

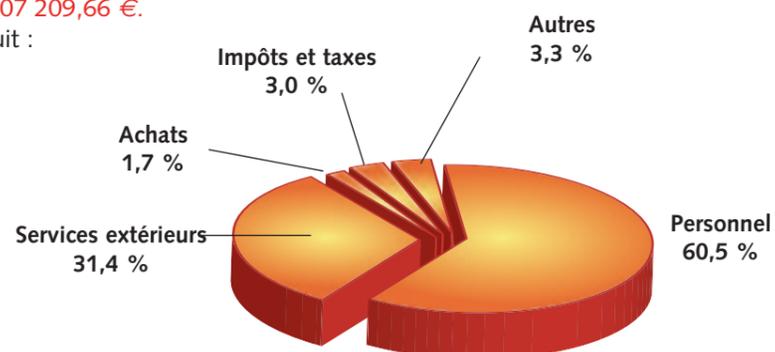
Le budget de la CCA

→ **Le Compte de résultat**

Le compte de résultat 2009 fait apparaître les données suivantes :

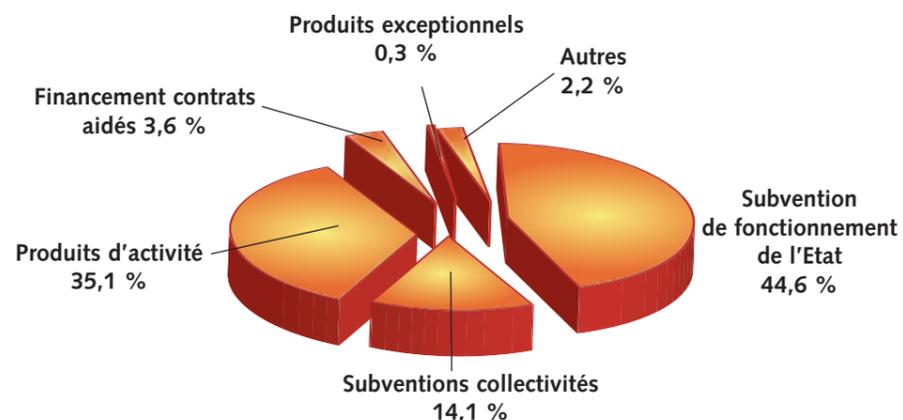
Les dépenses s'établissent à 707 209,66 €.

Elles se répartissent comme suit :



Les recettes s'établissent à 711 311,90 €.

Elles se répartissent comme suit :



→ **Le résultat 2009**

L'exercice 2009 présente un résultat positif de 4 102,24 €.



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

OTT Imprimeurs - 67110 WASSELONNE - 100329

Au 31 décembre 2009, la Chambre de Consommation d'Alsace, association de droit local, compte 17 adhérents. Il s'agit des mouvements 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 "personnes qualifiées", choisies 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 (FF)
- AGF Haut-Rhin Association Générale des Familles (FF)
- 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
- FAVEC 68 Fédération d'Association de conjoints survivants du Haut-Rhin
- 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 Union Féminine Civique et Sociale
- UFCS - FR Haut-Rhin Union Féminine Civique et Sociale
- URAF : Union Régionale des associations familiales

→ **Le collège des membres associés**

- Collectif pour une économie solidaire en Alsace
- CRESUS Alsace : Chambre Régionale du Surendettement Social
- FAVEC : Fédération d'Associations de conjoints survivants

