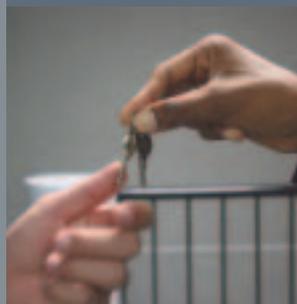
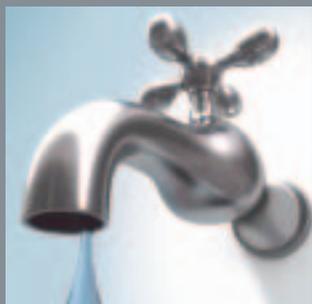


Rapport d'activité 2011



Chambre de Consommation d'Alsace







Rapport d'activité 2011

Chambre de Consommation d'Alsace

Sommaire

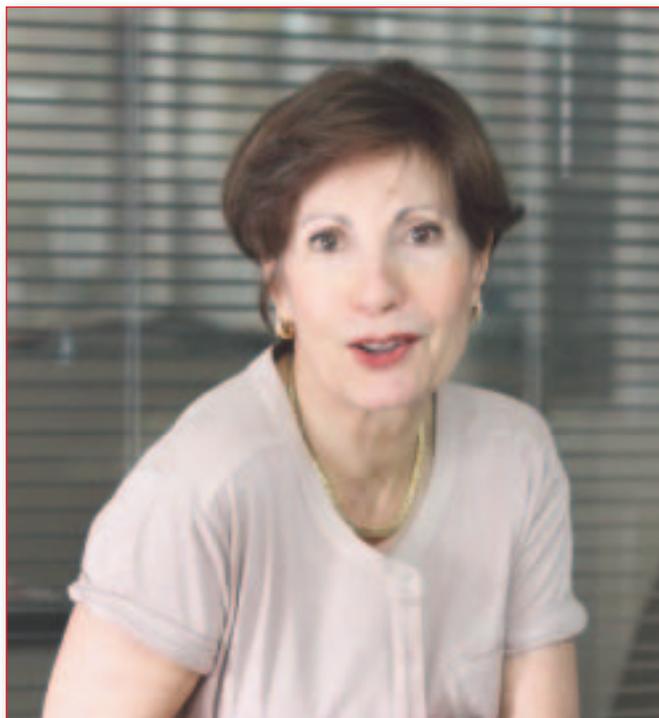
Le mot de la Présidente	p. 4
Vie associative	p. 5
Accueil et soutien juridique	p. 7
Centre de ressources	p. 14
Service formation et études	p. 15
Les médias consommateurs	p. 17
Alimentation, santé et système de soins	p. 24
Eco-consommation	p. 25
L'Europe des consommateurs	p. 29
Gouvernance et administration	p. 31
Le budget de la CCA	p. 34
Nos partenaires financiers	p. 35





Le mot de la Présidente

Le mouvement consommateur alsacien est inquiet !



La consommation est au cœur des préoccupations de chacun. Elle est un défi pour survivre pour certains, elle est un enjeu pour ceux qui décident, elle est pour nous, bénévoles et salariés, un challenge quotidien pour aider nos concitoyens à devenir des consommateurs "acteurs" responsables de leur avenir.

Mais cette ambition ne pourra atteindre ses objectifs sans le soutien du pouvoir politique. C'est un choix de société. Voulons-nous aider nos concitoyens à s'adapter aux nouveaux modes de consommation ? Voulons-nous aider les plus fragiles à anticiper les situations difficiles, les litiges, le surendettement ? Voulons-nous soutenir ce merveilleux bénévolat des associations alsaciennes, véritable richesse de solidarité mais aussi de valeur ajoutée économique ? Voulons-nous soutenir la Chambre de Consommation d'Alsace dans ses missions d'ouverture au public, d'information, de règlement amiable des litiges, de formation des bénévoles des 17 associations membres ? Voulons-nous un vrai mouvement consumériste alsacien qui rende la confiance aux consommateurs ?

Ce sont les questions que je pose en tant que Présidente à nos partenaires financiers, Etat et collectivités territoriales alsaciennes. Sans un soutien financier qui lui permette de faire face à ses charges de fonctionnement, la Chambre de Consommation d'Alsace, qu'ils reconnaissent volontiers comme unique en France pour son dynamisme depuis plus de 40 ans, ne pourra plus continuer à remplir ses missions et à répondre aux sollicitations croissantes des consommateurs alsaciens, plus de 12 000 en 2011. Il en va de sa pérennité.

La baisse des subventions en 2011 et celles annoncées pour 2012, ne pourront être compensées ni par des restrictions de personnel, ni par des économies supplémentaires, ce préalable a déjà été mis en place.

Aujourd'hui, notre avenir et la qualité du service attendue par les consommateurs alsaciens dépendent de l'appui financier des pouvoirs publics.

Nous gardons confiance et voulons croire à leur soutien.

Marie-José Fignier

Présidente de la Chambre de Consommation d'Alsace

Depuis plus de quarante ans, la Chambre de Consommation d'Alsace et ses 17 associations alsaciennes de consommateurs apportent à nos concitoyens un service d'utilité publique avec volontarisme, passion et professionnalisme.

Aujourd'hui, la situation est plus difficile pour tous, associations et consommateurs. La crise est là, elle fragilise les plus démunis, accentue les différences et marginalise ceux qui ne maîtrisent pas les nouveaux "codes".

Les modes de consommation évoluent à la vitesse d'internet. L'e-commerce et les nouveaux modes de communication nécessitent plus que jamais des repères fiables et crédibles pour les consommateurs.

Les attentes des consommateurs sont de plus en plus nombreuses et diverses. Leurs questions sont précises, techniques et complexes et demandent aux bénévoles des associations et aux salariés de la Chambre de Consommation d'Alsace d'être de plus en plus pointus dans les domaines très variés du droit de la consommation, du commerce, de l'alimentation, du logement, de la santé, de la consommation responsable...

Désormais, la consommation est au cœur des débats au niveau national comme au niveau de nos collectivités territoriales régionales. Sans consommation, pas d'espoir de voir la crise s'éloigner, pas de relance économique, pas d'emploi, pas de développement régional.





Vie associative

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 "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.
- Apporter le soutien technique nécessaire aux concertations avec les professionnels.
- Informer l'ensemble des membres des actions prévues par chaque association pour l'année en cours, en débattre et préciser l'aide technique que la CCA peut apporter.
- Définir les actions pouvant être communes à toutes les associations membres ou à certaines d'entre elles.
- Formuler annuellement les objectifs assignés aux différentes commissions et les évaluer.
- Prévoir les évolutions et orientations futures du mouvement consommateur alsacien.

Débats et actualités en 2011

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 invitées à venir éclaircir certaines problématiques intéressant les associations de consommateurs alsaciennes et en débattre avec elles.

Sont ainsi intervenus en 2011 :

- M. Marc Vandercammen, Directeur général du Centre de Recherches et d'Information des Organisations de Consommateurs (CRIOC) en Bel-

gique, qui nous a présenté la coopérative de consommateurs Power For You ;

- M. Pierre Roth, Délégué général de la Chambre Régionale de l'Economie Sociale (CRES), sur le thème de l'Economie sociale et solidaire;

- M. Julien Gerold, Inspecteur à la Direction Départementale de la Protection des Populations (DDPP) du Bas-Rhin, sur le thème "Labels, logos, signes de qualité: quels contrôles officiels sur le terrain?";

- M. Yves Zehr, alors Président directeur général de la Coop Alsace, sur l'évolution et les enjeux de cette enseigne coopérative de distribution régionale;

- Différents collaborateurs et administrateurs de la Chambre de Consommation d'Alsace, sur les thèmes "Droit du consommateur et économies d'énergie", "La Pollution de l'habitat", "Le Conseil Economique, Social et Environnemental Régional (CESER) d'Alsace", "L'augmentation de tarifs des complémentaires santé : analyse et position des associations de consommateurs et d'usagers" et sur le relevé de prix alimentaires effectué dans les grandes surfaces régionales par la Chambre de Consommation d'Alsace en juillet 2011.

Une riche actualité

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

- L'évolution du pouvoir d'achat, sujet malheureusement récurrent au cours de l'année 2011 ;
- Les actions de groupe ;
- L'affaire Mediator ;
- Les habitudes nutritionnelles des alsaciens ;
- Le prix des carburants ;
- L'étiquetage environnemental ;
- Le "panier des essentiels" mis en place par les enseignes de la grande distribution ;
- Les "Villages de marques" de Sainte-Croix-en-Plaine, de Saint-Louis et de Roppenheim ;
- Le coût de la rentrée universitaire ;
- Les projets de loi gouvernementaux destiné à renforcer les droits et l'information des consommateurs ;
- Le Bisphénol A et les encres d'emballages alimentaires ;
- Les mesures d'austérité touchant le "bâtiment vert".





Vie associative

Les représentants des consommateurs sont 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 et 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 2011, nous comptabilisons 158 représentations : 24 régionales, 42 départementales - 22 dans le Bas-Rhin et 20 dans le Haut-Rhin - et 92 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 départemen-



tales en matière d'hygiène, de risque sanitaire et technologique, commissions départementales de surendettement, comités départementaux "canicule", commissions consultatives des services publics locaux et départementaux, commissions d'agrément, commissions locales de l'eau, commissions consultatives du plan départemental d'élimination des déchets ménagers et assimilés, commissions communales des taxis, commissions locales d'information et de surveillance sur les déchets, conseils de développement de pays, etc. Les sollicitations, concernant des domaines parfois assez spécialisés, impliquent un bon niveau de connaissances des représentants, auquel la Chambre de Consommation d'Alsace contribue à travers ses actions de formation et l'organisation de nombreuses interventions d'experts du monde économique et social.

Des représentants des consommateurs sollicités dans 158 instances publiques et privées, au niveau local, départemental et régional

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

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

Une action de terrain au service des associations de consommateurs

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

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

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

Au cours de l'année 2011, le service juridique a proposé trois sessions de formation à part entière, auxquelles pouvaient participer les bénévoles et salariés du mouvement consumériste alsacien.

Ces rencontres ont porté sur les thématiques « Voyager en toute sérénité », « Les achats de Noël », « Les relations des associations avec la justice ».

Trois séances de formation, dix commissions juridiques en 2011

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

Ces commissions, qui se réunissent chaque mois en dehors de la période d'été, sont un véritable lieu d'échanges d'informations et de pratiques entre les bénévoles des associations et la Chambre de Consommation d'Alsace.

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

Parmi les questions traitées en 2011, nous pouvons notamment relever :

- la valeur juridique d'une lettre recommandée électronique ;
- la création du dispositif « Pacitel », destiné à limiter les démarchages téléphoniques ;
- la mise en place de la taxation forfaitaire obligatoire pour saisir les tribunaux (35 €) ;
- la commission des clauses abusives : recomman-

11 998 sollicitations en 2011, en augmentation de 7 % par rapport à 2010

datation du 17 octobre 2011 portant sur les contrats de syndicats de copropriétés.

Mises à disposition de nos collaborateurs

Les juristes de la Chambre de Consommation d'Alsace assurent de manière ponctuelle des permanences au sein des associations de consommateurs qui ne disposent pas de bénévoles spécialisés en droit de la consommation.

Nos collaborateurs interviennent aussi régulièrement sur l'antenne de France Bleu Alsace au nom d'associations membres. En 2011, l'ORGECO et l'UFCS-FR ont bénéficié de ces interventions radiophoniques.



Information et appui juridiques gratuits pour les consommateurs

L'accueil juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace a reçu près de 12 000 sollicitations au cours de l'année 2011.

Les demandes sont orientées essentiellement selon deux axes : l'information avant d'opter pour un produit ou un service, l'aide juridique en cas de mécontentement ou de litige.

Répartition des sollicitations par secteur d'activités

- Internet, téléphonie mobile	17 %
- Prestations de services	16 %
- La location et le logement	13 %
- Commerce et grande distribution	10 %
- L'automobile	9 %
- Banques, établissements de crédit	6 %
- Les assurances	6 %
- Service public, administration	6 %
- Immobilier, construction	5 %
- Meubles, cuisines	4 %
- Vente par correspondance, loteries	4 %
- Professions libérales	3 %
- Tourisme, loisirs	3 %
- Alimentation, environnement	1 %



Accueil et soutien juridique

Dans le cadre de cette mission, les juristes peuvent être contactés par différents moyens : par téléphone, par courriel ou par courrier postal.

Bien que nous encourageons l'usage du courriel dans la mesure où nos lignes téléphoniques sont souvent saturées, les appels téléphoniques ont encore représenté cette année 63% des sollicitations.

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

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

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

Les demandes d'information constituent la base des sollicitations

Le service juridique de la CCA tient d'abord un rôle d'information, à destination des consommateurs qui souhaitent se renseigner au mieux avant de faire une acquisition ou d'envisager de solliciter un prestataire de services.

