consumériste, des fiches pratiques et de multiples conseils d'achats.

Des ressources numériques accessibles à tous

Tout en développant cet outil utilisé par les associations et par les consommateurs, le centre de ressource s'est doté en 2010 de dossiers numériques afin de se montrer toujours plus réactif face à l'actualité commerciale et juridique et a créé plusieurs blogs pour informer les consommateurs sur les événements associatifs locaux. Il a par ailleurs commencé à entreprendre la réalisation de différents projets en collaboration avec les bénévoles des associations membres et d'autres services de la Chambre de Consommation d'Alsace, dont celui d'un portail d'information sur la Consommation Responsable.

Au service des associations de consommateurs

Le centre de ressources a développé en 2010 sa polyvalence au sein de l'organisation pour mieux servir l'action de ses usagers associatifs. Constitution de dossiers de presse à destination des commissions et groupes de travail, veille réglementaire, juridique et documentaire sur les thématiques alimentation, OGM, sécurité des produits, économie solidaire et environnement... En médiateur de l'information, le centre de ressource veille enfin à la bonne gestion des ressources textuelles et numériques de la Chambre de Consommation d'Alsace, et assure la formation des bénévoles associatifs à la recherche documentaire sur Internet.



Pour contacter le service Information & documentation
Tél. 03 88 15 42 47
Tél. 03 88 15 42 41
Email : infothek@cca.asso.fr

Service Formation et études

En 2010, le service Formation a été rebaptisé Formation et études. Cette nouvelle appellation correspond au développement des missions de ce secteur, qui est en charge non seulement de la formation des bénévoles du milieu associatif et du public consommateur en général, mais également de certaines études conduites par la CCA en rapport avec l'actualité juridique.

Aujourd'hui, l'activité du service Formation et études se porte tant au niveau régional, qu'au niveau national et européen.

Au niveau régional

Le service Formation et études centralise les demandes de formation, qui émanent tant du milieu associatif que des partenaires institutionnels et économiques de la CCA.

Formation du milieu associatif

Les formations des permanents et bénévoles des associations membres de la CCA sont proposées soit au sein des différentes commissions, soit dans le cadre de journées spécialement organisées. Tout d'abord, chaque secteur organise au profit des associations membres des réunions à périodicité mensuelle ou bimestrielle selon les besoins.

Ces rencontres sont l'occasion de faire le point sur l'actualité du secteur, mais également de véhiculer des informations sur des sujets spécifiques.

Ainsi, des thèmes très divers ont été abordés en 2010 :

- dans le cadre de la commission *Vie Associative*, citons à titre d'exemple "La réforme de l'aménagement commercial" et "Les droits des usagers des transports" ;
- dans le cadre de la *commission Juridique*, "Les achats de Noël" et "La réforme du crédit à la consommation" ont fait l'objet de développements particuliers ;
- dans le cadre de la commission *Eco-consommation*, ont été traités notamment "La pollution diffuse des ménages", "L'efficacité énergétique dans le bâtiment".

Par ailleurs, le service Formation et études propose des journées d'action spécifiques en corrélation avec les besoins des associations.

En 2010, il a organisé notamment deux sessions :

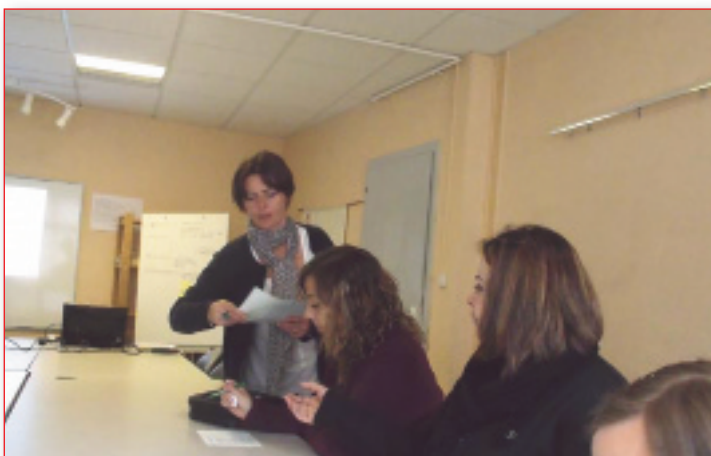
- la première, consacrée à la "Prise de parole à la télévision ou à la radio", s'est tenue le 6 mai 2010 ;

- la seconde, qui porte sur l'Education aux Médias, est répartie en deux modules de deux jours à six mois d'intervalle ; le 1^{er} module s'est déroulé les 2 et 3 décembre 2010.

Formation tout public

Le service Formation et études reçoit chaque année de nombreuses demandes d'intervention de ses différents partenaires économiques (Région, communes, comités d'Entreprise, etc.) et s'efforce d'y répondre soit directement soit en faisant appel à d'autres collaborateurs de la *Chambre de Consommation d'Alsace (CCA)*.

A titre d'exemple, la Région Alsace et la CCA ont signé une convention de partenariat, ayant pour



objet le financement par la première de 20 modules de formation d'une demi-journée organisés par la seconde au profit des stagiaires de la formation professionnelle.

Dans ce contexte, la CCA (services formation, juridique et éco-consommation) est intervenue auprès de six organismes de formation différents et a réalisé 20 modules à destination de plus de 400 stagiaires autour des thèmes suivants :

- budget et banque ;
- budget et e-commerce ;
- consommer sans se faire piéger ;
- consommer responsable ;
- l'eau...

En outre, la CCA est intervenue auprès de publics divers et variés. Notamment, deux animations ont été réalisées par le service juridique sur le thème "Les pièges et litiges de la consommation", d'une part auprès du club des seniors de la commune de Lupstein, d'autre part auprès du CLAS (Comité Local d'Action Sociale) du Service de la Navigation de Strasbourg.

Service Formation et études

Sur le plan national et européen

En raison des nouvelles missions qui lui ont été confiées, le service Formation et études a eu l'occasion en 2010 de repousser les frontières de ses compétences et de s'illustrer tant au niveau national qu'au niveau européen.

Au niveau national

Le service Formation et études a examiné le dossier OGM dans son intégralité.

Suite à l'autorisation par la Commission Européenne de la mise en culture sur le territoire de l'Union de la pomme de terre transgénique *Amflora*, les associations de consommateurs membres de la Chambre de Consommation d'Alsace ont interpellé les élus locaux ainsi que des membres du gouvernement et réaffirmé leur position adoptée deux ans plus tôt.

Au niveau européen

Le service Formation et études a orienté ses actions dans trois directions.

En premier lieu, il a poursuivi le travail de maintenance du site Dolceta.

Pour mémoire, Dolceta est un programme financé par la Commission Européenne et destiné à proposer des modules de formation en ligne pour adultes sur des thèmes consommateurs.

En 2010, le service Formation et études a réalisé la maintenance du module II portant sur les services financiers, ainsi que du module III concernant la sécurité du consommateur.

En second lieu, nous nous sommes penchés tout particulièrement sur deux réglementations européennes en cours de modification.

Dans un premier temps, un travail de veille a été assuré concernant le projet de directive sur les droits des consommateurs. Dans ce cadre, les membres de la CCA ont rappelé l'intérêt d'une harmonisation des législations européennes par le haut et étape par étape à Madame Reding, nouvelle Vice-présidente de la Commission Européenne en charge de la justice, des droits fondamentaux et de la citoyenneté, ainsi qu'à Monsieur Schwab, rapporteur du projet de directive auprès du Parlement Européen.

Dans un deuxième temps, nous avons examiné la proposition de règlement de la Commission Européenne concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, proposition qui maintient le principe d'une indication volontaire du lieu d'origine ou de provenance.