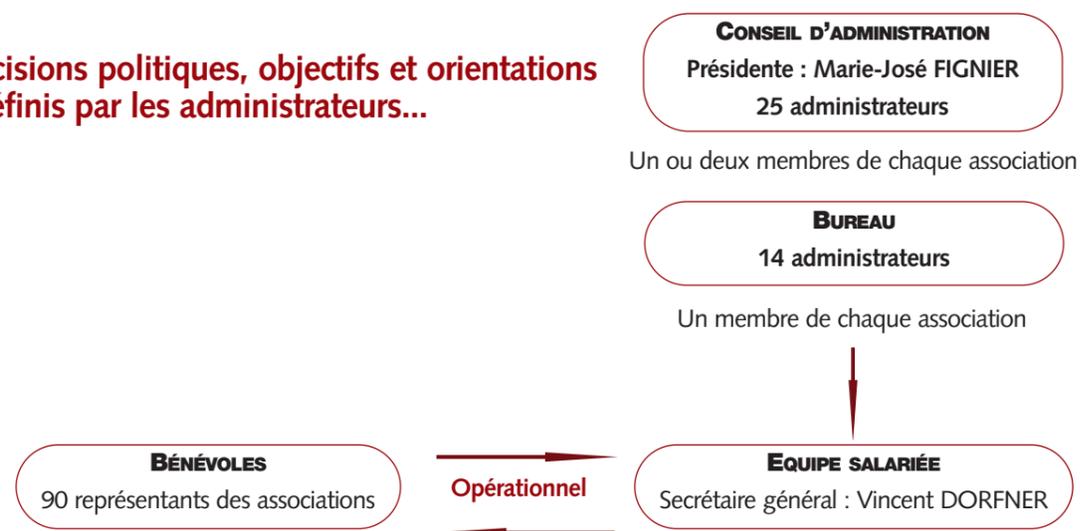
→ **Le collège des membres qualifiés**

Il est actuellement composé de 19 personnes, choisies pour leur compétence en matière de consommation et leur connaissance du mouvement consommateur.

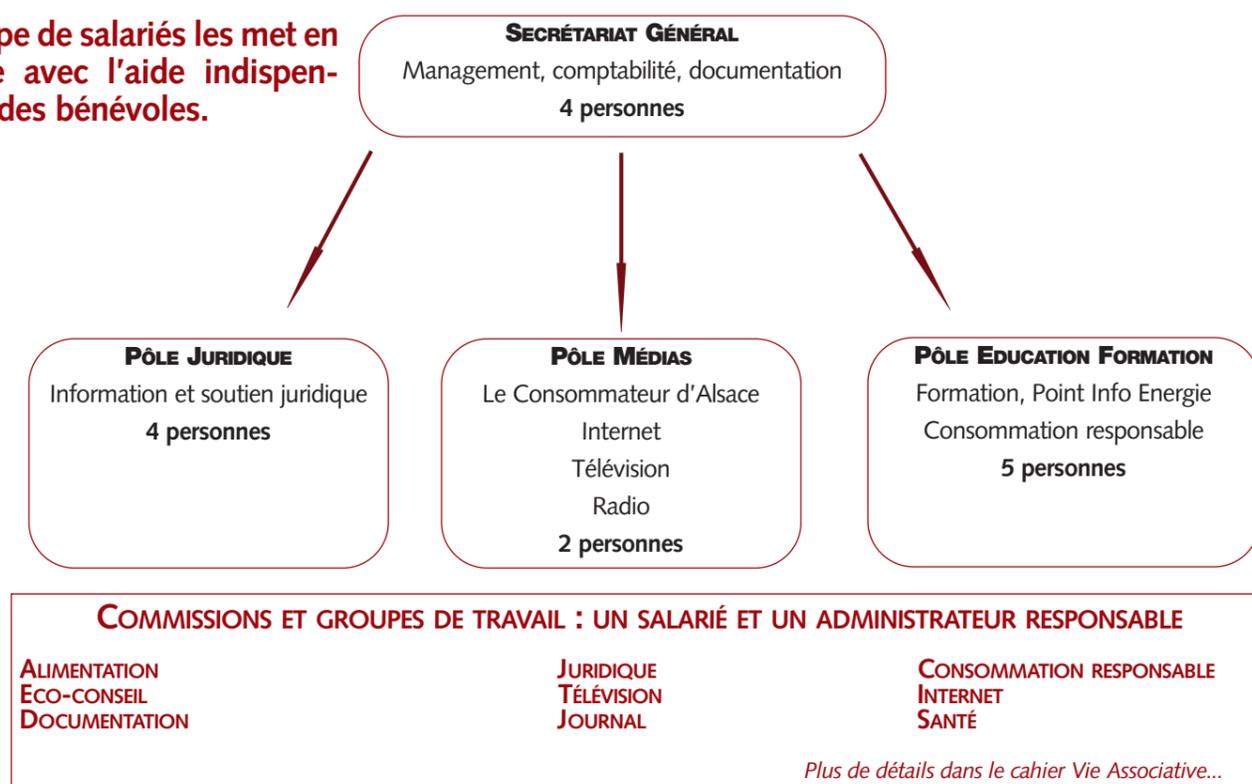


Organisation et gouvernance

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



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



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

Organisation et gouvernance

La liste du personnel

→ Au 31 décembre 2009, le personnel se compose de 15 salariés (12,6 ETP) :

SECRETARIAT GENERAL

Direction de l'équipe salariée

Vincent DORFNER	Secrétaire général
Fritz FERNANDEZ	Secrétaire général adjoint
Bernadette DAUFFER	Secrétaire
Arcole THOMAS	Comptable
Julie DECOURBE	Documentaliste