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

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

Ainsi, par exemple, un consommateur qui se présente avec un problème relatif à une situation de surendettement sera dirigé vers l'une des associations membres de la CCA traitant plus particulièrement de cette thématique.

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

Facilitateurs du règlement amiable

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

En 2011, les appels téléphoniques ont représenté 63 % du total des contacts, les visites physiques à nos permanences 23 %, les sollicitations par courrier 11 %

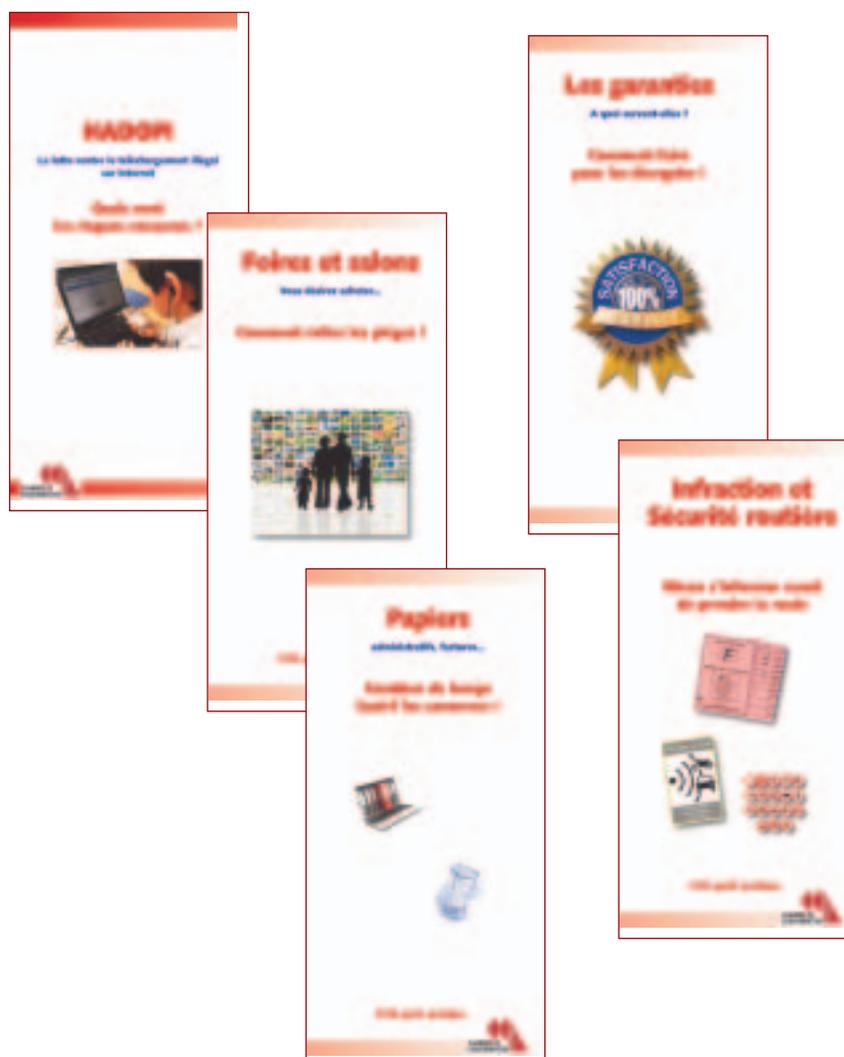
	Strasbourg	Mulhouse	Total
Appels	5394	2137	7531
Visites	1828	939	2767
Courriers	1073	213	1286
Rendez-vous	195	110	305
Dossiers	57	52	109
Total	8547	3451	11998

aux cas exposés.

Ce soutien est réalisé :

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

Plaquettes d'information diffusées en 2011



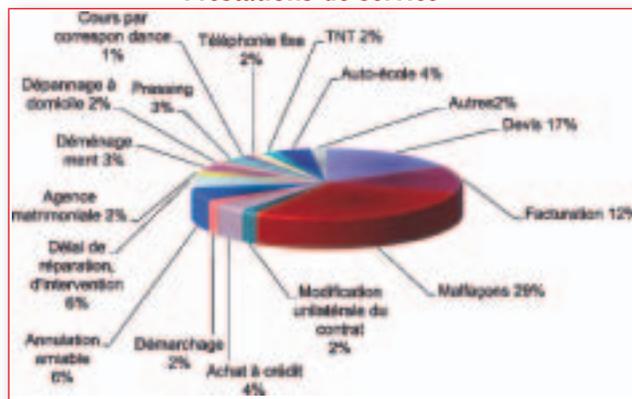


Accueil et soutien juridique

1) Téléphonie mobile – Internet

Avec 17 % de l'ensemble des sollicitations, ce secteur reprend la première place du classement en 2011, après avoir connu une légère accalmie en 2010. En 2011, les réclamations les plus fréquentes concernent les difficultés rencontrées à l'occasion des résiliations de contrats (34%), qui engendrent souvent des frais conséquents et provoquent des contestations de facture (21%). Les problèmes techniques représentent encore 17% des sollicitations ; on constate malheureusement dans ce domaine que les opérateurs ignorent trop souvent les réclamations des consommateurs, qui sont victimes d'une interruption temporaire ou définitive des services prévus au contrat.

Prestations de service

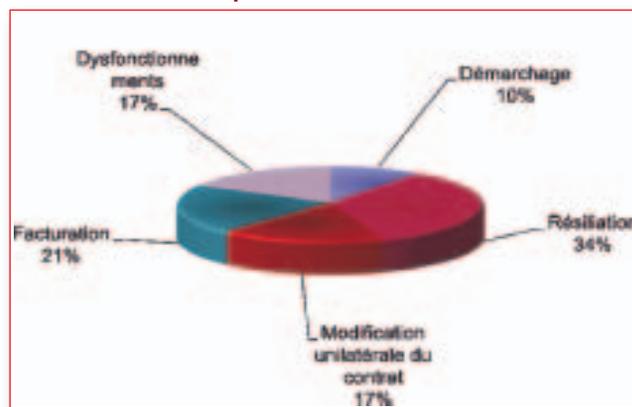


2) Les prestations de service

Le secteur des prestations de services génère toujours un nombre très important de réclamations et occupe la deuxième place du classement (16%). Les malfunctions, les devis et la facturation représentent 58 % des litiges. Ainsi, les artisans se situent malheureusement en tête des réclamations.

Les situations conflictuelles entre artisans et consommateurs ont tendance à se dégrader assez rapidement une fois qu'une contestation survient. Cela s'explique notamment par la difficulté pour les professionnels à reconnaître des erreurs techniques et parallèlement, pour le consommateur, à démontrer l'existence de telles erreurs. Par ailleurs, les délais d'intervention sont souvent pointés du doigt (6%), notamment parce qu'ils ne sont pas respectés ou trop longs dès le départ.

Téléphonie - Internet



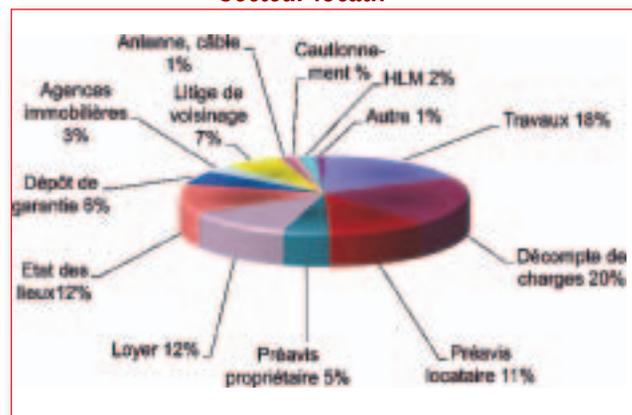
3) La location et le logement

Avec 13 % de l'ensemble des sollicitations, ce secteur conserve la troisième place du classement. Sont tout d'abord concernées les réclamations portant sur le décompte de charges (20%). Les conflits sont nombreux, soit parce que le locataire n'arrive pas à obtenir le décompte, soit parce que les sommes réclamées ne sont pas toujours justifiées.

Par ailleurs, la répartition des travaux entre locataires et propriétaires (18%) génère toujours des difficultés, les propriétaires ignorant trop souvent le décret de 1987 régissant cette répartition.

Le départ du locataire représente 11 % des réclamations notamment en raison des conflits concernant la durée du préavis, les difficultés relatives à la rédaction de l'état des lieux, ou encore l'absence de restitution du dépôt de garantie.

Secteur locatif

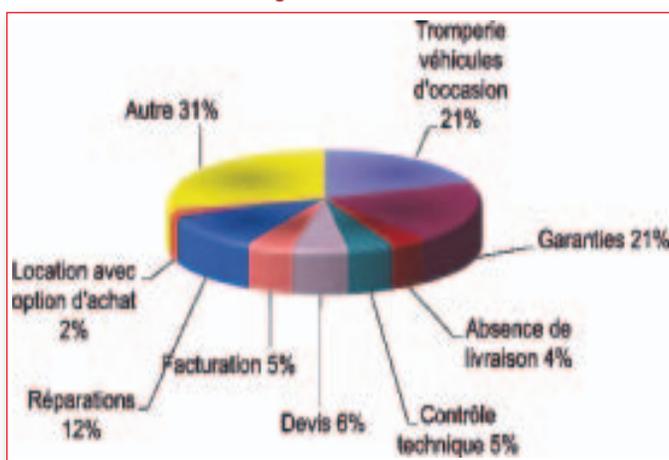


Accueil et soutien juridique

4) Commerce et grande distribution

Avec 10 % des sollicitations globales, ce secteur demeure à la quatrième place du classement. En 2011, à nouveau, la majorité des réclamations concernent l'application des garanties, qu'elles soient contractuelles ou légales (41 % des sollicitations). Les garanties légales (de conformité et des vices cachés) sont difficilement appliquées par les professionnels, qui se retranchent souvent derrière leurs conditions générales de vente, même lorsque celles-ci sont généralement moins favorables au consommateur que la loi. Par ailleurs, on notera également qu'un nombre non négligeable de réclamations concerne les échanges de marchandises et l'utilisation des avoirs (11%).

Commerce et grande distribution

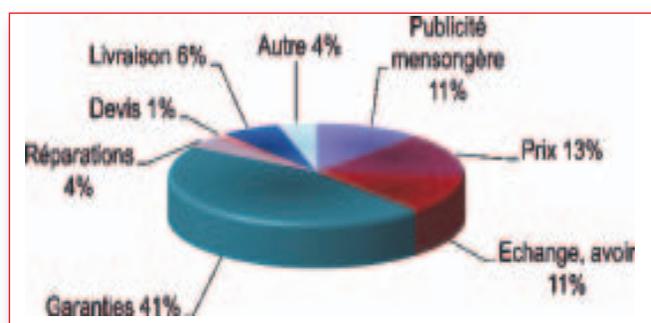


5) L'automobile (achat/vente)

Après avoir stagné à la 8ème place du classement entre 2005 et 2010, ce secteur a connu une hausse des demandes en 2011 et occupe cette année la cinquième place.

La majorité des réclamations concernent la vente de véhicules d'occasion (21 %), plus particulièrement entre particuliers. Lorsqu'une panne survient après l'achat, les possibilités de recours de particulier à particulier sont très limitées. En effet, seule la garantie légale des vices cachés peut être soulevée, ce qui pose, en pratique, le problème des frais liés à l'expertise nécessaire à la recherche du vice.

L'automobile (achat/vente)



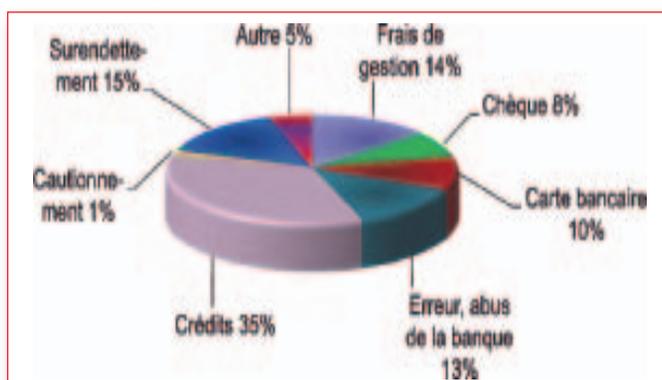
6) Les banques et établissements de crédit

En 2011, ce secteur conserve la sixième place du classement, représentant 6 % des réclamations. Les litiges concernant les crédits et leur mode de fonctionnement sont les plus significatifs (35 % des cas). Les contestations les plus fréquentes sont relatives au calcul du taux d'intérêt en matière de crédit renouvelable, mais également aux conditions de remboursement anticipé des crédits immobiliers.

Les frais de gestion restent également l'un des points de contestation importants pour les consommateurs (14% des cas). Les intitulés des frais appliqués, souvent flous, suscitent de nombreuses interrogations de la part des clients.