Or, une grande variété de produits alimentaires contient aujourd'hui de l'huile de palme, qui est l'objet de grandes polémiques en raison de ses effets néfastes sur la santé et l'environnement. Laisser les exploitants du secteur alimentaire libres d'indiquer ou non le lieu d'origine ou de provenance des huiles utilisées ne va pas dans le sens d'une protection et d'une information optimales des consommateurs. C'est pourquoi, le mouvement consommateur alsacien a pris position en faveur d'un étiquetage transparent des denrées alimentaires et a interpellé les 72 parlementaires européens français sur cette question le 14 juin 2010.



Formation Education aux médias

Notre civilisation actuelle est dominée par les images, le son et les mots ; il n'est donc plus possible d'ignorer aujourd'hui le rôle et l'importance des médias dans les domaines de la communication, de l'information et de la transmission des connaissances.

Dans ce contexte, il semble indispensable d'acquérir les compétences nécessaires pour déchiffrer les messages véhiculés par l'ensemble des supports médiatiques et de développer une approche critique afin de devenir des citoyens libres et responsables.

Tel est l'objectif de l'Education aux Médias, devenue un véritable enjeu de société.

La Chambre de Consommation d'Alsace, en partenariat avec l'UDAF 67, Union régionale des associations familiales d'Alsace, a organisé une session d'initiation à l'Education aux Médias, dont le contenu est réparti en deux modules de deux jours à six mois d'intervalle.

La formation, constituée d'apports théoriques et d'études de cas, est dispensée par Madame Batton-Hervé, Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, chercheur, consultante et formatrice en Education aux Médias.

Pour contacter Le service formation et études

Tél. 03 88 15 42 44

Email : formation@cca.asso.fr

Les médias consommateurs

Depuis 1978, la CCA, Chambre de Consommation d'Alsace, diffuse toute l'information consommériste via son organe de presse "Le Consommateur d'Alsace". Entre chaque parution, tous les deux mois, la revue continue de faire passer l'information à travers son site. En dehors de ces deux moyens de communication qui lui sont propres, Le Consommateur d'Alsace intervient à la télévision, à la radio et dans la presse écrite.

Le
Consommateur
d'Alsace

En 1978, la CCA décidait de se donner les moyens de faire paraître une véritable revue dédiée à la consommation : *Le Consommateur d'Alsace*. Forte de ses 24 pages, son contenu, sans publicité, évoque la consommation sous tous ses aspects. Régulièrement, les associations alsaciennes de consommateurs lui transmettent leurs sujets et leurs préoccupations du moment, préoccupations recueillies dans leurs permanences.

Une nouvelle maquette

Un changement de maquette a été réalisé fin 2009 et mis en place lors de la parution du premier numéro de l'année 2010. Un format plus pratique et une couverture avec un graphisme plus moderne ont ainsi vu le jour.

Concernant le contenu, les sujets sont discutés et un sommaire est élaboré.

Le contenu rédactionnel s'articule autour de pages aux thèmes aujourd'hui bien rodés :

- page 2 : Sommaire et Edito
- page 3 : Actualité
- page 4 et 5 : Actualité consommation (sous forme de brèves ou de courts articles)
- page 6 : Mise au point
- page 7 : Santé
- Page 8 : Courrier des lecteurs
- pages 9 à 17 : Dossier
- page 18 : Environnement
- page 19 : Droit ou Alimentation
- 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, anciens numéros, page abonnement)
- page 24 : Société

Le tirage

En 2010, notre revue bimestrielle n'a pas été épargnée par la crise économique sévissant notamment sur le marché de la presse. Les ventes ont diminué sur l'année de 14 % en volume avec une certaine reprise constatée au cours du second semestre. En moyenne, nous avons imprimé

environ 8 000 exemplaires par numéro tandis que la moyenne des ventes s'est élevée à 6608 exemplaires par parution.

Par souci d'indépendance, la publicité est proscrite dans *Le Consommateur d'Alsace*.

Analyse de notre société

Les membres de la "Commission de rédaction" (issus des associations de consommateurs membres de la CCA) se réunissent tous les deux mois dans les locaux de la CCA. Le rédacteur en chef anime la réunion en compagnie de la Présidente de la CCA, du secrétaire général et de son adjoint ainsi que de la responsable juridique. Les sujets



du moment sont passés en revue. Réflexion, arguments, contre-arguments, au fil de la discussion, un contenu est suggéré en sachant qu'il peut être amené à évoluer en fonction de l'actualité. Si un événement important entrant dans notre ligne éditoriale survient, il est immédiatement traité sur notre site Internet. Son analyse et un travail de fond sera réalisé et publié dans *Le Consommateur d'Alsace*.

Les médias consomméristes



Numéro 191 (mars-avril 2010)

Energie libérée, usagers coincés

Avec la nouvelle organisation du marché de l'énergie intervenue en juillet 2007, l'électricité et le gaz sont devenus des biens marchands comme les autres. Pourtant, ils ne le sont pas ! Si la libre concurrence sur le marché de l'énergie l'emporte, elle pourrait s'avérer dramatique pour les foyers aux revenus les plus faibles. Et ceci alors que la part consacrée à la dépense énergétique est de plus en plus importante dans le budget des familles.

La réglementation adoptée en janvier 2008 permettant aux consommateurs de revenir au tarif réglementé de l'électricité après avoir souscrit un contrat au tarif de marché (prix fixé par les fournisseurs) est sur le point de voler en éclats. Pour les associations de consommateurs, cette situation est scandaleuse. Quant aux organisations de consommateurs, elles estiment indispensable le maintien des tarifs réglementés de vente en électricité, seul véritable garde-fou contre une envolée des prix ; ceux-ci permettant de fixer des prix plafonds au marché. Dans ce contexte d'urgence, les associations réclament un

projet de loi pour maintenir les tarifs réglementés au-delà du 1^{er} juillet 2010, conserver la réversibilité de l'électricité et surtout, étendre la possibilité de réversibilité au gaz. Les projets de loi (Poniatowski et Nomé) y répondent partiellement car il autoriserait les consommateurs domestiques d'électricité à revenir aux tarifs réglementés. Il est regrettable que le gaz soit malheureusement exclu de ce dispositif. Devant la complexité de ce marché, ce dossier apporte des réponses précises. Il vous révèle de manière très claire un système particulièrement complexe où le consommateur, perdu au milieu de la jungle des fournisseurs, a souvent du mal à s'y retrouver ; en Alsace, on en compte une vingtaine. Une situation idéale pour certains professionnels qui peuvent tout faire ou presque...



Numéro 192 (mai-juin 2010)

Consommez responsable !



Au cours des 50 dernières années, le développement des grands groupes français de distribution a bouleversé notre manière de consommer. Indiscutablement, il a contribué

à simplifier la vie d'un grand nombre de consommateurs, les rendant, peut-être, moins attentifs au mode de production.

Aujourd'hui, la gamme de produits et d'articles est énorme : rien que dans l'alimentaire, une grande surface peut en proposer jusqu'à 100 000 !

Mais, comme dans tout, la médaille a un revers. Sans qu'il s'en aperçoive, ce même consommateur est devenu très dépendant de l'offre commerciale disponible au sein des moyennes et grandes surfaces. Ses choix sont guidés par des stratégies "marketing" très étudiées. Ses actes d'achat sont devenus routiniers et la relation entre le producteur et le consommateur a

presque complètement disparu. Pourtant, il est possible de faire cohabiter d'autres manières de consommer. En effet, le client n'est pas nécessairement victime, voire prisonnier, des grands circuits de distribution. Il n'est pas obligé de subir ce que les grands groupes lui imposent.