POLE JURIDIQUE

Information et accueil juridique

Marie-Line WAECHTER	Responsable du pôle
Strasbourg :	
Olivier MINERY	Juriste
Maximiano RIBEIRO	Juriste
Mulhouse :	
Jean-Jacques BAUD	Juriste

POLE EDUCATION FORMATION

Consommation responsable, Eco-consommation

Fritz FERNANDEZ	Responsable du pôle
Laurence LOËGEL	Formation
Chloé LETEMPLIER	Chargée de mission
Giovanna LACRIOLA	Chargée de mission
Gilles DIDIER	Chargé de mission

POLE MEDIA

Journal, Internet, télévision, radio

Richard NICOLINI	Responsable du pôle
Nathalie SCHOTT	Assistante

Au total, ce sont près de 2500 personnes qui se sont rendu sur le site le temps d'une journée.

La Chambre de Consommation d'Alsace a également participé à la journée « quels gestes pour améliorer notre habitat » initiée par l'association SINE, à la ferme Bussière avec l'exposition eau et des ateliers d'animations sur l'eau (bar à eau et calcul de la consommation individuelle d'eau) pour le grand public en juin 2009.

Outils en évolution

L'année 2009 est aussi celle de la révision des outils pédagogiques de la CCA sur l'eau. Un partenariat avec le SDEA et la DIREN a été mis en place afin d'actualiser les fiches sur l'eau, de renouveler l'exposition eau sous un format plus adapté, de réaliser un DVD et de mettre en place toute une série d'animations auprès des écoles et de groupes de citoyens en Alsace. Toujours pour faire entendre la voix des usagers de l'eau, les associations de consommateurs sont engagées dans plusieurs instances de concertation : CLE (Commission Locale de l'Eau), APRONA (Association pour la Protection de la Nappe Phréatique de la Plaine d'Alsace)...La Chambre de consommation demeure toujours très attentive à la mise en place et le suivi des Schémas d'aménagement et de gestion de l'eau (SAGE) d'Alsace.

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

CHARIOTS COMPARATIFS



Chariot d'achats non responsables

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



Chariot d'achats responsables

Cette intervention consiste à présenter aux consommateurs deux caddies comportant les mêmes quantités des mêmes produits : ils se distinguent essentiellement sur le type d'emballage, le choix de produits respectueux de l'environnement et le rapport quantité/prix. Ainsi obtenons-nous un caddie composé de produits d'usage courant particulièrement intéressants pour leur faible taux d'emballage, leur impact limité sur l'environnement, et un coût total inférieur de 20 à 30% à un second caddie composé des mêmes quantités des mêmes produits sur-emballés et moins respectueux de l'environnement.

Interventions de terrain

En 2009, 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 99 classes, soit plus de 2475 élèves. De nombreuses autres animations ponctuelles, notamment l'intervention « Tricétop » au sein de la CUS, ou des interventions sur mesure ont été réalisées à travers l'Alsace tout au long de l'année 2009.

Par ailleurs, des comités d'entreprises autant que de bénévoles associatifs ont pu bénéficier des interventions et débats organisés par le mouvement consommériste alsacien sur la thématique de la gestion et de la réduction des déchets.

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

Enfin le grand public a été largement touché par nos actions de sensibilisation autour de « chariots comparatifs » au sein d'un centre commercial, notamment lors d'évènements tels que la semaine européenne de la réduction des déchets, du 21 au 27 novembre 2009.

Contacts du service Eco-consommation :
 Tél : 03 88 24 96 12 (ou 13)
 Fax : 03 88 24 96 14
 email : eco2@ecoconsommation.org
 ou eco3@ecoconsommation.org

OTT Imprimeurs - 67110 WASSÉLONNE - 100329

Voilà plus de 20 ans que les associations de consommateurs d'Alsace sont engagées dans une analyse et un appui à des modes de consommation respectueux de la santé, de l'environnement et du cadre de vie de chacun. Leur détermination à mener de pair un examen critique, des débats mais également des actions de terrain était manifeste dès les premières années de leur collaboration au sein de la Chambre de Consommation d'Alsace. Cette détermination a pris en 1989 la forme d'un service entièrement dédié aux questions d'éco-consommation, dont l'activité n'a cessé de croître et d'évoluer, comme en témoigne l'aperçu que nous dressons pour l'année 2009.

Consommation « durable », « responsable », « consommer autrement » sont des thématiques de plus en plus présentes dans les discours et suscitent toujours plus de questionnements. Nous sommes régulièrement interpellés sur l'évolution des modes de consommations, les attentes des consommateurs, les nécessités environnementales, la sincérité et l'efficacité des modes de consommation et de production et les actions à mener si l'on veut devenir un "meilleur" consommateur. Or, pour les consommateurs toujours plus nombreux qui souhaitent agir, il reste des freins et des contradictions importants. Le leitmotiv du "consommer toujours plus pour être plus heureux" et les questionnements autour du "consommer mieux, repenser sa consommation pour soi, son environnement, et les générations futures" s'entrechoquent.