Et ce, malgré la mise en place des relevés annuels (récapitulatif tous les frais prélevés en un an), obligatoirement édités par les banques depuis le 1er janvier 2009. Par ailleurs, le secteur de la gestion du budget et du surendettement reste prépondérant et représente encore 15% des cas, concernant notamment les autorisations de découvert.

Banques et établissements de crédit

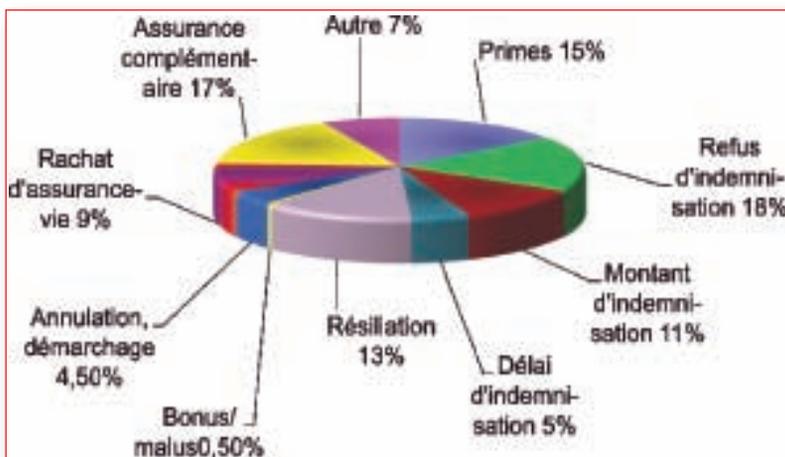


Accueil et soutien juridique

7) Assurances

Avec 6 % des sollicitations, le secteur des assurances occupe, en 2011, la septième place du classement. La majorité des réclamations concerne classiquement les refus d'indemnisation (18 % des cas). Le conflit a souvent pour origine des conditions générales d'assurance très restrictives, qui limitent les possibilités de percevoir une indemnité suite à un sinistre. De plus, lorsque l'indemnisation a lieu, le montant indemnisé crée également des mécontentements (11 %), notamment en raison d'une mauvaise compréhension du calcul utilisé par l'assureur pour déterminer l'indemnité. Enfin, les assurances complémentaires (17 %), principalement en matière de santé, sont souvent décriées au motif que les pathologies indemnifiables sont limitées, notamment lorsque l'assuré était déjà atteint d'une affection au moment de la souscription du contrat d'assurance.

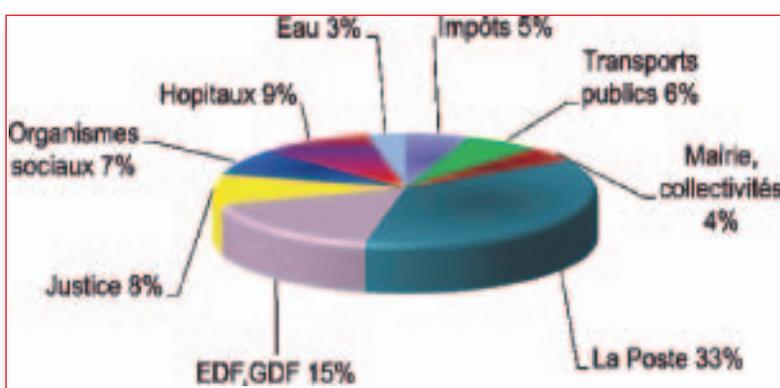
Assurances



8) Services publics

Avec 5,5 % des sollicitations, ce secteur se positionne en huitième place du classement. La majorité des sollicitations concerne les services postaux (33 %). Lorsqu'un colis ou un courrier est perdu, la procédure de recherche est souvent longue. Dans le secteur du gaz et de l'électricité (15 %) se posent principalement des questions de facturation. Les demandes concernant les procédures judiciaires occupent une position significative (8 %). L'accès à la justice semble compliqué et long pour les consommateurs, la mise en place d'une taxation de 35 € pour la saisine des tribunaux au 1^{er} octobre 2011 ne contribuant pas à améliorer cette perception.

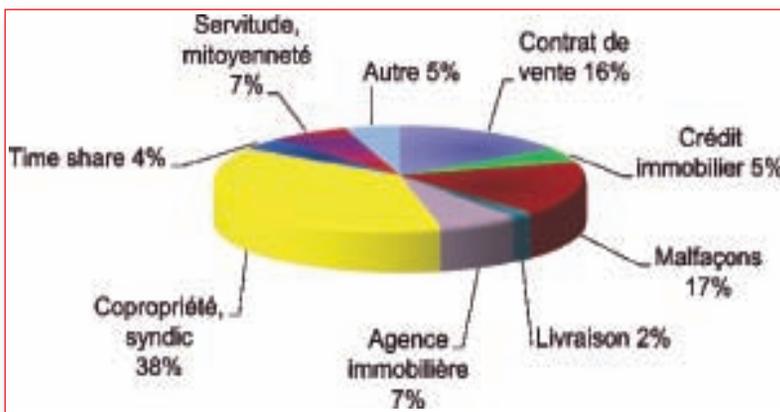
Services publics



9) Immobilier, construction

Stable depuis 2007, ce secteur représente 5 % des réclamations en 2011. La majorité des contestations relevées dans ce secteur concerne la gestion des copropriétés par les syndicats (38 %). Les consommateurs se plaignent régulièrement de la mauvaise prise en compte de leurs demandes (travaux, gestion des conflits entre copropriétaires, choix des entrepreneurs pour des travaux, remplacement inopportuns d'équipements...). Parallèlement, les sollicitations concernant les malfaçons dans le domaine de la construction représentent 17 % des réclamations. La réalité et l'étendue des malfaçons sont fréquemment remises en cause par les entrepreneurs, obligeant les consommateurs à rémunérer un expert pour obtenir gain de cause.

Immobilier, construction



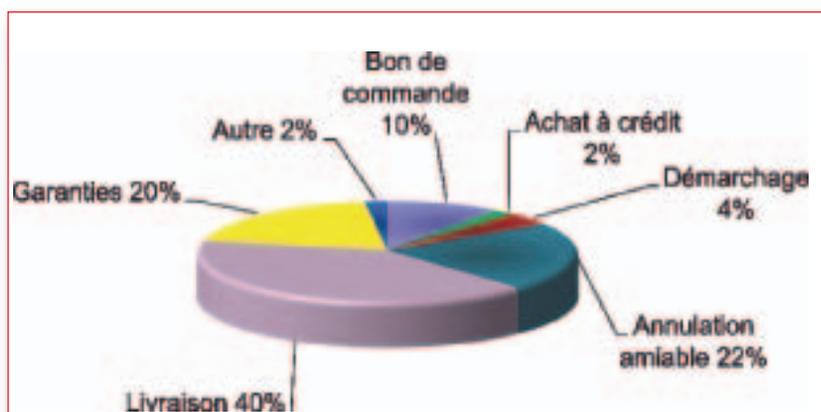
Accueil et soutien juridique

10) Meubles et cuisines

Moins sollicité depuis deux ans, ce secteur représente 4 % de l'ensemble des demandes en 2011. Les litiges liés aux problèmes de livraison sont les plus nombreux (40 %).

L'absence totale de livraison, les délais de livraison non tenus ou encore la livraison non conforme au bon de commande, constituent la majorité des sollicitations. Les contestations liées à l'annulation amiable des contrats de vente restent significatives (22 %). Il s'agit généralement des situations dans lesquelles le bon de commande est signé trop rapidement, ou ne contient pas toutes les informations nécessaires à une bonne compréhension de la commande. Les consommateurs sont souvent surpris de ne pas pouvoir revenir sur leur commande, l'idée d'un délai de rétractation général étant encore trop répandue.

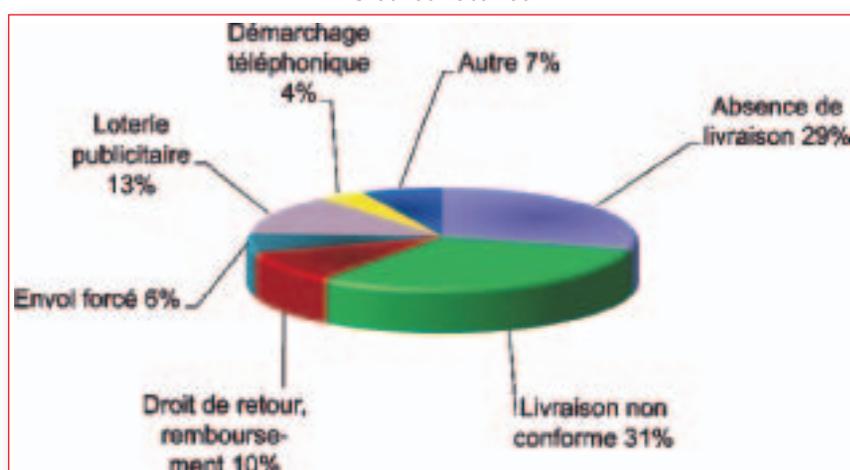
Meubles et cuisines



11) La VPC et les loteries

Avec 4 % de l'ensemble des sollicitations, ce secteur connaît une certaine stabilité et occupe encore en 2011 la onzième position du classement. L'absence et la non-conformité en matière de livraison occupent une place prépondérante dans ce secteur (60 %). Les consommateurs restent confrontés à des difficultés pour obtenir une marchandise conforme à la commande. De même, il n'est pas toujours évident d'obtenir le remboursement d'un produit qui n'a pas été livré, bien que la législation impose au professionnel un délai maximum d'un mois pour procéder à ce remboursement. Par ailleurs, les loteries publicitaires demeurent un point conflictuel (13 %).

VPC et les loteries



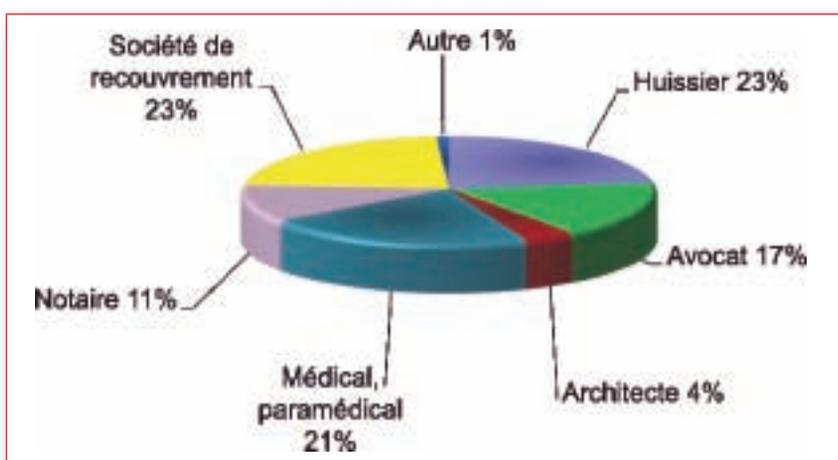
12) Professions libérales

Ce secteur a connu une légère recrudescence des sollicitations en 2011 avec 3 % de l'ensemble des sollicitations.

Les réclamations relatives aux interventions des huissiers et des sociétés de recouvrement sont les plus fréquentes (46 % des cas). Certains huissiers agissent en dehors des règles de compétence territoriale. Ces débordements sont relayés par les sociétés de recouvrement : appels téléphoniques et courriers récurrents aux particuliers, alors même qu'elles ne possèdent aucun document justificatif.

Les réclamations concernant les professions médicales et paramédicales restent importantes (21 %). Les notes de frais, envoyées par les laboratoires d'analyse médicale, sont souvent contestées (frais d'envoi facturés).

Professions libérales



Accueil et soutien juridique

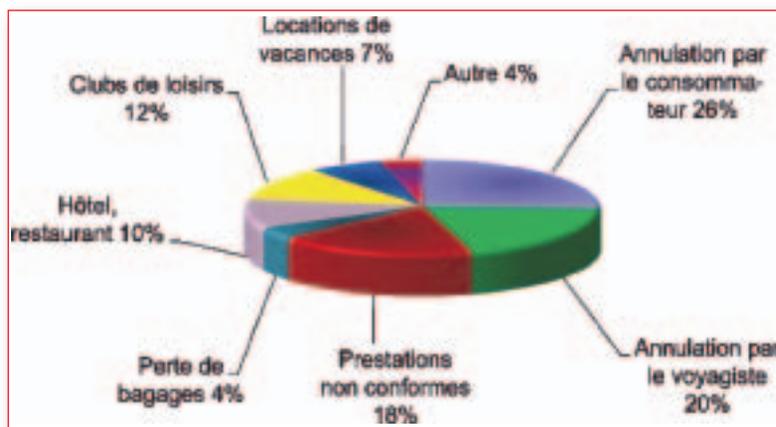
13) Tourisme et loisirs

Avec 3 % de l'ensemble des sollicitations, ce secteur se maintient à la treizième place du classement, depuis trois années consécutives.