Notre enquête apporte un éclairage différent sur les alternatives régionales possibles en matière de consommation :

- points de vente de producteurs ;
- services originaux répondant aux évolutions de nos modes de consommation, toujours plus respectueux de la solidarité, de l'environnement et de l'économie locale.

En favorisant toutes ces filières courtes, vous aurez affaire directement à des professionnels et du coup, vous êtes susceptible de faire des économies tout en profitant de la convivialité des échanges.

En ces temps difficiles, ce sont des aspects qu'il ne faut pas négliger...



Numéro 193 (juillet-août 2010)

Spécial Fermes-auberges

Comme tous les ans, voici arrivé notre dossier "Spécial fermes-auberges".

Il augure, normalement, des mois cléments durant lesquels les Alsaciens aiment à se retrouver en famille pour arpenter les chemins de notre belle région d'Alsace.

Cette année, côté fermes-auberges, nous avons affiné le contenu de notre liste en précisant si les établissements étaient équipés d'une aire de jeux, s'ils possédaient une fromagerie à visiter et si des animaux étaient visibles sur le site.

D'autre part, nous avons sélectionné quelques activités annexes à réaliser dans les vallées (ou aux alentours) où des fermes-auberges sont présentes. Pour chacune des vallées, nous avons également mentionné les Offices du tourisme. Ils vous permettront d'en savoir plus sur les activités mentionnées, voire de les compléter.

De quoi passer de bons moments au contact de la nature...

Les médias consommateurs



Vous recevez un fichier. Sans y prendre garde, vous l'ouvrez. C'est déjà trop tard. Votre PC vient de subir l'attaque d'un virus et

comble de malchance, c'est vous qui en êtes à l'origine ! Quant à votre antivirus, il n'a rien vu ! Non, il ne s'agit pas d'un polar de science-fiction.

Cette mésaventure survient tous les jours, toutes les heures ; et même toutes les minutes au niveau de la planète. Car lorsqu'on parle d'*Internet*, l'échelle géographique est planétaire.

Chaque jour, des milliers de virus empoisonnent notre existence. Plus pervers, il existe de plus en plus de virus qui sont en action sans même que vous vous en rendiez compte. En effet, ceux qui

réduisaient à néant votre ordinateur sont démodés. La nouvelle génération transforme votre machine en véritable esclave. Ils se cachent dans votre ordinateur, ne se manifestent pas et agissent dans l'ombre. On parle de machines zombies.

Et oui, les cybercriminels ont mis en place des techniques particulièrement maléfiques. Pour pénétrer votre système, ils proposent, par exemple, un faux antivirus censé éliminer un vrai virus que vous venez d'attraper. Trop heureux de pouvoir vous débarrasser gratuitement de cet intrus, vous téléchargez le logiciel. Vous devinez la suite !

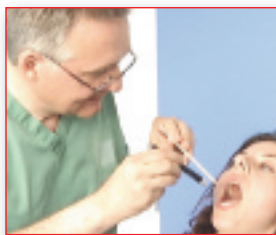
Vous l'avez compris, notre dossier va dresser un état des lieux de la situation et vous donner les armes pour vous défendre. En partant de principes simples, si simples que certains n'y pensent même pas, vous allez réduire les risques d'être une victime potentielle. Mais d'ailleurs, êtes-vous certain de ne pas déjà en être une ?



Numéro 194
(septembre-octobre 2010)
Internet... Quels dangers ?

Au fil du temps, la mobilité des patients européens est devenue une réalité. Elle l'est encore plus quand on a la chance d'habiter une région frontalière comme l'Alsace. Les dispositions de l'UE, Union européenne, relatives à la coordination des systèmes de Sécurité sociale existent depuis une quarantaine d'années. Au fil du temps, elles ont été actualisées et étendues à de nombreuses reprises. En attendant qu'une directive européenne santé ne voie le jour, un nouveau règlement européen est en vigueur depuis le 1^{er} mai 2010 : le règlement (CE) n° 883/2004. Patients, frontaliers, retraités (un Français résidant par exemple en Allemagne) se posent beaucoup de questions quant à l'accessibilité des soins outre-frontière.

Si les principes de coordination de base n'ont pas changé, les procédures administratives afin de rendre les droits des citoyens plus effectifs sont censées être moins restrictives. Ces textes ouvrent



donc la voie au patient qui peut, s'il le souhaite, faire appel à des médecins situés en dehors de ses frontières. Faire des économies,

bénéficier de diagnostics plus rapides, de thérapies n'existant pas dans son pays d'origine ou obtenir un traitement plus adapté, les raisons sont multiples. Et les Alsaciens exprimant le désir de se rendre en Allemagne pour recevoir des soins médicaux sont de plus en plus nombreux. Pour preuve, ils posent beaucoup de questions avant d'entamer leurs démarches. Nous avons décidé de les répertorier afin de leur apporter les réponses les plus précises et les plus claires possibles.



Numéro 195
(novembre-décembre 2010)
Se faire soigner en Allemagne
50 réponses à toutes vos questions !

Quelle est la durée du contrat de bail et quelles sont les mentions obligatoires ? Comment se protéger des clauses abusives qui peuvent s'y trouver ? A quoi sert l'état des lieux et comment le rédiger ? Quelles sont les obligations du locataire et du propriétaire ? A quoi servent les charges locatives et quelles sont celles qui sont récupérables ? Vous voulez quitter votre logement, comment résilier votre bail ? Comment s'opère la restitution du dépôt de garantie ? Quelles sont les règles en matière d'augmentation de loyer ? Quelles sont les procédures à suivre pour expulser un locataire ? Autant de questions qui trouvent réponses dans ce numéro qui s'adresse autant aux locataires qu'aux

propriétaires. Les thèmes ont été listés par le service juridique de la Chambre de consommation d'Alsace qui s'est appuyé sur les litiges les plus récurrents. Chaque année, celui-ci reçoit des centaines de sollicitations de consommateurs. Parfois, certains litiges, ou malentendus, pourraient être évités si seulement les deux parties, locataires et propriétaires, avaient une meilleure connaissance des textes en vigueur. Nous avons décidé de les aider. Résolument pratique, ce dossier répond clairement, et de manière très simple, aux thématiques les plus courantes et cela, en s'appuyant sur la législation actuelle.



Numéro 196
(janvier-février 2011)
Locataires / Propriétaires
Résoudre tous vos problèmes

Les médias consuméristes



Le mot de la Présidente

A la présidence de la CCA depuis mai 2008, Marie-José Fignier est également directrice de la publication du journal *Le Consommateur d'Alsace*. Véritable vitrine du mouvement consommateur alsacien, *Le consommateur d'Alsace* prend désormais deux formes. Elle s'en explique : « Je pense qu'une revue comme la nôtre se doit d'avoir une formule électronique. J'ai donc demandé à l'équipe de mettre en place une déclinaison lisible sur Internet. Le net a beaucoup d'atouts. Parmi eux, je pense tout d'abord à la possibilité de publier très rapidement une information.

Ensuite, on peut évoquer son audience qui est illimitée. En 2010, nous avons développé l'information sur Internet en ne faisant pas de la version électronique une copie de la version papier. Même si la page "Actualité" rappelle le contenu de la version papier, beaucoup d'informations sont originales. De plus, nous mettons à la disposition du public de nombreux documents téléchargeables en libre accès. Je tiens beaucoup à ce que la Chambre de Consommation d'Alsace puisse délivrer une information au service des associations de consommateurs et du public, claire, rigoureuse et gratuite. »

LES VENTES EN 2010

Comme pour toute la presse, l'année 2010 a été très difficile, notamment sur les trois premiers numéros de l'année. Pour tenter d'améliorer notre diffusion, nous avons entrepris de rencontrer le directeur de l'agence chargée de la distribution du journal (SAD) dans le Bas-Rhin afin de mettre en place avec son équipe des opérations de mise en avant du magazine. Nous avons constaté une reprise des ventes sur le second semestre. En 2010, la Chambre de Consommation d'Alsace a vendu 39 648 exemplaires de sa revue, *Le Consommateur d'Alsace*.