Quelle éco-consommation ?

Pour éviter l'impasse de la culpabilisation pure et simple, le mouvement consumériste alsacien a élargi tout au long de l'année 2009 l'espace des débats autour de nos modes de consommation au quotidien, afin d'y faire participer activement le plus grand nombre de nos concitoyens. C'est dans cet esprit que nous avons répondu aux très nombreuses sollicitations des acteurs de terrain : associations locales, comités d'entreprises, groupes de personnes résidant dans des quartiers dits « sensibles », travailleurs sociaux, associa-

tions de personnes aveugles et malvoyantes, scolaires, étudiants, entrepreneurs... Chacune des rencontres et interventions que nous avons pu mener a constitué un moment d'échange riche, animé, constructif, et mériterait une présentation détaillée. Dans un souci de concision, nous n'en présentons que quelques-unes à titre d'exemple : Une intervention sur les éco-labels et produits d'entretien ménager, réalisée pour les salariés et clients d'une entreprise de nettoyage haut-rhinoise a permis d'ouvrir le débat sur les besoins réels des usagers, et d'engager une démarche de réduction des polluants impactant la santé, le budget des ménages, et leur environnement. Une série d'ateliers pratiques menés en partenariat avec l'association Adévico au sein du quartier du Neuhof a permis de souder un groupe d'habitantes autour d'une amélioration de l'usage de produits

d'entretien, de soin et de l'alimentation. Au-delà de l'impact direct au sein de leur foyer, elles ont largement transmis leurs connaissances et savoir-faire à leur voisinage et à l'ensemble des visiteurs de la fête du quartier.

Enfin trois cycles d'ateliers réalisés avec des collectifs de personnes aveugles à Strasbourg, Colmar et Mulhouse ont permis de dégager non seulement une évolution des actions personnelles en matière d'éco-consommation, mais surtout de renforcer une véritable curiosité et un engagement pour des pratiques quotidiennes toujours plus respectueuses de l'environnement.

A la rencontre des usagers

Poursuite d'un travail de représentation des citoyens et usagers au sein d'un nombre croissant d'instances décision-

Des solutions possibles pour répondre aux problèmes environnementaux ?

Allégations sans certification :	Obligations	Labels et démarches de certifications reconnues
<ul style="list-style-type: none"> - Vert - Ecologique - Respecte l'environnement - Naturel - Bon pour la planète - ... 		

MOBILITÉ ET TRANSPORTS

Quel est le mode de transport le mieux adapté à une mobilité alliant économie, rapidité, convivialité et respect de l'environnement ? C'est la question à laquelle les associations de consommateurs ont cherché à trouver les meilleures réponses dans le cadre d'un très large partenariat inter-associatif avec Alter Alsace Energie, Strasbourg Initiation Nature Environnement, Alsace Nature, Campus Vert, Alsace Qualité Environnement, la Maison des Associations, la FNAUT-Alsace... en organisant le 10 décembre 2009 un rallye éco-mobile au sein de la CUS. Au total, ce sont 9 équipes composées de journalistes, d'élus locaux, de bénévoles associatifs et de citoyens qui ont relevé le défi. Les résultats sont sans appel. Les équipes à bicyclettes sont arrivées en première position, juste avant les usagers des transports en communs - piétons qui devançaient largement les équipes en automobiles. Mention spéciale pour les automobilistes qui ont pratiqué l'auto-partage à 100% (association *Passe me prendre* et *Auto'trement* ouvrant la voie à une évolution progressive de nos pratiques de mobilité urbaine.



nelles pour la préservation du bien commun qu'est notre environnement. Les consommateurs sont notamment actifs dans différents Plans Climat territoriaux en Alsace, au sein des instances du Plan



Régional Climat pour la Qualité de l'Air (PRQA)...La CCA suit attentivement les travaux de l'Association pour la Surveillance et l'étude de la Pollution Atmosphérique en Alsace (ASPA), du Secrétariat Permanent pour la Prévention des Pollutions Industrielles (SPPPI), de l'ADEME, de l'Agence Locale de Maîtrise de l'Energie de Mulhouse (ALME),

l'Association Régionale pour l'Initiation à l'Environnement et à la Nature en Alsace (ARIENA), d'Alter Alsace Energie, d'Alsace Qualité Environnement, ainsi que différentes structures professionnelles telles que la Fédération Interprofessionnelle Forêt Bois (FIBOIS), d'Alsace Nature, le plan départemental d'élimination des déchets, plusieurs commissions consultatives, des commissions locales d'information et de surveillance.