Les litiges les plus nombreux (46 %) concernent l'annulation des voyages organisés par les agences. Que l'annulation soit imputable au consommateur ou au professionnel, elle génère toujours des contestations importantes sur des thèmes tels que le montant et le délai de remboursement ou les difficultés de mise en œuvre de l'assurance annulation.

Les prestations proposées par les voyagistes suscitent aussi un certain nombre de mécontentements (18 %). Il s'agit fréquemment de prestations prévues lors de l'achat d'un voyage et qui, en réalité, ne sont pas fournies, ou ne sont fournies que très partiellement. Les locations de vacances engendrent également des litiges (7 %), surtout en matière de restitution de dépôt de garantie ou d'arrhes.

Tourisme et loisirs

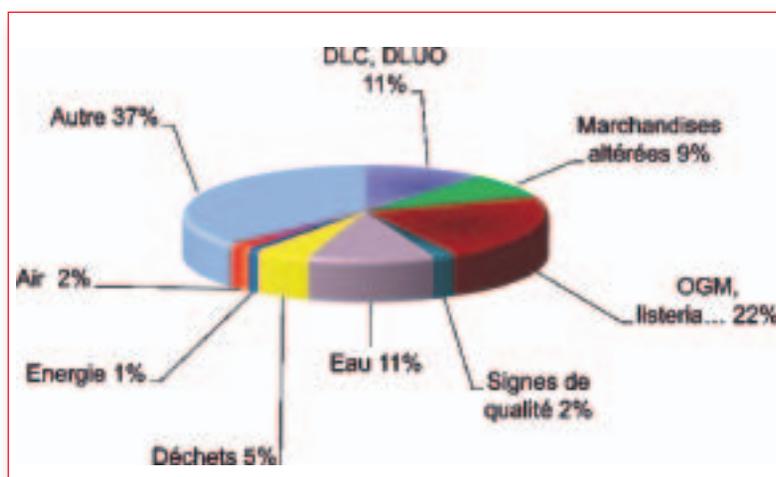


14) Environnement et alimentation

Avec 1 % de l'ensemble des contacts, le secteur "Environnement" occupe la dernière place du classement. En effet, les sollicitations dans ce secteur sont de plus en plus dirigées vers l'Espace Info Energie de la CCA. Les réclamations les plus fréquentes concernent les adoucisseurs d'eau (11%) et les risques alimentaires (22%).

La vente au-delà des dates limites de consommation ou de conservation est trop souvent pratiquée (11% des contacts).

Environnement et alimentation



Pour contacter le service juridique

Tél. 03 88 15 42 42

Email : service.juridique@cca.asso.fr

Un vrai service social de proximité

Le service social de proximité apporté par les associations de consommateurs alsaciennes est un élément très important de la vie économique et sociale de la région. Et le nombre croissant de sollicitations adressées par les consommateurs à nos juristes et conseillers vient régulièrement renforcer la nécessité de son existence.

Nous informons et orientons les consommateurs dans leurs actes de consommation pour que leurs choix soient plus « éclairés » et qu'ils soient pleinement conscients de leurs conséquences. Notre action n'est pas seulement dirigée vers les consommateurs. Nous maintenons et développons un dialogue direct avec les différents représentants du monde économique, social et institutionnel : vendeurs et prestataires de service, fédérations ou corporations de professionnels, institutions publiques.

Plus d'informations et de médiation pour plus de confiance dans la consommation.



Le centre de ressources

Le centre de ressources a pour vocation d'identifier, de structurer et de diffuser l'information au sein du mouvement consommateur alsacien. Il anticipe et répond aux besoins des associations, de leurs salariés et des consommateurs, via la création d'outils et de services documentaires, textuels et numériques.

De nouveaux outils pour les associations de consommateurs

Anticiper les besoins de tous les usagers (bénévoles, salariés et consommateurs), comprendre les demandes afin d'y apporter une réponse appropriée, et partager l'information consomériste : tels sont les objectifs du centre de ressources, qui a développé pour ce faire plusieurs outils en 2011. Le centre de ressources a ainsi mis en place la publication d'une lettre d'actualité consomériste hebdomadaire, destinée aux bénévoles et salariés des associations de consommateurs. Celle-ci présente de manière synthétique les faits récents en matière de consommation régionale, nationale et européenne, et véhicule des informations concernant l'activité du mouvement consommateur alsacien.

Par ailleurs, une nouvelle formation à la recherche documentaire sur l'internet, organisée en décembre, a remporté un vif succès auprès des associations de consommateurs alsaciennes. Son objectif principal était de permettre aux participants, à l'issue de la rencontre, de savoir réaliser efficacement trois opérations :

- Trouver rapidement un document, une fiche juridique ou un texte de loi dans les bases de données de l'Institut National de la Consommation (INC) ;
- Suivre efficacement l'actualité consomériste dans les médias régionaux ;
- Configurer une veille d'actualités sur une thématique "conso" pour son association.

Les interventions régulières en Vie Associative, les veilles d'actualités réalisées pour les groupes de travail et les commissions, l'aide documentaire à la réalisation des spots TV « Flash Conso » qui sont diffusés tous les dimanches soirs sur France 3 Alsace, sont autant d'autres services assurés par le centre de ressources pour favoriser l'accès à l'information des bénévoles associatifs et leur permettre de développer et mettre en valeur leurs activités.

Enfin, notre documentaliste a continué de s'occuper de la gestion des classeurs de l'Infothèque, qui offrent aux adhérents associatifs une information "papier" thématique et ciblée. Cet outil qui, selon une enquête réalisée auprès des usagers, reste utilisé et sollicité par les associations familiales, sera bientôt adapté à chaque bénéficiaire, avec une formule "à la carte", pour toujours mieux répondre aux besoins des associations et des

consommateurs qui viennent les consulter.

Demandes d'information

Les demandes d'information dirigées au centre de ressources ont été particulièrement nombreuses en 2011, que celles-ci soit provenues des associations membres, des différents services de la Chambre de Consommation d'Alsace ou des consommateurs. Dans le hit-parade des demandes, on retrouve en première position des guides d'achats en équipement de la maison et des comparatifs

des offres tarifaires des fournisseurs d'accès à Internet et en téléphonie mobile. Ces tendances devraient se poursuivre en 2012 compte tenu de l'actualité très dynamique du secteur.

Les problématiques agro-alimentaires ont fait également l'objet de nombreuses sollicitations : sécurité des produits, crises sanitaires, produits du commerce équitable et issus de l'agriculture biologique... Ces préoccupations s'ajoutent aux questions concernant l'évolution du pouvoir d'achat des ménages qui, en cette période de crise, occupe la troisième place des sollicitations adressées au service documentation.



Pour contacter le centre de ressources
 Tél. 03 88 15 42 47
 Tél. 03 88 15 42 41
 Email : infothek@cca.asso.fr





Service Formation et études

En 2011, le service Formation et Etudes a focalisé une partie importante de son activité sur le développement et la coordination de nouveaux modules de formation à destination des bénévoles et permanents des associations membres de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Formation des associations

De nombreuses formations ont été dispensées en 2011 aux bénévoles et permanents des associations membres de la CCA dans le cadre de demi-journées ou de journées d'action spécifiques.

Au total, 32 sujets ont été abordés sur 23,5 jours.

Dans le domaine du droit de la consommation, trois journées de formation ont été organisées sur les thèmes suivants :

- voyager en toute sérénité, avec en ligne de mire les droits des voyageurs aériens et ferroviaires, les forfaits touristiques et le transport d'animaux de compagnie ;
- les achats de Noël, formation destinée à clarifier la relation vendeur / consommateur (affichage des prix, étiquetage des denrées alimentaires et jouets, signes de qualité, chaîne du froid, achats sur Internet) pour passer des fêtes de fin d'année en toute tranquillité ;
- les relations des associations avec la justice dans l'objectif de guider les consommateurs tout au long d'un litige, de la phase amiable à l'exécution d'une décision de justice.

Par ailleurs, deux journées ont été consacrées à la tenue de permanences consommation ; sur 4 demi-journées, ont été balayés différents aspects du droit de la consommation : le commerce électronique, les contrats soumis à délai de réflexion, les contrats liés aux nouvelles technologies et les litiges de consommation.

Dans le domaine de la consommation responsable, nos collaborateurs sont intervenus au cours de 16 demi-journées sur des sujets très divers :

- l'utilisation d'outils pédagogiques d'éducation à la consommation ;
- l'affichage environnemental ;
- les labels ;
- les énergies primaires et enjeux de marchés ;
- l'eau ;
- les déchets ;
- les économies d'énergie ;
- le diagnostic de performance énergétique ;
- les plastiques alimentaires...

Dans le domaine des médias, plusieurs actions de formation ont été conduites autour de deux grandes thématiques : l'éducation aux médias et *Media Training*.

Tout d'abord, la CCA, en partenariat avec l'UDAF 67, a organisé des sessions d'initiation à l'Education aux Médias.

Sur deux modules de deux jours, l'action visait à acquérir les compétences de base et à développer une approche pratique, afin d'apprendre à déchiffrer, en citoyen libre et responsable, les messages véhiculés par l'ensemble des supports médiatiques.

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

Par ailleurs et pour la troisième année consécutive, la Chambre de Consommation d'Alsace a proposé aux associations deux journées de *Media Training*, destinées à faire acquérir aux bénévoles les principes d'une communication pertinente et efficace. L'accent a été mis sur le tournage des Flash Conso, qui sont diffusés le dimanche soir sur FR3 Alsace. Comment choisir un sujet à angle régional, comment élaborer le contenu, comment choisir des témoignages ?...

Enfin, dans le domaine de la documentation, deux demi-journées ont été consacrées à l'utilisation d'outils d'information consommateurs ; une journée a porté sur la recherche documentaire, notamment pour apprendre à utiliser les services offerts par le moteur de recherche Google et le portail internet de l'Institut National de la Consommation (INC).





Service Formation et études

Formation tout public

Le service Formation et Etudes s'est efforcé de répondre aux demandes d'intervention émanant des partenaires institutionnels et économiques de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Cela s'est traduit au niveau européen par la poursuite du travail de maintenance du site Dolceta, au niveau régional par la réalisation d'animations auprès des seniors dans le Haut-Rhin notamment. Dans le cadre du programme Dolceta, financé par la Commission Européenne et destiné à proposer des modules de formation en ligne pour adultes sur des thèmes consommateurs, le service Formation et Etudes a réalisé la mise à jour des modules II sur les services financiers, III sur la sécurité des consommateurs, VI sur les services d'intérêt général, ainsi que d'une partie du module V concernant la consommation durable.

A l'égard des seniors, nos collaborateurs ont réalisé un important travail de prévention.

Notre structure est notamment intervenue dans le cadre de conférences organisées par la Ville de Mulhouse et le Conseil général du Haut-Rhin sur le thème du démarchage à domicile.

L'objectif principal était de mettre en garde les seniors sur les pratiques parfois douteuses de certains démarcheurs qui n'hésitent pas à travestir la vérité, voire à abuser de la faiblesse des gens pour obtenir une signature au bas d'un contrat. Chaque animation a été l'occasion de rappeler les règles applicables dans ce domaine, concernant particulièrement les mentions du contrat, le délai de réflexion et le versement de l'acompte.

Un important travail de veille

Le service Formation et Etudes assure un travail de veille sur l'ensemble des dossiers suivis par le mouvement consommateur.

En 2011, différents sujets ont fait l'objet d'un suivi particulier :

- l'étiquetage des denrées alimentaires par rapport aux OGM d'une part, à l'huile de palme d'autre part, et l'adoption du projet de règlement relative à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires le 25 octobre 2011 (règlement 1169/2011) ;
- l'adoption de la proposition de directive sur les droits des consommateurs en date du 25 octobre 2011 (directive 2011/83/UE), apportant des modifications aux réglementations actuellement applicables dans les domaines de la vente à distance et de la vente hors établissements commerciaux ;
- les dangers liés à l'utilisation des plastiques alimentaires ;

- l'augmentation de la taxe spéciale sur les conventions d'assurance (TSCA) de 3,5 à 7%, concernant les "contrats solidaires et responsables" proposés par les mutuelles, assureurs privés et institutions de prévoyance.

Suivi de la réglementation européenne

Le 25 octobre 2011, l'Union Européenne s'est dotée de deux nouveaux textes dans des domaines sur lesquels la Chambre de Consommation d'Alsace et les associations régionales de consommateurs avaient pris position.

Tout d'abord, la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs tend à uniformiser le droit communautaire en ce qui concerne la vente à distance et la vente hors établissements commerciaux.