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

Les chroniques de la revue *Le Consommateur d'Alsace* dans le quotidien *L'Alsace* !

Cela fait trois ans maintenant que le quotidien *L'Alsace* publie deux chroniques "Question Conso". Toutes les semaines, le mardi et le vendredi, *Le Consommateur d'Alsace* envoie deux questions posées par des lecteurs de la revue. Ces questions alimentent les pages du quotidien régional.

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
e-mail : journal@cca.asso.fr
Fax 03 88 24 96 14



Invité au journal de France 3 Alsace, le rédacteur en chef du de la revue *Le Consommateur d'Alsace* est intervenu en direct pour parler de la légalisation des jeux sur Internet (juin 2010).



Le journal *L'Alsace* interviewe Richard Nicolini qui s'exprime à propos de la décision des grands distributeurs de modérer leurs marges sur les fruits et légumes (mai 2010).

Les médias consommateurs

Depuis de très nombreuses années, les téléspectateurs Alsaciens peuvent suivre l'information, consommateur de leur région.

Diffusés tous les dimanche soir, entre 19 h 20 et 19 h 25, un spot dédié à la consommation est diffusé sur *France 3 Alsace*.

Appelé "*Flash Conso*", ce spot est formaté comme un sujet télé (diffusé dans les journaux télévisés) d'une durée de 90 secondes.

L'objectif est d'informer de façon simple et didactique le téléspectateur. Pour cela, une voix off pose le sujet. Ensuite, le représentant de l'association qui présente le thème intervient sous forme d'interview. Des images viennent illustrer les propos et complètent l'information.

Ces spots sont proposés par les associations alsaciennes de consommateurs. Tous les mois se tient une réunion durant laquelle les membres présents proposent des sujets. Outre l'information, ces spots permettent d'étendre la notoriété des associations de consommateurs. Très souvent, à l'issue de la diffusion, les associations sont contactées par les téléspectateurs qui ont vu le sujet.

Tous les sujets

Les sujets des spots sont proposés par les associations de consommateurs participant à la commission télévision. Après discussion, le tournage du sujet choisi est organisé, puis visionné, par la commission avant diffusion sur *France 3 Alsace*. Tous les membres présents représentent les associations de consommateurs de la CCA.

Le réalisateur chargé du tournage est souvent présent. Journaliste et sensible à la consommation, il apporte son aide technique et ses conseils permettent aux membres de mieux appréhender l'approche éditoriale qu'il faut adopter.

La diffusion

En 2010, 16 émissions ont été réalisées. Les sujets sélectionnés sont soit liés à l'actualité du moment, soit issus de demandes parvenues au sein des associations. En 2010, le nombre de diffusions et de rediffusions s'est élevé à 52 pour l'ensemble de l'année.

Sans conteste, le jour (dimanche) et l'heure (entre 19h20 et 19h25) ont contribué au succès des spots dédiés à la consommation. Placé juste après la météo, le spot conso jouit d'une excellente audience.

Selon *France 3 Alsace*, la moyenne des téléspectateurs qui regardent la chaîne régionale au moment de la diffusion du *spot conso* se situe entre 27 et 30 %.

Le message des associations de consommateurs est entendu par un large public très fidèle.

A l'issue de chaque commission télé, les membres analysent l'impact et les retombées de leur message.

Au fil des années, le spot dominical s'est imposé auprès de son public qui sait qu'il habite une région où le consumérisme n'est pas un vain mot.



En 2010, France 3 Alsace, Alsace 20, Télé Doller, France Bleu Alsace, Les Dernières Nouvelles d'Alsace et L'Alsace ont sollicité Le Consommateur d'Alsace pour des interviews.



L'AUDIENCE EN 2010



* source France 3 Alsace

Les médias consuméristes

→ Les émissions produites et diffusées en 2010

16 émissions ont été produites entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2010 :

- | | |
|---|-------------|
| 1 - « La justice au quotidien (N° 190) » | - CCA |
| 2 - « Chauffage au bois : les diverses formes » | - CDAFAL 68 |
| 3 - « Electricité & Gaz - Energie libérée, usagers coincés ! (N° 191) » | - CCA |
| 4 - « Les surgelés : des produits de qualité bon marché » | - ORGECO 68 |
| 5 - « Voyage en avion : droits des passagers aériens » | - EIC |
| 6 - « Alimentation, vêtements... Consommez responsable ! (N° 192) » | - CCA |
| 7 - « La prévention des expulsions locatives » | - CRESUS |
| 8 - « Faire construire sa maison : points sensibles » | - CDAFAL 68 |
| 9 - « Spécial Fermes-Auberges 2010 agréées en Alsace (N° 193) » | - CCA |
| 10 - « Charte restauration » | - AGF 68 |
| 11 - « Energie solaire » | - AGF 68 |
| 12 - « Internet... Quels dangers ? (N° 194) » | - CCA |
| 13 - « Des changements dans le gaz et l'électricité » | - CSF 67 |
| 14 - « Energie : des économies pour les locataires » | - CSF 67 |
| 15 - « Santé sans frontières - Se faire soigner en Allemagne (N° 195) » | - CCA |
| 16 - « Achats de Noël » | - UFCS – FR |

Flash Conso, tous les dimanches à 19h20



Tous les dimanches soirs (52 fois par an), France 3 Alsace diffuse un spot conso entre 19 h 20 et 19 h 25. Intitulés *Flash Conso*, ces spots d'une durée de 90 secondes, sont diffusés juste après la météo régionale, ce qui leur confèrent une grande audience. Un membre d'une association intervient pour évoquer un

sujet. Des images (plans de coupe) permettent d'illustrer les propos. Les thèmes sont choisis en commission télé par les associations de consommateurs. En fin d'émission, les coordonnées de l'association apparaissent à l'écran, ce qui permet aux téléspectateurs désirant avoir d'autres informations de contacter directement l'association.

La Chambre de Consommation d'Alsace a la possibilité de prendre le relais par l'intermédiaire de son service juridique ou de son site Internet.



DEPUIS 2010, LA CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE DIFFUSE DES VIDÉOS SUR SON SITE.

En 2010, le site de la CCA (qui affiche le nom de la revue qu'elle publie, *Le Consommateur d'Alsace*) a pris une nouvelle dimension. Désormais, l'internaute peut accéder à tous les *Flash Conso* diffusés lors des derniers mois. Il a ainsi la possibilité de visionner les émissions qu'il n'aurait pas pu voir.

L'information avant tout

Le nombre de pages a évolué tout le long de l'année. Bien évidemment, la page d'accueil est largement consacrée au numéro papier (*Le Consommateur d'Alsace*) en vente en kiosque. Mais des informations liées à l'actualité du moment sont également intégrées au jour le jour.

Une page permet également au visiteur de bénéficier d'une offre spéciale sur les anciens numéros. Bon de commande, bulletins d'abonnement sont en téléchargement tout comme un grand nombre de dossiers que l'internaute peut acquérir gratuitement. Ainsi, deux cahiers (été et hiver) sur les vacances ont été mis en téléchargement. Des fiches pratiques (comme *Fournisseurs d'accès, à quels prix*) sont également accessibles.

Une page sur le fonctionnement de la Chambre de consommation d'Alsace et de ses missions permettent à l'internaute de mieux comprendre notre structure.

Consommation les lundis matins en direct sur France Bleu Alsace



Cela fait neuf ans que *France Bleu Alsace* permet à ses auditeurs de résoudre leurs problèmes de consommation.

En effet, tous les lundis matins, un représentant d'une association de consommateurs alsaciennes intervient en direct, entre 8h55 et 9h30. Durant leur intervention, les auditeurs exposent leur situation. L'expert présent apporte ses solutions. Et si c'est nécessaire, l'invite à le contacter au sein de son association. Ils témoignent à l'antenne et posent une question. Les interventions sont partagées par plusieurs associations de consommateurs (par exemple, l'ORGEKO, la CNL et l'UFCS-FR).



Alimentation, Santé & système de soins

Sûre, traçable, de qualité, à un prix accessible : c'est ainsi que l'on peut résumer les principales exigences des consommateurs vis-à-vis de leur alimentation. Dans le but de permettre à tous d'accéder à une information fiable et sincère sur la qualité des produits disponibles sur le marché, les associations de consommateurs se concertent au sein de la commission Alimentation de la Chambre de consommation d'Alsace. Elles y définissent des objectifs et des moyens d'action communs pour répondre aux sollicitations et favoriser une alimentation saine, responsable et durable.

Alimentation... et réactivité

De plus en plus nombreux sont les consommateurs qui accordent une attention particulière au choix des produits : sécurité, qualité, modes de productions, prix... les critères d'achats se multiplient et se complexifient. Ils s'interrogent notamment sur la composition des produits : avec ou sans additifs, OGM, colorants, conservateurs, huile de palme...

Parallèlement, les messages d'alertes circulent avec une rapidité accrue : huiles contaminées, scandales alimentaires, pesticides, OGM...

OGM

Le dossier OGM a fait l'objet d'un suivi et d'une étude approfondie par les membres de la commission Alimentation. Suite à l'autorisation par la Commission Européenne de la mise en culture sur le territoire de l'Union Européenne de la pomme de terre transgénique Amflora, les associations membres de la CCA ont interpellé élus locaux, membres du Gouvernement, députés et responsables européens pour rappeler l'importance du principe de précaution.

Au vu de l'actualité récente, le Conseil d'Administration de la CCA a pris la décision de mener une réflexion sur la prise de position qui avait été adoptée en 2008.

A l'issue d'un débat démocratique et intense, aucune nouvelle position commune n'a pu être adoptée à l'unanimité.

Mais cet important travail collectif a permis à chaque association d'approfondir ses connaissances et sa réflexion sur cette thématique tout en réaffirmant le fonctionnement démocratique de notre mouvement.

Et demain ?

Les consommateurs demandent des garanties pour leur santé, l'environnement et le cadre de vie. C'est pourquoi leurs organisations participent activement au débat régional sur l'orientation de l'agriculture et dans les instances traitant de cette question. Ainsi les représentants des consommateurs siègent au sein de l'organisme de certification Certipaq, de la commission régionale pour les produits agricoles de qualité (CORPAQ), des com-

Certifications participatives

L'année 2010 a été l'occasion de réaliser une enquête concernant l'impact des modes de certification participatifs qui associent producteurs et associations de consommateurs : quel impact pour les consommateurs ? Pour les producteurs ? Pour le développement local ? Les principaux résultats des recherches menées font ressortir un bilan intéressant pour les trois parties. Sous réserve du maintien d'une certification réalisée par un organisme scientifique neutre et indépendant, le suivi associatif permet d'assurer une participation directe et effective de consommateurs à une meilleure traçabilité, et une lisibilité qui profite à tous.

missions départementales d'orientation de l'agriculture (CDOA), du comité local de suivi de l'INRA, de la cellule socio-technique de l'Université de Strasbourg, du réseau "Bienvenue à la Ferme" et de bien d'autres encore.

Santé et système de soins

Les grandes réformes qui ont remodelé une partie de notre système de soins en 2010 n'ont pas pu avoir raison de sa forte complexité. Son évolution a nécessité tout au long de l'année un éclairage par des professionnels impliqués, autant qu'un suivi attentif.

Afin d'assurer les échanges d'expériences de terrain, ainsi que la meilleure formation possible des représentants d'usagers au sein du système de santé en Alsace, la Commission Santé et Système de soins s'est réunie régulièrement. Les thèmes abordés tout au long de l'année sont à l'image de la diversité des problèmes, des nombreuses questions que se posent les usagers, de leurs attentes. Ainsi, les problèmes liés aux dépassements d'honoraires des médecins et chirurgiens en Alsace, la nouvelle politique et la nouvelle structuration du système de santé : Agence Régionale de la Santé, hôpitaux, ont notamment fait l'objet d'un éclairage important.

Par la présence forte de ses membres au sein de nombreuses instances ou réunions techniques en Alsace, notre Commission a largement participé au développement de la démocratie sanitaire à l'échelle régionale au profit de tous les usagers.



Eco-consommation

Consommation "durable", "responsable" sont des thématiques de plus en plus présentes dans les discours, qui suscitent toujours d'importantes interrogations. Nos associations sont régulièrement interpellées sur l'évolution des modes de consommations, les attentes des consommateurs, les nécessités environnementales, la sincérité et l'efficacité des modes de production. Or, pour ceux, toujours plus nombreux qui souhaitent agir, il reste des freins et des contradictions importants entre un leitmotiv du "consommer toujours plus" et des questionnements autour du "consommer mieux".

Quels modes de consommation ?

Le mouvement consommériste alsacien continue d'élargir l'espace des débats autour de nos modes de consommation au quotidien, afin d'y faire participer activement le plus grand nombre de nos concitoyens. C'est dans cet esprit que nous avons répondu aux très nombreuses sollicitations des acteurs de terrain : associations locales, comités d'entreprises, groupes de personnes résidant dans des quartiers dits « sensibles », travailleurs sociaux, associations de personnes aveugles et malvoyantes, scolaires, étudiants, entrepreneurs... Chacune des rencontres et interventions a constitué un moment d'échange riche, animé, et autant que possible constructif. Chaque intervention mériterait une présentation détaillée. Dans un souci de synthèse, nous n'en présentons qu'une seule à titre d'exemple.

"Nouvelle génération de consommateurs" : une série d'interventions autour de la "consomm'ation", réalisée pour les apprentis du Centre de Formation professionnel Marcel Rudloff, a permis d'ouvrir le débat sur les besoins exprimés par des jeunes consommateurs, leurs aspirations et leur engagement en faveur d'une consommation respectueuse d'eux-mêmes et de leur cadre de vie. Nous en retenons notamment l'expression d'un besoin de connaissances accrues de la composition et du cycle de vie des produits de consommation courante. Au-delà de ces besoins, nous avons également décelé chez une majorité de ces jeunes consommateurs une véritable sensibilité à l'impact environnemental, économique et social de leurs actes et choix quotidiens.

La parole des usagers

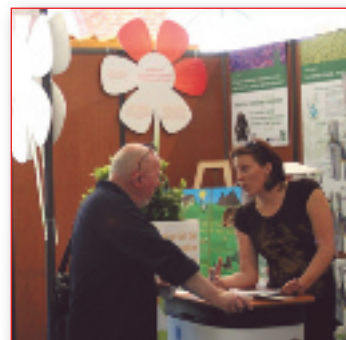
Grâce au dynamisme, à la réactivité et à la formation de ses membres, le mouvement consommateur alsacien développe un travail de représentation des citoyens et usagers au sein d'un nombre croissant d'instances décisionnelles pour la préservation du bien commun qu'est notre environnement. Les consommateurs sont notamment actifs dans différents Plans Climat territoriaux en Alsace, au sein des instances du Plan Régional Climat pour la Qualité de l'Air

(PRQA). La CCA suit attentivement les travaux de l'Association pour la Surveillance et l'étude de la Pollution Atmosphérique en Alsace (ASPA), du Secrétariat Permanent pour la Prévention des Pollutions Industrielles (SPPPI), de l'ADEME, de Conseils départementaux de l'environnement et des risques sanitaires et technologiques (CODERST 67 et 68), ainsi que différentes structures professionnelles, des plans d'élimination et de réduction des déchets, sans oublier les commissions consultatives locales d'information et de surveillance.