A l'instar d'autres organisations, la CCA s'était prononcée contre l'adoption du projet de directive tel qu'il avait été présenté le 8 octobre 2008, dans la mesure où il remettait en cause de nombreux acquis nationaux, notamment :

- **disparition de l'interdiction de verser un acompte avant l'expiration du délai de réflexion dans le cadre d'un démarchage à domicile ;**
- **absence de confirmation écrite des offres faites par téléphone et engagement du consommateur par sa signature ;**
- **conditions de mise en œuvre de la garantie légale de conformité ;**
- **liste minimaliste de clauses abusives.**

Sur les deux premiers points, le texte définitif autorise les Etats membres à maintenir la législation nationale ; les 2 derniers points ont été retirés purement et simplement de la directive.

C'est donc une grande victoire pour toutes les associations de consommateurs qui ont défendu bec et ongles le droit français. Ensuite, le projet de texte qui a abouti au règlement 1169/2011 relative à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, avait été décrié en 2010 par le mouvement consommateur alsacien, dans la mesure où il maintenait le principe d'une indication volontaire du pays d'origine ou lieu de provenance des huiles utilisées, ce qui posait problème eu égard à la polémique entourant le recours sans cesse grandissant à l'huile de palme.

Sans donner pleinement gain de cause aux associations de consommateurs, le texte définitif précise en son annexe VII que les huiles raffinées d'origine végétale "peuvent être regroupées dans la liste des ingrédients sous la désignation « huiles végétales », immédiatement suivie de l'énumération des origines végétales spécifiques et éventuellement suivie de la mention « en proportion variable »".

Pour contacter le *service formation et études*
Tél. 03 88 15 42 44
Email : formation@cca.asso.fr





Les médias consuméristes

Le Consommateur d'Alsace est publié depuis 1978 par la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA). Ce bimestriel diffuse une information consumériste, relayé par son site et par différentes interventions à la radio et à la télévision.

**Le
Consommateur
d'Alsace**



Le Consommateur d'Alsace est unique en son genre. Tous les deux mois, son contenu, sans publicité, évoque la consommation alsacienne. Mais quand le sujet le nécessite, on peut trouver dans ses 24 pages des informations nationales voire internationales. Il sert de relais entre les associations de consommateurs alsaciennes et le public.

Un contenu varié

L'information de ces dernières années a amené l'équipe rédactionnelle à étoffer le contenu du bimestriel. Lors des commissions de rédaction, tous les thèmes sont évoqués sans tabou.

Les thèmes des pages sont discutés suivant un canevas bien précis :

- 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

Stabilité des ventes

En 2011, *Le Consommateur d'Alsace* a résisté malgré les difficultés de la presse écrite. Par rapport à 2010, le volume des ventes sur l'année est resté stable.

En moyenne, nous avons imprimé quelque 9 041 exemplaires par numéro tandis que la moyenne des ventes s'est élevée à 6 615 exemplaires par parution.

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

Discussions collégiales

La Commission de rédaction est constituée de membres d'associations adhérentes à la CCA. Tous les deux mois, ils se réunissent dans les locaux de la CCA afin de discuter des sujets du moment. Ils alertent également la Commission de l'actualité de leur association, notre revue s'en faisant toujours l'écho.

Le rédacteur en chef anime la réunion en compagnie de la Présidente de la CCA, qui est également la directrice de publication, ainsi que du secrétaire général. Analyses, discussions et débats sont des denrées courantes. Ils servent à élaborer le sommaire de chaque numéro.





Les médias consomméristes



Numéro 197
(mars-avril 2011)
Nutrition & santé...
L'Alsace malade !

Faire croire que l'on peut résoudre tous ses problèmes de santé grâce à un bon équilibre alimentaire est un leurre.

Mais prétendre que la nourriture ne contribue

en rien à un bon état général l'est tout autant. Car aujourd'hui, il est médicalement prouvé qu'un régime alimentaire déséquilibré, ou une surcharge pondérale, peut causer l'apparition de diverses maladies, comme certains cancers, par exemple du colon. De même, l'absorption de quantité trop importante de matières grasses, de sucre ou de sel nuit gravement à la santé ! Et sans conteste, l'Alsace occupe l'une des plus mauvaises places dans les différents classements nationaux. Au déséquilibre nutritionnel, qui peut être un facteur de risque supplémentaire, s'ajoute



parfois un terrain génétique défavorable.

Certes, la nourriture y est bonne. Trop peut-être ? Mais plutôt que de nous lamenter, mieux vaut agir. De plus en plus de personnes considèrent l'alimentation comme le premier facteur d'une bonne santé. Pourtant, les maladies chroniques dues à un déséquilibre alimentaire progressent d'année en année.

Ce dossier met en perspective les problèmes, leurs causes et aussi leurs remèdes. En le parcourant, vous vous apercevrez que nutrition et santé ne doivent rien au hasard.



Numéro 198
(mai-juin 2011)
Obsèques...
Démarches et formalités



S'il existe un domaine où le consommateur est particulièrement vulnérable, c'est bien celui qui concerne les funérailles.

Sujet particulièrement tabou, ce marché, car il s'agit bien de cela, engendre bien des contrariétés qui s'ajoutent à la tristesse de ceux qui subissent un deuil.

Car bien des questions se posent.

Comment s'organisent les obsèques ?

Une fois le décès survenu, qui est habilité à effectuer les démarches ? Auprès de qui faut-il déclarer le décès ?

Comment faire pour savoir si le défunt avait pris des dispositions concernant ses funérailles ?

Quelle entreprise de pompes funèbres devez-vous choisir ?

Où devez-vous faire inhumer le défunt ?

En cas de crémation, que devient l'urne funéraire ?

Comment faire pour ne pas se faire bernier par une entreprise ?

Ce dossier répond à toutes ces questions, vous aide à faire face à un décès et à gérer les formalités à accomplir lorsqu'il survient.

Il vous apporte aussi des éléments pour vous orienter dans les innombrables offres des prestations funéraires sans pour autant céder aux pressions intéressées des professionnels.



Numéro 199
(juillet-août 2011)
Spécial Fermes-auberges



Plus que jamais, les consommateurs sont à la recherche d'authenticité.

Ils sont de plus en plus nombreux à vouloir être au contact de la nature.

Ils veulent également revenir à des valeurs sûres en matière d'alimentation.

Ils disent privilégier les filières courtes en s'approvisionnant auprès des agriculteurs locaux.

Toutes ces aspirations se retrouvent dans les 57 fermes-auberges alsaciennes.

Sous l'impulsion des consommateurs qui ont le désir de faire la promotion de la qualité en sélectionnant leurs produits, les fermiers-aubergistes ont le désir de proposer des produits dignes de ce nom.





Les médias consuméristes

Pour beaucoup de ménages, l'évolution des prix est devenue une question obsédante. Surtout dans l'alimentaire car même si une grande variété de produits sont à notre disposition dans les rayons des hypermarchés et nous permettent de moduler nos dépenses, nous devons nous nourrir tous les jours. Toutes les études s'accordent à dire que la part de notre budget alimentaire est passée de 40 % dans les années 1960 à (selon les sources) environ 14 % aujourd'hui. Les années 2000 ont vu également une tendance s'installer : la stagnation des salaires qui a engendré une perte de pouvoir d'achat de la classe moyenne. Quand celle-ci se conjugue avec une augmentation des matières premières aboutissant à une série de hausses dans les rayons, on comprend l'inquiétude des ménages. Et nos relevés, recoupés avec ceux que nous avons effectués en 2007, confirment cette tendance. Même si les pouvoirs publics ont lancé un panier

des essentiels à 20 €, le consommateur aura vite fait de se rendre compte que cette mesure n'est pas suffisante pour empêcher la valse des étiquettes qui, malheureusement, ne fait que commencer.

Outre nos relevés de prix, nous nous attachons à expliquer le fonctionnement d'un marché dont les principaux acteurs (fournisseurs et distributeurs) sont des multinationales qui utilisent un grand nombre de techniques pour nous faire consommer plus.



Numéro 200
(septembre-octobre 2011)
Alimentaire : relevés en Alsace
Prix à la hausse !

Depuis de nombreuses années, la branche vieillisse de la *Sécurité sociale* connaît des difficultés et l'allongement de l'espérance de vie conjugué au chômage mettent à mal notre système de répartition.

En vingt ans, nous avons vécu plusieurs réformes (1993, 2003 et 2008) sans que la situation ne change vraiment. Celle de 2010 marque une nouvelle étape qui, selon un calendrier bien précis, se traduit par un recul de l'âge légal du départ à la retraite et par une augmentation du nombre de trimestres pour bénéficier d'une retraite à taux plein.

Mais malgré cela, cette réforme ne sera certainement pas la dernière. En attendant, la loi du 9 novembre 2010 est entrée en vigueur le 1^{er} juillet dernier. Ce dossier fait le point sur toutes les nouvelles règles ainsi que sur celles qui n'ont pas été modifiées par la loi. Les salariés du privé y trouve-



ront toutes les informations concernant la pension de retraite de base (versée par le régime général de la *Sécurité sociale*) et la pension de retraite "complémentaire" versée par l'*Arcco-Agirc*.

Conditions permettant de

partir à la retraite (âge légal, dispositifs de retraite anticipée, etc.), durée d'assurance au régime général de la *Sécurité sociale*, pension de réversion, éléments pris en compte dans le calcul de la retraite sont également évoqués. En outre, nous vous présentons quelques produits d'épargne, à la fois collectifs et individuels, permettant de vous constituer un capital qui s'ajoutera à votre pension de retraite.



Numéro 201
(novembre-décembre 2011)
La réforme des retraites en Alsace

En 2012, manger totalement sain est un défi que le consommateur a de grandes difficultés à relever et ce, alors que les règles d'hygiène ont atteint un niveau jamais égalé. Pesticides, bisphénol A, OGM, salmonelles, listeria, encres alimentaires... la liste est longue. Il n'est pas toujours facile de s'y retrouver et surtout, de connaître les aliments concernés. Pour toutes ces raisons, nous avons décidé de constituer ce dossier. Il passe en revue une grande partie de ces substances que l'on consomme tous les jours, sans toujours s'en rendre compte. Pourquoi ? Tout simplement parce que la législation en vigueur autorise les industriels à donner des informations qui sont, soit partielles, soit incompréhensibles ! En effet, il existe tout un langage que le consommateur ne peut comprendre. Ainsi, les additifs, issus de la chimie, sont,

dans la plupart des cas, indiqués par un simple code commençant par un E. Il existe d'autres substances chimiques qui peuvent être passées sous silence, c'est notamment le cas des auxiliaires technologiques dans lesquels on peut retrouver des résidus non intentionnels, par exemple, d'hydrocarbure (*lire Le Consommateur d'Alsace n° 178*) ! Il y a donc, aux yeux des associations de consommateurs, un défaut d'affichage "légal".

Nous avons énuméré un grand nombre d'aliments dans lesquels diverses substances peuvent être présentes, substances dont les mauvais effets sont avérés ou fortement supposés. C'est notamment le cas du bisphénol A qui pourrait être interdit... en 2014



Numéro 202
(janvier-février 2012)
Risques alimentaires...
Les 50 réponses à connaître





Les médias consommateurs



Le mot de la Présidente

Marie-José Fignier est directrice de la publication du journal *Le Consommateur d'Alsace* depuis 2008, année où elle est devenue Présidente de la

CCA. Elle évoque l'année écoulée : « Malgré la grande crise que la presse connaît, nos efforts n'ont pas été vains et nous sommes relativement satisfaits de l'année 2011. Il faut dire que tout le personnel de la CCA s'est mobilisé pour apporter, chacun dans son domaine de compétence, son expertise. Le service juridique et l'Espace Info Energie en faisant systématiquement remonter l'information jusqu'à la rédaction. Mais aussi les associations de consommateurs qui contribuent, à leur manière, en transmettant leurs messages à notre rédacteur en chef.

Le Consommateur d'Alsace est intervenu à maintes reprises dans différents médias régionaux. Ce qui prouve bien que nous avons l'expertise nécessaire pour aider nos citoyens à mieux comprendre leur environnement. Il nous faut continuer à travailler pour expliquer au grand public la complexité du monde économique auquel il est de plus en plus soumis et lui donner les outils et les codes lui permettant de mieux défendre ses droits. Ce sont les défis que nous devons nous fixer pour l'année prochaine. »

LES VENTES EN 2011

Malgré les difficultés rencontrées par la presse depuis plusieurs années déjà, nous avons maintenu notre volume de vente.

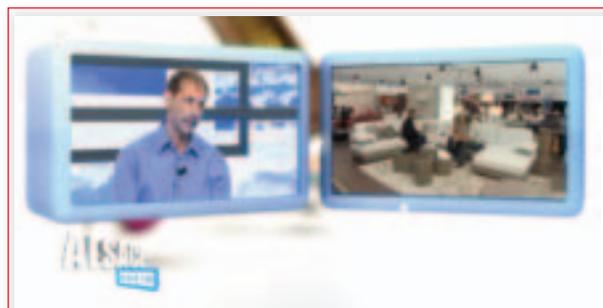
En 2011, la Chambre de Consommation d'Alsace a ainsi vendu 39 691 exemplaires de son magazine régional.