Energie

Objectif : contribuer activement à la réduction des émissions de gaz à effet de serre par les économies d'énergies des ménages ! Pour ce faire, la Chambre de consommation d'Alsace travaille en partenariat avec l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) en tant qu'Espace Info Energie. Sa mission principale est de conseiller de manière gratuite, objective et indépendante les particuliers sur la maîtrise et les économies d'énergie ainsi que de promouvoir le recours aux énergies renouvelables en Alsace.

En 2010, nous avons pu conseiller directement 661 foyers. A cela se sont ajoutés plus de 2400 contacts réalisés lors de différentes actions de sensibilisation. Si les informations concernant les aides financières sont primordiales, les questionnements sur la construction neuve BBC, la rénovation et les installations d'eau chaude, le chauffage faisant appel aux énergies renouvelables, ont connu une forte croissance.



Energie et litiges

En 2010, les associations de consommateurs en Alsace ont mis en place, en partenariat avec l'ADEME, une mission spécialisée destinée à :

- 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, soumis par les consommateurs, et les relayer auprès des collectivités territoriales,

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

Plus d'une trentaine de litiges ont pu être résolus au courant du second semestre 2010 dans la cadre de cette nouvelle mission.

Quelques actions fortes réalisées par la CCA en 2010 :

- stand grand public au salon Habitat - Maison de Printemps ;
- permanence Information Energie pour les salariés du Comité d'entreprise Kuhn à Saverne
- médiatisation de la Fête de l'Energie en Alsace
- permanences d'information au salon Bio Construction saine en novembre ;

A ceci se sont ajoutées des rencontres mensuelles avec des professionnels, et une formation continue grâce à des intervenants spécialisés, pour une information optimisée des tous les consommateurs en Alsace.

Eau

L'appui à une gestion optimale de la ressource fondamentale qu'est l'eau a constitué cette année encore une priorité du service éco-consommation : facture, qualité, traitement individuel de l'eau, défense des usagers... En effet, s'il est juste que le consommateur paye pour un service rendu (gestion des déchets, distribution et assainissement de l'eau), il est en droit d'exiger un service de qualité. Il est également pertinent de s'interroger sur la responsabilité de chacun pour une maîtrise des coûts collectifs à moyen et long terme.

Evolution des consultations...

La Chambre de Consommation d'Alsace est restée très mobilisée sur les questions relatives à l'eau et ses usages et aux traitements de l'eau à domicile. Les demandes des particuliers sont régulières. Les témoignages directs que nous recevons nous amènent à constater que le démarchage à domicile pour la vente d'équipement aussi onéreux que superflus persiste. Par contre, les demandes de conseils avant l'achat d'appareils de traitement de l'eau ont connu un accroissement encourageant en 2010, certainement lié à une présence régulière de nos conseillers sur le terrain.

... et des outils

L'année 2010 a été pour les associations de consommateurs en Alsace l'occasion de revoir en profondeur leurs outils pédagogiques sur l'eau. Un partenariat avec le SDEA, la CUS et la DIREN a été établi afin de réaliser un livret sur l'eau destiné au grand public, de renouveler une exposition sur le même thème sous un format plus adapté à certaines actions de sensibilisation et de mettre en place toute une série d'animations auprès des écoles et groupes de citoyens en Alsace. La Cham-



Un trophée pour les éco-gestes partagés

Une de nos actions phare a permis d'impliquer les personnes affectées par un handicap visuel dans une réflexion critique autour de l'éco-consommation, et dans la recherche de moyens concrets facilitant la mise en pratique quotidienne de différents éco-gestes. Cette action a retenu l'attention de l'Agence de l'Eau Rhin Meuse qui, afin de récompenser le travail réalisé et d'encourager sa poursuite, lui a décerné un Trophée de l'eau 2010.

bre de Consommation d'Alsace a également participé aux journées "3E" Economies, Energies Environnement initiées par la Caisse d'Allocations Familiales et le Conseil Général du Bas-Rhin, à Otterswiller avec des ateliers sur l'eau (bar à eau et calcul de la consommation individuelle d'eau) pour le grand public en octobre 2010.

Toujours pour faire entendre la voix des usagers de l'eau, les associations de consommateurs sont engagées dans plusieurs instances de concertation : CLE (Commission Locale de l'Eau), APRO-NA (Association pour la Protection de la Nappe Phréatique de la Plaine d'Alsace) Enfin, les associations de consommateurs sont toujours aussi attentives au suivi des Schémas d'aménagement et de gestion de l'eau (SAGE) d'Alsace.

Déchets

La problématique de la gestion des déchets ménagers est toujours au cœur des préoccupations des associations de consommateurs en Alsace. L'un des premiers outils qu'elles avaient créés en 1992 était une plaquette sur le suremballage ; puis, une exposition sur le tri des déchets et le recyclage. En 1995, la création d'un conte "Pizzi la boîte à pizza" et enfin, plus récemment, des guides et plaquettes pratiques pour réduire la quantité et la toxicité de nos déchets. L'autre aspect de nos activités dans le domaine des déchets est la réalisation d'animations et de formations à destination des scolaires, du grand public et des bénévoles d'associations de consommateurs.

Interventions de terrain

En 2010, nous avons multiplié nos interventions sur le terrain auprès de groupes scolaires : notre animation "Pizzi, la boîte à pizza", destinée aux enfants d'écoles maternelles de l'agglomération colmarienne, pour une sensibilisation ludique au tri et à la réduction des déchets, a été réalisée auprès de 118 classes, soit près de 3 000 élèves. De nombreuses autres animations ou interventions sur mesure ont été réalisées à travers Alsace tout au long de l'année 2010.

Notre "compagnonnage" avec l'Association Générale des Familles (AGF) s'est poursuivi sur la thématique des déchets ménagers, par une collaboration active entre bénévoles et les salariés autour de plusieurs animations scolaires et grand public.

Enfin, différents publics ont pu être touchés par nos actions de sensibilisation autour de "paniers ou chariots comparatifs" dans l'ensemble de l'Alsace.

Pollutions intérieures

Nous passons en moyenne 14 heures par jour dans nos logements et plus de 22 heures dans des espaces clos. Notre mode de vie nous expose à de nouvelles formes de pollutions diffuses que nous émettons et subissons au quotidien dans les intérieurs que nous fréquentons. Un bon choix de produits et une utilisation correcte de ces produits peut préserver la santé de tous. Afin de faire la lumière sur ces pollutions qui nous concernent tous, les associations de consommateurs ont réalisé en 2010 une série de fiches pratiques téléchargeables en partena-



Chariots ou paniers comparatifs

Notre intervention consiste à présenter aux consommateurs deux chariots ou paniers comportant les mêmes quantités des mêmes produits : ils se distinguent essentiellement sur le type d'emballage, le choix de produits respectueux de l'environnement et le rapport quantité/prix. Ainsi obtenons-nous un chariot composé de produits d'usage courant particulièrement intéressants pour leur faible taux d'emballage, leur impact limité sur l'environnement, et un coût total inférieur de 20 à 50 % à un second chariot composé des mêmes quantités des mêmes produits sur-emballés et moins respectueux de l'environnement.

Ces chariots ont constitué des supports de discussion et d'échanges particulièrement adaptés au questionnement des actes d'achats, des modes de consommations et de production de déchets ménagers. Ils ont notamment permis d'engager un dialogue constructif avec plus de 400 consommateurs lors de journées d'intervention réalisées en collaboration avec les services de la CUS dans le cadre de la semaine européenne de la réduction des déchets.

riat avec l'Observatoire de la Qualité de l'Air Intérieur. Ces outils constituent la base d'un travail d'information en profondeur qui devra être réalisé dans les prochaines années afin de préserver la qualité de l'air intérieur des foyers en Alsace.





Consommation Responsable

Afin d'appuyer le développement d'une consommation toujours plus constructive, contribuant à la fois au bien-être de tous les consommateurs, à la cohésion sociale, à l'équilibre des échanges Nord-Sud et au meilleur respect de l'environnement, les membres de la commission "Consommation responsable" ont renforcé leur travail de recherche, d'information et d'action tout au long de l'année. En 2010, ils ont notamment examiné l'organisation de modes de production locaux et régionaux répondant aux impératifs de cohésion sociale, ils ont développé l'information régulière des consommateurs sur les tenants et aboutissants de leurs achats.

Relayant largement le fruit de leurs recherches dans les colonnes du magazine *Le Consommateur d'Alsace*, mais également par la participation active à de nombreux débats, ateliers rencontres et salons grand publics, le groupe a largement contribué à éclairer un public le plus large possible aux choix fondamentaux sous-tendus par chacun de nos actes d'achat.

Il a renforcé son travail en partenariat avec la Chambre Régionale de l'Economie Sociale (CRES-Alsace) et l'institut ECO-Conseil afin de trouver les meilleurs moyens pour éclairer les consommateurs sur les acteurs locaux et régionaux de la production de biens et services poursuivant une démarche fermement inscrite dans une logique de développement durable.

Consommer responsable en Alsace... oui mais où ?

Les associations de consommateurs d'Alsace ont réalisé une enquête de terrain portant sur les bonnes adresses permettant de consommer « responsable ». Cette enquête a donné lieu à un dossier complet du magazine *Le Consommateur d'Alsace* édité début mai 2010. Notre travail a permis de mettre en évidence une très grande richesse de propositions existant sur l'ensemble de la région, dans presque tous les domaines de la vie courante : alimentation, équipement de la personne, restauration, mobilité, biens, services, loisirs.... relevant essentiellement de l'économie sociale et solidaire, de modes de production particulièrement respectueux de l'environnement (biologique ou écologique), contribuant à l'économie locale, à la participation et au mieux-être des consommateurs en Alsace.



Pour contacter le Service Eco-consommation

Tél. 03 88 24 96 12 ou 03 88 24 96 13

eco2@ecoconsommation.org

eco3@ecoconsommation.org

L'Europe des consommateurs

L'objectif de l'association franco-allemande Euro-Info-Consommateurs (Kehl) et des Centres Européens des Consommateurs France et Allemagne est de faciliter la vie des consommateurs européens.

1 - Euro-Info-Consommateurs, une structure au service des consommateurs européens

Créée par la *Chambre de Consommation d'Alsace* et la *Verbraucherzentrale* du Bade-Wurtemberg en 1993, EIC est une association binationale, portée par l'Allemagne, la France et les collectivités locales de chaque pays, soutenue par la Commission européenne et entièrement vouée à la protection du consommateur en Europe.

Cinq services sous un même toit :

- les Centres Européens des Consommateurs (CEC) France et Allemagne ;
- le Point de contact allemand pour le commerce électronique ;
- le Point de contact consommateurs/directive "services" ;
- le Médiateur en ligne Bade-Wurtemberg.

Seule structure binationale

Le réseau des CEC a été créé en 2005 par la *Commission européenne* (soit 27 Centres auxquels s'ajoutent ceux de l'Islande et de la Norvège). Sa mission est de fournir un service d'information et d'aide à la résolution amiable des litiges. Les *CEC France et Allemagne* ont été impliqués en 2010 dans environ 45 % des litiges recensés par le réseau des CEC. Pour le *CEC France*, les secteurs les plus litigieux restent le commerce électronique et le tourisme (notamment avec les problèmes liés aux droits des passagers aériens).

A noter : pour faire face aux réclamations liées à l'éruption du volcan, le centre de Kehl a d'ailleurs multiplié les actions (communiqués de presse et articles sur *Internet*, coopération étroite avec le médiateur Voyages annulés Volcan, et publication d'un rapport spécifique sur "l'exercice des droits des passagers aériens : la mise à l'épreuve de la réglementation européenne")

L'évolution d'Euro-Info-Consommateurs en quelques chiffres

- Depuis 1993, Euro-Info-Consommateurs a répondu à plus de 210 000 sollicitations.
- En 2010, plus de **57 000 sollicitations** (tous services inclus) contre 31 435 en 2009.
- Environ **30% d'augmentation** des plaintes transfrontalières
- 32% d'augmentation des plaintes de l'EIC :

8 779 plaintes en 2010 (contre 6644 en 2009)

- Taux de satisfaction : **70 % des 6395 litiges transfrontaliers**

- Nombre total de sollicitations sur www.euroinfo-kehl.eu en 2010 : 6.943.407, soit une augmentation de plus de 32%

- Plus de 691 800 internautes (une augmentation de plus de 56 % du nombre de visiteurs) et 1 339 631 pages ont ainsi été consultées.

Plus d'une centaine d'articles, cas du mois, alertes et liens (en français et en anglais) ont été mis en ligne afin d'informer les consommateurs sur leurs droits et la législation européenne, leur donner des conseils pratiques, les aider dans leurs démarches en cas de réclamation.

- Près de 132 interventions extérieures, dont 55 destinées au grand public. (ex : lors du pique-nique européen à Strasbourg ou encore la journée "portes ouvertes" du Parlement européen à Strasbourg).

- Plus de 780 articles et reportages recensés dans les médias français et allemands (contre 492 en 2009).



Le personnel actuel de l'association Euro-Info-Consommateurs est constitué de 27 personnes* dont 18 juristes trilingues spécialisés en droit de la consommation.

** chiffre au 31 août 2010*

Un rayonnement européen dans un contexte franco-allemand

- Président du Conseil d'administration : Alain Lamassoure, Député européen
- 48 membres (dont 9 Députés européens, 2 Membres du Bundestag allemand, 17 Membres institutionnels (10 organisations de consommateurs allemandes, 6 françaises dont l'INC et un portail d'information français sur les questions européennes), 20 Membres individuels (dont 9 juristes, experts-comptables, français et allemands).



L'Europe des consommateurs

2. Les temps forts de l'année 2010 : trois conférences en lien direct avec l'actualité consumériste européenne

1) Conférence-débat sur le Projet de Directive sur les droits des consommateurs

(Strasbourg, le 17 mai 2010)

En présence de deux invités d'honneur - Dr. Andreas Schwab, Député européen, membre de la Commission IMCO et rapporteur de la proposition de Directive sur les droits des consommateurs, et Monique Goyens, Directrice Générale du *Bureau Européen des Unions de Consommateurs* (BEUC), plus de 100 participants ont échangé leurs points de vue sur les mesures proposées par le projet de directive, les améliorations attendues dans le quotidien des consommateurs, les critiques pouvant être formulées et la situation actuelle de la procédure législative.

2) Conférence "Santé sans frontière : les citoyens de l'Eurodistrict s'interrogent"

(Strasbourg, le 8 juillet 2010)

Alors que la mobilité des patients se développe notamment dans notre région frontalière, le libre accès aux soins à l'étranger, vu comme un principe acquis et un droit reconnu par la *CJCE*, reste difficile à exercer.