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

Les chroniques de la revue Le consommateur d'Alsace dans le quotidien l'Alsace... ça continue

Depuis quatre ans, le quotidien *L'Alsace* publie deux chroniques "Question Conso" par semaine : le mardi et le vendredi. Pour cela, *Le consommateur d'Alsace* envoie deux questions posées par des lecteurs. Ces questions alimentent les pages du quotidien régional et selon la rédaction du quotidien, c'est devenu un rendez-vous incontournable !

Pour contacter *Le Consommateur d'Alsace*
Abonnement : Nathalie Schott
Tél : 03 88 24 96 10
Email : abonnement@cca.asso.fr
Rédaction en chef : Richard Nicolini
03 88 24 96 11
Email : journal@cca.asso.fr
Fax 03 88 24 96 14



Le rédacteur en chef de la revue *Le Consommateur d'Alsace* intervient régulièrement en direct sur France 3 Alsace pour parler de la législation dans la nouvelle émission de la chaîne « Alsace matin ».



Richard Nicolini prend régulièrement la parole dans le quotidien régional à propos de questions relatives à la consommation.





Les médias consuméristes

Les téléspectateurs alsaciens ont rendez-vous tous les dimanches soirs, désormais entre 18h55 et 19h00, avec l'information consumériste de leur région.

Appelé "Flash Conso", ce spot, d'une durée de 90 secondes diffusé sur France 3 Alsace, revêt la forme d'un reportage à la fois simple et didactique pour le téléspectateur. Une voix off pose le sujet qu'une association adhérente à la CCA présente sous forme d'interview. Bien entendu, des images illustrent les propos et complètent l'information.

Les sujets sont proposés par les associations alsaciennes de consommateurs participant à la commission télévision. Pour cela, une réunion mensuelle permet aux membres présents d'en discuter. Bien entendu, étant donné l'heure de grande écoute, ces spots permettent d'étendre la notoriété des associations de consommateurs. Très souvent, en fonction de l'actualité, ces dernières sont contactées par les téléspectateurs après diffusion.

Fabrication du spot

Une fois le thème validé en commission, le tournage peut commencer. Lorsqu'il est monté, le spot conso est visionné par la commission avant diffusion sur France 3 Alsace.

Les membres participants représentent les associations de consommateurs de la CCA.

Un réalisateur, journaliste très impliqué dans le consumérisme, est chargé du tournage.

Son expérience, forte d'une quinzaine d'années, permet de donner à ces petits films un regard fort instructif. D'ailleurs, les membres sont toujours à l'écoute de l'approche éditoriale proposée par le journaliste.

L'audience

En 2011, 17 émissions ont été réalisées. La nature des sujets choisis est liée à l'actualité du moment ainsi qu'aux demandes parvenues au sein des associations. Le nombre de diffusions et de rediffusions s'est élevé à 51 pour l'ensemble de l'année 2011.

Le jour de la diffusion (dimanche) et l'heure (entre 18h55 et 19h00) continuent de contribuer au succès des spots. Placé juste après le journal régional, un grand nombre d'Alsaciens visionne les sujets tournés. Selon la chaîne régionale, la moyenne des téléspectateurs devant leur télévision se situe entre 27 et 30 %.

De fait, le message des associations de consommateurs est suivi par un large public qui a la particularité d'être très fidèle.

Bien évidemment, à l'issue de chaque commission télé, les membres reviennent sur l'impact et les retombées de leur message.

Au fil des ans, le Flash conso est devenu une institution. La notoriété des associations de consommateurs et de la Chambre de Consommation d'Alsace dominical se trouve renforcée par ce passage hebdomadaire télévisuel.



En 2011, de nombreux médias régionaux ont demandé à la revue Le Consommateur d'Alsace d'intervenir. France 3 Alsace, Alsace 20, Télé Doller, France Bleu Alsace, Les Dernières Nouvelles d'Alsace et L'Alsace en faisait partie.



L'AUDIENCE EN 2011

Environ 13,5 % des téléspectateurs* devant leur écran regardent France 3 Alsace au moment de la diffusion de Flash Conso à 18h55 tous les dimanches soir.

* source France 3 Alsace





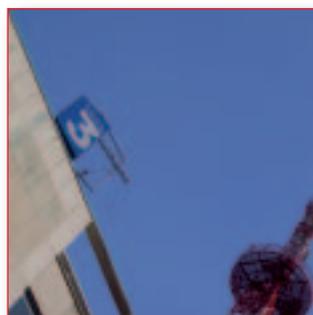
Les médias consommateurs

→ Les émissions produites et diffusées en 2011

17 émissions ont été produites entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2011 :

- | | |
|--|----------------|
| 1 - « Locataires / Propriétaires – Résoudre tous vos problèmes (N° 196) » | - CCA |
| 2 - « Intermédiation budgétaire » | - CRESUS |
| 3 - « Hausse des tarifs de téléphonie mobile et Internet » | - AFOC 67 |
| 4 - « Nutrition & santé – L'Alsace malade ! (N° 197) » | - CCA |
| 5 - « Obsèques et démarches » | - FAVEC 68 |
| 6 - « Produits d'entretien faits maison » | - AGF 68 |
| 7 - « Consommer responsable en Alsace... pourquoi ? Comment ? » | - COLECOSOL |
| 8 - « Obsèques... Démarches et formalités (N°198) » | - CCA |
| 9 - « Détecteurs de fumée » | - CNL 67 |
| 10 - « Spéciale Fermes-Auberges agréées en Alsace - Edition 2011 (N°199) » | - CCA |
| 11 - « Un ordinateur d'occasion pour la rentrée - Desclicks » | - FAM. RURALES |
| 12 - « Alimentaire, relevés en Alsace... Prix à la hausse ! (N° 200) » | - CCA |
| 13 - « La garantie des risques locatifs (GRL) » | - CNL 67 |
| 14 - « Eco-conduite » | - UFCS - FR |
| 15 - « Les 40 ans de la CCA » | - CCA |
| 16 - « La réforme des retraites en Alsace (N° 201) » | - CCA |
| 17 - « Noël autrement, des cadeaux éthiques... » | - AFOC 67 |

Flash Conso, tous les dimanches à 18h55



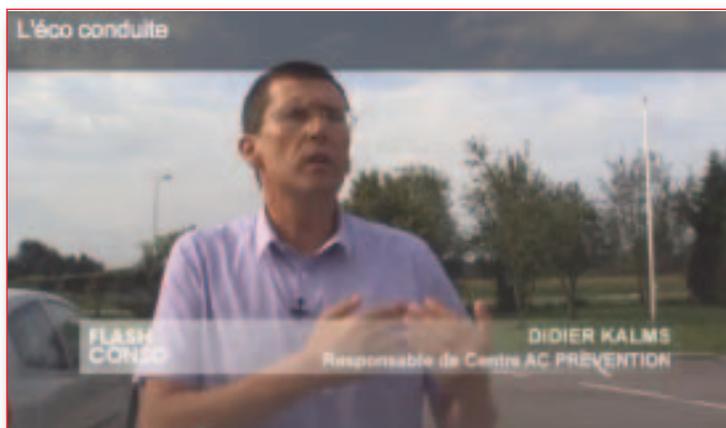
Tous les dimanches soirs (52 fois par an), France 3 Alsace propose un spot conso réalisé par les associations de consommateurs alsaciennes. Ils rassemblent

un grand nombre de téléspectateurs puisque qu'il est diffusé entre 18h55 et 19h00.

Intitulés *Flash Conso*, ces spots sont élaborés en commission. Constituée de membres des associations faisant partie de la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA), cette commission mensuelle permet de faire le point sur l'actualité consumériste du moment.

Les thèmes choisis en commission télévision par les associations de consommateurs sont ensuite tournés.

En fin d'émission, les coordonnées de l'association ayant été à l'origine du sujet apparaissent à l'écran. Les téléspectateurs désirant avoir des informations complémentaires ont donc tout loisir de contacter directement l'association. Quand c'est nécessaire, le service juridique de la CCA prend le relais afin d'apporter un soutien technique aux associations le désirant.





Les médias consuméristes

DÉSORMAIS, LES SPOTS DÉDIÉS À LA CONSOMMATION DIFFUSÉS SUR FRANCE 3 ALSACE PEUT ÊTRE VISIONNÉS PENDANT UN AN SUR LE SITE DE LA CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE.

En 2011, le site de la Chambre de Consommation d'Alsace, qui affiche le nom de la revue qu'elle publie, *Le Consommateur d'Alsace*, a continué d'être un relais d'opinion entre la Chambre de Consommation d'Alsace et les Alsaciens. Outre la partie rédactionnelle, l'internaute a la possibilité d'accéder aux *Flash Conso* diffusés lors des douze derniers mois. Cette souplesse lui permet de suivre l'actualité consumériste, même s'il n'a pas pu être devant sa télévision le dimanche soir.

Actualité

Le haut de la page d'accueil est consacrée au numéro de la revue publiée par la CCA, *Le Consommateur d'Alsace*, en vente. D'autres informations liées à l'actualité sont également intégrées très régulièrement. Une page permet à l'internaute de bénéficier d'offres spéciales sur les numéros déjà parus. Le bon de commande et le bulletin d'abonnement sont disponibles en téléchargement. De plus en plus de dossiers, dont certains sont élaborés par les différents services de la CCA, sont en téléchargement gratuits.

Notamment, le service juridique édite des plaquettes d'information que le consommateur alsacien peut récupérer via notre site ou dans nos bureaux. Des fiches pratiques sont également accessibles.

Une page sur la structure, sur les missions et sur le fonctionnement de la CCA permettent à l'internaute de mieux appréhender notre activité pour mieux pouvoir en bénéficier. Une autre page est dédiée à la présentation des 17 associations membres de la CCA.



Consommation les lundis matins en direct sur France Bleu Alsace



Dix ans déjà que la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA) intervient sur les ondes de *France Bleu Alsace*.

Ces émissions, en direct, permettent aux auditeurs de poser leurs questions directement à un juriste spécialisé en consommation. Tous les lundis matins, un représentant d'une association de consommateurs alsaciennes intervient entre 8h55 et 9h30. Les auditeurs exposent leur problème et quand c'est possible, l'expert résout le différend à l'antenne. Et quand il le faut, ce même auditeur est invité à venir dans les

locaux de la CCA, ou à prendre contact avec une association. Témoignages, alertes lancés auprès du public sur les pratiques de telles ou telles sociétés ou nouveautés en termes de législation, les auditeurs suivent avec grand intérêt ces interventions. Nous vivons dans un monde où l'information circule vite. Il est important que le mouvement consommateur puisse, lui aussi, rapidement intervenir !





Alimentation, santé et système de soins

On le sait bien désormais, alimentation et santé ne font pas toujours bon ménage. Réunies au sein de la commission Alimentation de la Chambre de Consommation d'Alsace, les associations de consommateurs militent en faveur d'un étiquetage des denrées alimentaires plus transparent et œuvrent dans le sens d'une alimentation plus saine et responsable.

Alimentation : suivi de l'actualité...

En 2011, la commission Alimentation a poursuivi un travail de veille sur les OGM d'une part, sur l'huile de palme d'autre part.

En matière d'OGM, tout d'abord, l'actualité ne cesse de conforter les organisations alsaciennes de consommateurs dans leur position.

Ainsi, fin 2011, le moratoire instauré par la France à l'égard des cultures OGM en 2008, que les associations de consommateurs avaient appelé de leur vœu, est invalidé par la Cour de justice des communautés européennes et l'interdiction des cultures de maïs OGM est suspendue par le Conseil d'Etat.

Parallèlement, les associations apprennent et s'émeuvent de la présence illégale de 2 variétés de riz OGM en Chine. La prudence reste de mise et les associations alsaciennes de consommateurs envisagent de rappeler à nouveau aux pouvoirs publics la position qu'elles ont adoptée à l'unanimité en 2008.

A l'égard de l'huile de palme, la commission Alimentation a suivi pas à pas l'évolution du projet de règlement européen relative à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Après maintes modifications, le texte est adopté définitivement depuis le 25 octobre 2011 et la commission prévoit pour 2012 de renouveler ses mises en garde sur les risques sanitaires et environnementaux présentés par l'huile de palme.

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 commissions 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.

Rappel

En juin 2010, la Chambre de consommation d'Alsace avait réagi sur la proposition de règlement de la Commission européenne concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires ; le texte maintenant le principe d'une indication volontaire du pays d'origine ou lieu de provenance, et eu égard aux dangers de l'huile de palme, la CCA avait estimé que l'information n'était pas suffisante pour permettre aux consommateurs d'effectuer des choix éclairés. Elle avait plaidé à l'égard des 72 eurodéputés français en faveur d'une information plus claire sur les denrées alimentaires et demandé que les huiles raffinées entrant dans la composition d'autres denrées alimentaires soient désignées obligatoirement par l'indication de leur origine spécifique et de leur lieu de provenance.