Dans ce contexte, EIC, l'Association des citoyens, citoyens en région frontalière et l'Eurodistrict Strasbourg/Ortenau ont organisé une table ronde réunissant les autorités politiques et les services de santé des deux pays tout en donnant la parole aux citoyens eux-mêmes, pour relever les problèmes rencontrés dans l'exercice de leurs droits.

3) Conférence "Criminalité sur internet – Pièges à éviter"

(Strasbourg, le 25 novembre 2010)

EIC et les CEC France et Allemagne ont organisé cette conférence avec pour objectif d'attirer l'attention de la presse et d'augmenter la prise de conscience à ce sujet, en invitant des professionnels et députés tant au niveau national qu'euro-péen, consommateurs



Jacques Bigot, Président de la Communauté Urbaine de Strasbourg, a clôturé cette conférence en présentant le projet et les perspectives de l'Eurodistrict en matière de santé.



Pour contacter Euro-Info-Consommateurs
N° Indigo : 0 820 200 999 (0,09€/min)
www.euroinfo-kehl.eu

Organisation et gouvernance

Au 31 décembre 2010, 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 notoirement 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	
	- ORGECCO Bas-Rhin	Organisation Générale des Consommateurs	
	- ORGECCO 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 19 personnes, choisies pour leur compétence en matière de consommation et leur connaissance du mouvement consommateur.

Organisation et gouvernance

Les décisions politiques, objectifs et orientations sont définis par les administrateurs...

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Présidente : Marie-José FIGNIER

25 administrateurs

Un ou deux membres de chaque association

BUREAU

14 administrateurs

Un membre de chaque association

BÉNÉVOLES

90 représentants des associations

Opérationnel

EQUIPE SALARIÉE

L'équipe salariée les met en œuvre avec l'aide indispensable des bénévoles.

SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

Management, comptabilité, formation, documentation

4 personnes

PÔLE JURIDIQUE

Information et soutien juridique

4 personnes

PÔLE MÉDIAS

Le Consommateur d'Alsace

Internet

Télévision

Radio

2 personnes

PÔLE ECO-CONSOMMATION

Point Info Energie

Consommation responsable

4 personnes

COMMISSIONS ET GROUPES DE TRAVAIL : UN SALARIÉ ET UN ADMINISTRATEUR RESPONSABLE

ALIMENTATION
ECO-CONSOMMATION
FORMATION-DOCUMENTATION

JURIDIQUE
TÉLÉVISION
JOURNAL

CONSOMMATION RESPONSABLE
INTERNET
SANTÉ

Chaque association membre du collège des mouvements de consommateurs a deux représentants au sein du Conseil d'administration. Les associations du collège des membres associés disposent chacune d'un représentant au Conseil d'administration. Chaque administrateur dispose d'une voix délibérative. Un administrateur de chaque association départementale fait partie du Bureau. Les administrateurs se réunissent une fois par mois, en alternance entre les réunions du Bureau et du CA.

Organisation et gouvernance

L'équipe de la Chambre de Consommation d'Alsace en 2010



Vincent DORFNER : Secrétaire général
Fritz FERNANDEZ : Secrétaire général - adjoint

Bernadette DAUFFER : Secrétaire
Arcole THOMAS : Comptable
Julie DECOURBE : Documentaliste
Laurence LOËGEL : Formation et Etudes, Juriste
Laura ADAM : BTS en alternance

Richard NICOLINI : Responsable du pôle Media

Nathalie SCHOTT : Assistante, Gestion des abonnements

Fritz FERNANDEZ : Responsable du pôle Eco-Consommation

Chloé LETEMPLIER : Chargée de mission
Giovanna LACRIOLA : Chargée de mission
Gilles DIDIER : Chargé de mission

Marie-Line WAECHTER : Responsable du pôle Juridique

Olivier MINERY : Juriste
Jean-Jacques BAUD : Juriste

Avec tous nos remerciements aux collaborateurs et stagiaires qui ont participé ponctuellement à certaines de nos missions : Sylvie Muller, Margot Sibling, Nicolas Mutzig, Florian Nock et Amandine Viroux.

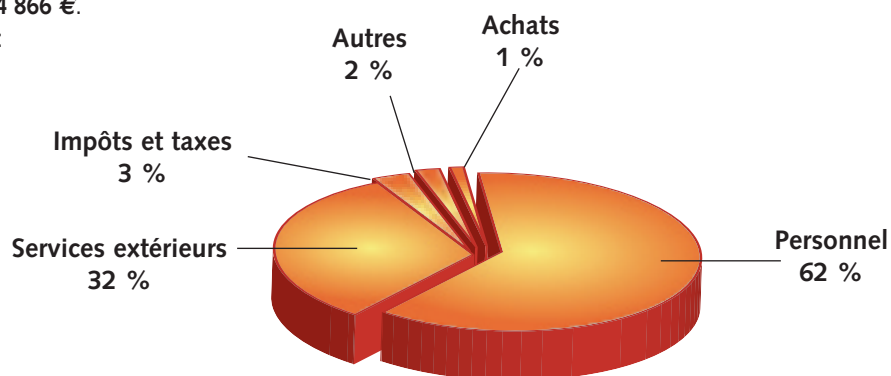
Le budget de la CCA

→ Le Compte de résultat

Le compte de résultat 2010 fait apparaître les données suivantes :

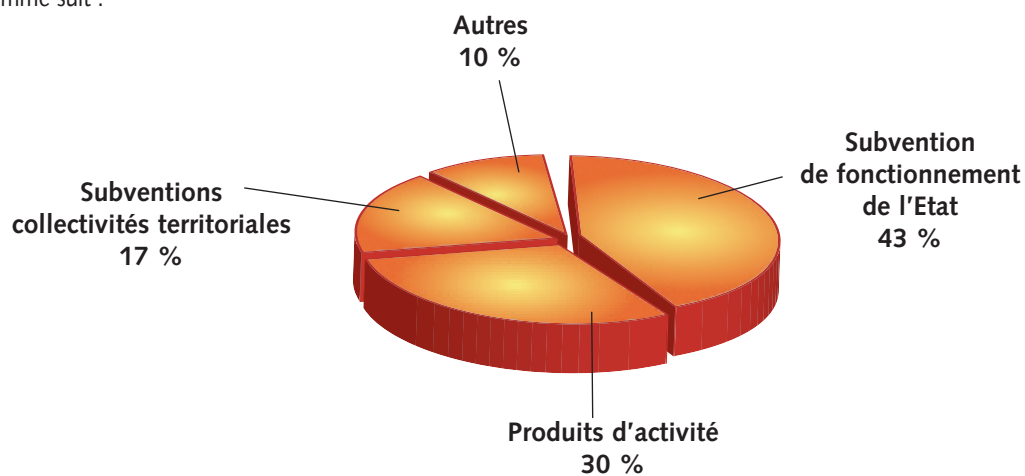
Les dépenses s'établissent à 694 866 €.

Elles se répartissent comme suit :



Les recettes s'établissent à 697 471 €.

Elles se répartissent comme suit :



→ Le résultat 2010

L'exercice 2010 présente un résultat positif de 2 605 €.

Pour contacter le service administratif :
Tél : 03 88 15 42 40
Fax : 03 88 15 42 41
e-mail: administration@cca.asso.fr

Nos Partenaires financiers

Nous remercions nos principaux partenaires financiers publics :



Ainsi que tous les autres partenaires qui nous ont accompagné en 2010 dans la réalisation de nos missions et de nos projets comme l'ADEME, le SDEA, la Communauté d'Agglomération de Colmar, l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse...



CRESUS

CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE

A STRASBOURG :

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 :

66 avenue du Président Kennedy
68200 MULHOUSE
Tél. 03 89 33 39 79 - Fax 03 89 33 39 78
E-mail : cca68@evhr.net

www.cca.asso.fr