Les actions entreprises en 2011...

La commission Alimentation a entrepris de clarifier l'information des associations et des consommateurs sur les plastiques alimentaires, et d'autres sujets comme le sel ou les œufs.

S'agissant des plastiques alimentaires, les associations ont été alertées par l'étude de Générations Futures sur les substances chimiques présentes dans notre alimentation.

Partant du constat qu'aucune obligation d'étiquetage ne pèse sur les fabricants de plastiques alimentaires, elles ont entrepris un travail d'éclaircissement par rapport aux dangers du Bisphénol A et des phtalates, travail qui devrait aboutir en 2012 à la mise en ligne d'une fiche pratique sur le site de la CCA et le tournage d'un flash-conso.

Par ailleurs, la commission alimentation a travaillé à l'élaboration d'une plaquette « Œufs et bien-être animal... comment savoir ? » et mené des débats sur les dangers du sel qui ont été relayés dans le Consommateur d'Alsace n° 197 sur l'Alsace malade.



Santé et système de soins

Les membres bénévoles des associations de consommateurs réunies au sein de la Chambre de Consommation d'Alsace ont participé en 2011 à plus de **70 instances hospitalières ou de santé publiques de la région**, en tant que représentants des usagers. La désignation des représentants des usagers est proposée et votée dans le cadre de nos réunions mensuelles Vie associative, qui permettent aux membres d'échanger sur leurs expériences de terrain. Une Commission Santé s'est par ailleurs tenue au mois d'avril au sein de laquelle est intervenu le Dr Michel Schmitt, Médecin-chef du Département d'Imagerie Médicale à l'hôpital Albert Schweitzer de Colmar, sur un thème d'actualité passionnant : "Améliorer la qualité de prise en charge des personnes soignées et de leurs proches".





Eco-consommation

Entre Fukushima, la bactérie E-coli et les menaces sur la Coop-Alsace, comment garder les idées claires ? Est-il encore possible de lier économies, bien-être et respect de notre environnement ? Quel crédit accorder à des produits et services toujours plus « verts » alors que tout semble justement aller de travers ? Comment faire évoluer nos modes de consommation, en prenant en compte les nécessités environnementales, sans nécessairement revenir à l'âge de pierre ? "Je trie, j'économise l'eau, l'électricité, mais à quoi bon si les autres ne le font pas, si les vitrines restent illuminées toute la nuit, et si mon voisin agriculteur continue à irriguer sous la pluie ?". Tout au long de l'année, nos associations ont été interpellées autour de toutes ces questions, et surtout autour de la question centrale : comment donner du sens à nos actes quotidiens dans un environnement difficile à décrypter ?

Energie

Plus que jamais, les dépenses énergétiques pèsent sur nos budgets. En 2011, nos conseillers Espace Info Energie ont répondu aux sollicitations de 833 foyers, en les aidant à clarifier leurs choix énergétiques, sans parti pris pour l'une ou l'autre forme d'énergie ou d'équipement, dans le respect des situations et convictions de chacun. Aux foyers conseillés se sont ajoutés les plus de 2700 personnes sensibilisées et informées grâce à notre présence sur le terrain. Si les informations concernant les aides financières sont restées primordiales, les questionnements sur la rénovation ou la construction tendant vers le Bâtiment Basse Consommation (BBC) voire la maison passive, les installations de chaudières faisant appel aux énergies renouvelables ont été de plus en plus nombreux. Quelques actions fortes réalisées par la CCA en 2011 :

- stand grand public au salon Habitat - Maison de Printemps, à la Foire Européenne ;
- information Energie pour les salariés de l'entreprise Socomec à Benfeld, les habitants de Durrenbach, Masevaux, Cernay, Koenigshoffen... ;
- la Fête de l'Energie en Alsace ;
- les 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 et de leurs associations en Alsace.

Eau... de nouveaux outils

Tout au long de l'année 2011, l'appui à une meilleure gestion de la ressource fondamentale qu'est l'eau est restée un combat des associations de consommateurs : facture, qualité, traitement individuel de l'eau, défense des usagers... Dès 2003, les associations de consommateurs en Alsace avaient constitué des outils d'information accessibles à tous pour une meilleure connaissance de l'ensemble des aspects liés à l'eau au quotidien. Un partenariat avec le SDEA (Syndicat des Eaux et de l'Assainissement du Bas-Rhin) , la

CUS (Communauté Urbaine de Strasbourg) et la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement et de l'Aménagement et du Logement) a permis de mettre à jour et d'adapter ces informations sous la forme d'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, de réaliser un DVD et de mettre en place toute une série d'interventions auprès des écoles et de groupes de citoyens en Alsace.

Pour faire entendre la voix des usagers de l'eau auprès des professionnels et des pouvoirs publics, les associations de consommateurs sont toujours fortement engagées dans plusieurs instances de concertation : CLE (Commission Locale de l'Eau), SAGE (Schémas d'Aménagement et de Gestion de l'eau) d'Alsace, de l'APRONA (Association pour la Protection de la Nappe Phréatique de la Plaine d'Alsace), sans oublier l'Agence de l'Eau Rhin Meuse qui décide d'une part importante



Mise à jour des informations

Pendant de long mois, associations de consommateurs, techniciens des collectivités et des services sanitaires ont travaillé à la mise à jour des informations complètes et objectives pour tous les consommateurs. Leurs efforts ont été largement récompensés par un très grand nombre de sollicitations des livrets imprimés (plus de 1700 exemplaires demandés en 2011) que par le nombre croissant de téléchargement du document sur le site internet de la CCA.



Résoudre les litiges

En 2011, les associations de consommateurs en Alsace ont développé, en partenariat avec l'ADEME, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie, 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 particuliers, consommateurs, et les relais auprès des collectivités territoriales,**
- **Régler dans les meilleures conditions possibles les litiges et problèmes identifiés. Au total 65 dossiers ont pu être suivis et résolus au cours de l'année 2011.**



Eco-consommation

des politiques et stratégies à mettre en œuvre afin d'atteindre un bon état de la ressource.

Déchets

Sans que nous en ayons nécessairement conscience, nos ordures nous coûtent, affectent notre environnement immédiat et notre santé. Sur la base de ces constats, les associations de consommateurs en Alsace se sont engagées dès les années 1980 dans la recherche de solutions pratiques adaptées à chacun, pour réduire la quantité et la toxicité de nos déchets. Si la situation générale de la production de déchets ménagers en Alsace est moins dramatique qu'il y a 30 ans, il reste encore énormément à faire. C'est pourquoi les associations de consommateurs se sont fortement investies dans les plans locaux de réductions des déchets, tout en poursuivant leur appui au passage à l'acte des particuliers, afin de diminuer l'impact sanitaire, financier et environnemental de la production de déchets de chaque ménage.

Réduire les déchets

En 2011, 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 124 classes, soit près de 3 200 élèves. De nombreuses autres animations ou interventions sur mesure ont été réalisées à travers Alsace tout au long de l'année 2011.

Pour permettre à chacun d'agir à son niveau, nos partenariats avec les Communauté Urbaine de Strasbourg, Ribeauvillé, Cernay, les Pays d'Alsace Centrale, de Saverne et bien d'autres se sont accentués sur la thématique des déchets ménagers, par une collaboration active entre bénévoles et salariés autour de nombreuses animations scolaires et à destination du grand public.



Arrêtons le gâchis

Les chiffres sont connus : chacun d'entre nous contribue en moyenne à gaspiller 20 kg de nourriture, dont 7 kg d'aliments encore emballés par an. Outre sa charge financière et environnementale, ce gaspillage massif pose de réels problèmes éthiques sur une planète où tous ne parviennent pas à manger à leur faim. Alors que faire ? Face à ce constat, les associations alsaciennes de consommateurs ont élaboré des interventions permettant à chaque participant de trouver les moyens personnels de lutter contre l'aberration, en étudiant l'avant, le pendant et l'après achat. Vérifier ses stocks, lister les repas prévus, acheter uniquement en conséquence, distinguer une Date Limite de Consommation (DLC) d'une Date Limite d'Utilisation Optimale (DLUO), mieux gérer son réfrigérateur et son stockage constituent autant de points déterminants pour ne pas jeter ce que nous achetons à des prix de plus en plus élevés. En 2011, ces interventions participatives ont pu être expérimentées avec succès à travers l'Alsace.

Limiter la pollution intérieure

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 développé en 2011 des outils mis en œuvre en partenariat avec l'Observatoire de la Qualité de l'Air Intérieur. Etendant notre collaboration avec la Mutualité Française d'Alsace, l'Association pour

la Surveillance des Pollutions Atmosphériques, l'Association Générale de Familles, l'Agence Régionale de Santé, et le laboratoire de pneumologie des Hôpitaux Universitaires de Strasbourg, la CCA a pu contribuer à la réalisation d'une exposition itinérante et d'animations accessibles à tous, afin de préserver la qualité de l'air intérieur des foyers en Alsace.



Eco-consommation

Consommation responsable

Pour permettre au plus grand nombre de mettre en œuvre une consommation constructive, contribuant au bien-être, à la cohésion sociale, à l'équilibre Nord-Sud et un meilleur respect de l'environnement, les associations alsaciennes de consommateurs ont une approche en trois temps : écouter, agir, construire.

Ecouter

En 2011, la CCA a pu réaliser une large enquête auprès des consommateurs d'Alsace centrale, au sein du Val de Villé et du Val d'Argent. D'avril à juin, 629 personnes ont bien voulu témoigner de leur vision de la consommation responsable. Résultat : la santé, l'environnement et la solidarité occupent une place de tout premier choix parmi leurs préoccupations, si bien que plus de 50% des personnes interrogées sont fortement demandeuses de produits locaux responsables, et 36% des personnes pensent qu'il leur est possible d'améliorer leur mode de consommation (local, solidaire, environnemental) si l'offre se développe.



Salon de la consommation responsable...
90 professionnels, 2 500 visiteurs et
10 classes primaires/250 enfants

Vivre et consommer autrement en Alsace... C'est possible !

Les alternatives à la consommation « routinière » peu soucieuse de son impact économique, social et environnemental existent... encore faut-il les connaître. C'est pourquoi les associations de consommateurs d'Alsace ont organisé du 19 au 22 mai 2011 un événement destiné au grand public et aux professionnels sous la forme d'une journée jeune public, d'une rencontre professionnelle et d'un salon de la consommation responsable. Le salon « Vivre et consommer autrement », organisé au parc de l'Orangerie, a permis de faire découvrir aux consommateurs des biens et services concernant tous les aspects de la vie courante :

- alimentation, équipement de la personne ;
- restauration ;
- transports et loisirs ;

... relevant essentiellement de l'économie sociale et solidaire ou de modes de production particulièrement respectueux de l'environnement et contribuant à l'économie locale et au mieux-être des consommateurs en Alsace.





Eco-consommation



Construire

L'enquête et les différentes actions menées par la commission Consommation Responsable en 2011 ont largement confirmé l'intérêt d'un nombre croissant de consommateurs par rapport à une meilleure information sur les initiatives existant en Alsace, alliant solidarité et un meilleur respect de l'environnement.

Afin de dépasser le « bouche-à-oreilles » entre initiés et les cercles privés, les associations de consommateurs ont résolu de trouver - en partenariat avec les producteurs engagés en matière de solidarité et d'environnement en Alsace – les moyens les mieux adaptés pour une diffusion plus large à tous les publics des possibilités de consommer en respectant toujours plus ses convictions et son budget, à proximité de chez soi. Ce travail de fond devrait donner lieu en 2012 à l'élaboration de nouveaux outils adaptés aux besoins du plus grand nombre de consommateurs alsaciens !



Pour contacter le Service Eco-consommation

Tél. 03 88 24 96 12 ou 03 88 24 96 13

Email : eco2@ecoconsommation.org

Email : eco3@ecoconsommation.org





L'Europe des consommateurs

Le 9 mai 2011, Euro-Info-Consommateurs est devenu le Centre Européen de la Consommation. L'objectif de ce changement statutaire est de rendre encore plus visible la dimension européenne de l'association franco-allemande.

1 - Le Centre Européen de la Consommation, une structure au service des consommateurs européens

Créée en 1993 par la Chambre de Consommation d'Alsace et la Verbraucherzentrale du Bade-Wurtemberg, le CEC (Euro-Info-Consommateurs à l'époque) est une association binationale, portée par l'Allemagne, la France et les collectivités locales de chaque pays et soutenue par la Commission européenne. Cette structure est vouée à la protection du consommateur en Europe.

Cinq services, une adresse

- Le Centre Européen des Consommateurs France et le Centre Européen des Consommateurs Allemagne : deux services pour vous informer sur vos droits en tant que consommateur européen et vous aider à résoudre à l'amiable vos litiges de consommation avec un professionnel basé dans un pays de l'Union européenne, en Islande ou en Norvège.
- Le Point de contact allemand pour le commerce électronique: internaute ou cybermarchand allemand, vous trouverez auprès de ce service toutes les informations relatives à vos droits et obligations en matière de contrats conclus en ligne.
- Le Médiateur en ligne du Bade-Wurtemberg et du Land de Hesse : neutre et indépendant, ce service vous aide à régler à l'amiable les litiges avec un cybermarchand établi dans le Bade-Wurtemberg ou dans le Land de Hesse.
- Le Point de contact pour les consommateurs dans le cadre de l'article 21 de la directive "services" : ce service vous donne de nombreuses informations relatives à une prestation de services dans un autre Etat membre de l'Union européenne.

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 2011 dans environ 50 % des litiges recensés par le réseau des CEC.
- Pour le CEC France, les secteurs les plus litigieux restent comme l'année dernière le com-

merce électronique et le tourisme (notamment avec les problèmes liés aux droits des passagers aériens).



L'évolution du CEC en quelques chiffres

- Depuis 1993, l'association a répondu à plus de 260 000 sollicitations.
- En 2011, 56 800 sollicitations (tous services inclus).
- Environ 5 % d'augmentation des plaintes transfrontalières.
- Taux de satisfaction : environ 60 %.
- 6 357 litiges transfrontaliers traités au CEC.
- 11 587 823 contacts sur le site en 2011 ; plus de 716 799 visiteurs.
- Plus d'une centaine d'articles, cas du mois, alertes et liens (en français, en allemand 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.
- Plus d'une centaine d'interventions extérieures (ex : journée "portes ouvertes" du Parlement européen).
- Plus d'une centaine d'articles, cas du mois, alertes et liens (en français, en allemand et en anglais) recensés dans les médias français et allemands.



Le personnel actuel du Centre Européen de la Consommation est constitué de 27 personnes* dont 18 juristes trilingues spécialisés en droit de la consommation.

* chiffres au 31 décembre 2011

Un rayonnement européen en France et en Allemagne

- Président du Conseil d'administration : Alain Lamassoure, Député européen
- Vice-Président : Dr. Andreas Schwab, Député européen
- 50 membres (dont 10 Députés européens, 2 Membres du Bundestag allemand, 17 Membres institutionnels dont 10 organisations de consommateurs allemandes, 7 structures françaises dont l'INC et la CCA)





L'Europe des consommateurs



2. Les temps forts en 2011

L'inauguration des nouveaux locaux (Kehl, le 6 juin 2011)

Désormais plus visible et accessible au public dans ses nouveaux locaux, place de la gare (Bahnhofplatz) à Kehl, le Centre Européen

de la Consommation (anciennement Euro-Info-Consommateurs) a officiellement été inauguré lundi 6 juin 2011 en présence de plus de 100 invités venant de France, d'Allemagne et d'autres pays européens avec la participation de

- Frédéric Lefebvre, Secrétaire d'Etat chargé de la Consommation ;
- Alexander Bonde, Ministre de la Consommation du Bade-Wurtemberg ;
- Pascal Mangin, Conseiller Régional Alsace ;
- Roland Ries, Président de l'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau et Maire de Strasbourg, Alain Lamassoure, MEP et Président du Centre Européen de la Consommation (CEC) ;
- Dr. Nils Behrndt, Chef de cabinet adjoint du Commissaire européen de la Consommation ;
- Dr. Christian Grugel, Directeur général au Ministère fédéral allemand de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Protection des Consommateurs.



De gauche à droite : Pierre-Etienne Bisch, Préfet de la région d'Alsace, Martine Méri-géau, Directrice générale du CEC, Frédéric Lefebvre, Secrétaire d'Etat chargé de la Consommation et Alain Lamassoure, Président du CEC

Développement du médiateur en ligne allemand

La Hesse a accepté de cofinancer le projet pilote "Online-Schlichter" au côté



du Bade-Wurtemberg. Tout au long de l'année d'autres sources de financement ont été examinées et d'autres partenaires devraient rejoindre ce projet en 2012. Ce projet novateur est un modèle pour l'Europe entière et s'accorde parfaitement aux nouvelles propositions présentées en novembre 2011 par la Commission européenne qui prévoient une directive sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (ADR) et un règlement pour le règlement en ligne des litiges issus du commerce électronique (ODR).

Etude sur Le marché européen du crédit à la consommation

L'Union européenne a souhaité développer le marché des crédits à la consommation transfrontaliers tout en renforçant la protection des consommateurs dans ce secteur.

A l'heure où le surendettement frappe de plus en plus de ménages, il convenait de créer un cadre législatif commun à tous les Etats membres : c'était le rôle de la directive européenne 2008/48/CE. Le Centre Européen de la Consommation a décidé de prendre la température sur le terrain, directement auprès des consommateurs et des établissements bancaires, pour vérifier si l'objectif affiché par le législateur européen a été atteint. Pour ce faire, le CEC s'est inté-

ressé à l'exemple franco-allemand, en comparant la transposition de la directive dans les deux législations nationales, et surtout en vérifiant s'il est désormais plus simple pour un emprunteur de souscrire un crédit à la consommation auprès d'un établissement bancaire du pays voisin. Cette étude est téléchargeable sur le site internet du CEC au lien suivant : www.europe-consommateurs.eu/fr/publications/etudes-amp-rapports/

Etude sur la procédure de règlement des petits litiges "small claims"

En cas de litige transfrontalier, chaque citoyen de l'UE doit pouvoir facilement faire valoir ses droits en justice, même lorsque le montant en jeu est minime. Pour cela, deux procédures judiciaires simplifiées existent : l'injonction de payer européenne et la procédure européenne de règlement des petits litiges appelée la procédure "small claim". Le Centre Européen de la Consommation a mené l'enquête pendant 8 mois sur ces deux procédures, accompagnant de A à Z une vingtaine de consommateurs français et allemands dans leurs démarches. L'objectif de cette étude pilote était de relever les difficultés rencontrées dans la pratique par les "usagers" des procédures simplifiées et de proposer des solutions innovantes pour y remédier. Cette étude est téléchargeable sur le site internet du CEC au lien suivant : <http://www.europe-consommateurs.eu/fr/publications/etudes-amp-rapports/>

Permanences Immobilières

Acheter, vendre, louer ou hériter d'un bien immobilier en région frontalière franco-allemande suscite souvent de nombreux doutes et zones d'ombres qu'il est important d'éclaircir avant d'entreprendre toute démarche.

Face à une demande d'information grandissante, le Centre Européen de la Consommation a mis en place une permanence immobilière afin d'aider les consommateurs à faire les bons choix immobiliers.

Qu'il s'agisse de questions juridiques, fiscales, contractuelles ou encore relatives au droit de la succession, le Centre Européen de la Consommation vous propose une fois par mois une permanence immobilière, pendant laquelle vous pourrez exposer votre situation et poser toutes vos questions à des notaires et conseillers fiscaux franco-allemands. Ces permanences sont entièrement gratuites et se déroulent dans le cadre d'entretiens personnels.



Pour contacter le Centre Européen de la Consommation
N° Indigo : 0 820 200 999 (0,09 €/min)
Email : www.cec-zev.eu





Gouvernance et administration

Au 31 décembre 2011, 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	
	- ORGECO Bas-Rhin	Organisation Générale des Consommateurs	
	- ORGECO Haut-Rhin	Organisation Générale des Consommateurs	
	- UDAF Bas-Rhin	Union Départementale des Associations Familiales	
	- UFCS - FR Bas-Rhin et Haut-Rhin	Union Féminine Civique et Sociale - Familles Rurales	
	- URAF	Union Régionale des associations familiales	

→ Le collège des membres associés

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

→ Le collège des membres qualifiés

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



Gouvernance et administration

Les 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.

SECRETARIAT GÉNÉRAL
Gestion et ressources humaines,
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
TÉLÉVISION

JURIDIQUE
FORMATION-DOCUMENTATION
SANTÉ

CONSOMMATION RESPONSABLE
JOURNAL

Chaque association membre du collège des mouvements de consommateurs (1^{er} collège) a deux représentants au sein du Conseil d'administration. Les associations du collège des membres associés (2^{ème} collège) 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 Conseil d'administration.



Gouvernance et administration

Les administrateurs de la Chambre de Consommation d'Alsace en 2011...

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

... et l'équipe salariée

Vincent DORFNER : Secrétaire général

Fritz FERNANDEZ : Secrétaire général - adjoint

Bernadette DAUFFER : Secrétaire

Arcole THOMAS : Comptable

Julie DECOURBE : Documentaliste

Laurence LOËGEL : Formation et Etudes, Juriste

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 : Laura ADAM, étudiante en BTS Alternance, Carina MOM, étudiante en mastère 2 - Analyse et politique économique ; Thibaut Mathias, élève-avocat ; Estelle MERLIN, inspecteur stagiaire de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (CCRF).





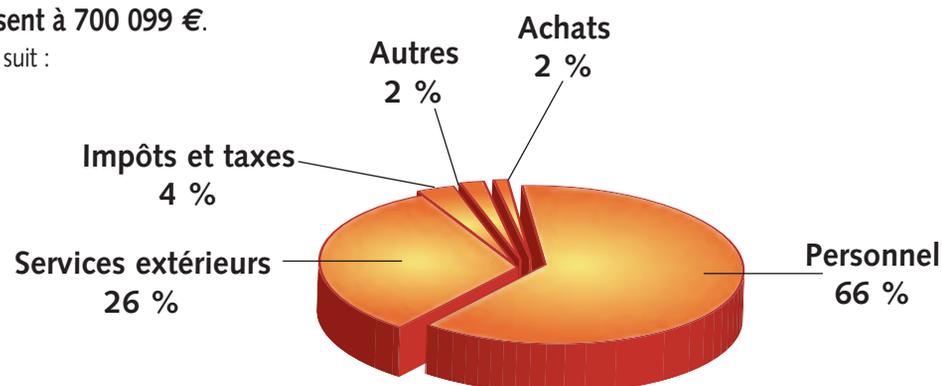
Le budget de la CCA

→ Le Compte de résultat

Le compte de résultat 2011 fait apparaître les données suivantes :

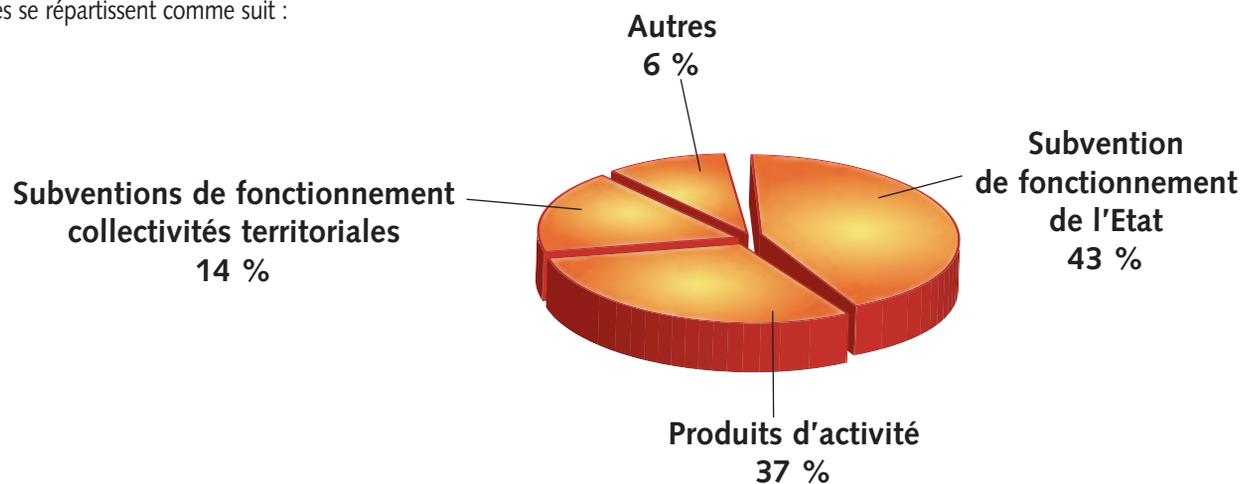
Les dépenses s'établissent à 700 099 €.

Elles se répartissent comme suit :



Les recettes s'établissent à 697 471 €.

Elles se répartissent comme suit :



→ Le résultat 2011

L'exercice 2011 présente un résultat négatif de 45 723 €.

Pour contacter le *service administratif* :

Tél : 03 88 15 42 40

Fax : 03 88 15 42 41

Email : 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 2011 dans la réalisation de nos missions et de nos projets comme l'ADEME, le SDEA, la Communauté d'Agglomération de Colmar...



CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE

A STRASBOURG :

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