Information indépendante

Aux nombreuses actions et interventions sur le terrain s'ajoute une attention particulière à l'information du grand public par tous les médias régionaux possibles : radio, TV, presse locale et régionale, sans oublier le site www.ecoconsommation.org comportant un nombre croissant de documents téléchargeables qui figurent parmi les premières positions de pages consultés sur les sites administrés par la CCA. En 2009, le site du citoyen eco consommateur a été consulté 44 041 fois ce qui représente une consultation mensuelle moyenne de 3 670 visites.

L'énergie

Objectif : contribuer activement à la réduction des émissions de gaz à effet de serre par les économies d'énergies des ménages ! Pour la huitième année consécutive, la Chambre de consommation d'Alsace a poursuivi en 2009 son partenariat avec l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) en tant qu'Espace Info Energie. Sa mission principale est de conseiller gratuitement et objectivement les particuliers, les petites collectivités et les artisans sur la maîtrise et les économies d'énergie ainsi que de promouvoir le recours aux énergies renouvelables en Alsace.

Ce dispositif et complété par le Conseil Régional d'Alsace pour accompagner le programme Energivie en répondant aux sollicitations téléphoniques des personnes résidants en Alsace via le **numéro vert 0800 60 60 40**.

En 2009, nous avons pu conseiller directement 351 foyers, et plus de trente bénévoles associatifs. A cela se sont ajoutés les plus de 2500 contacts réalisés lors de différentes actions de sensibilisation. Si les informations concernant les aides financières sont primordiales, les questionnements sur la construction neuve BBC, la rénovation et les installations eau chaude, le chauffage faisant appel aux énergies renouvelables ont connu une forte croissance.

Quelques actions fortes réalisées par la CCA en 2009 :

- organisation et permanences au salon Maison de Printemps en mars ;
- réunion-débat sur la maîtrise de l'énergie avec les associations des aveugles et malvoyants d'Alsace dans le cadre du projet « Rencontres et actions des personnes aveugles et malvoyantes pour une éco-consommation partagée en Alsace » ;
- mise en œuvre et permanences d'un Espace Info Energie à la Mairie de Schiltigheim deux fois par mois tout au long de l'année 2009 ;
- participation aux rencontres nationales

- des Espaces Info Energie en juin ;
- organisation et permanences Espace Info Energie à la Foire Européenne en septembre ;
- permanence sur l'espace Agora des étudiants en septembre pour les économies d'énergie ;
- conférence sur la maîtrise de l'énergie durant la journée porte ouverte pour les 100 ans de l'usine municipale d'Erstein en octobre ;
- organisation et permanences au salon Bio Construction saine en novembre ;
- interventions en commissions et en « Vie Associative » sur les enjeux de la maîtrise de l'énergie.

A ceci se sont ajoutés une participation active à la vie du réseau des Espace Info Energie en Alsace, des rencontres mensuelles avec des professionnels, des échanges d'informations transfrontaliers avec nos homologues en Pays de Bade, Palatinat et en Suisse, et de formation continue grâce à des intervenants spécialisés, pour une information optimisée de tous les consommateurs en Alsace.

L'eau

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

Evolution des consultations

La Chambre de consommation d'Alsace est restée très mobilisée sur les questions relatives à l'eau et ses usages, les traitements de l'eau à domicile. Les demandes

ECO-CONSOMMATION PARTAGÉE EN ALSACE

Une de nos actions phare a permis d'impliquer les personnes affectées par un handicap visuel dans une réflexion critique autour de l'éco-consommation, et dans la recherche de moyens concrets facilitant la mise en pratique quotidienne de différents éco-gestes. Au total, plus de 65 personnes ont participé activement à l'ensemble des 3 cycles de 5 réunions organisées à Strasbourg, Colmar et Mulhouse. Les rencontres ont effectivement permis l'expression des problèmes pratiques rencontrés pour mettre en œuvre des éco-gestes dans la gestion de l'eau, de l'énergie et des déchets. Tant les animateurs et intervenants que l'ensemble des participants ont activement contribué à l'identification de nombreuses solutions concrètes applicables et appliquées au quotidien. La régularité des rencontres a en effet permis de débattre autant autour des solutions trouvées que de préciser des problèmes non-résolus.



téléphoniques des particuliers sont régulières. Les témoignages directs que nous recevons nous forcent à constater que le démarchage à domicile pour la vente d'équipement aussi onéreux que superflus persiste. Par contre, les demandes de conseils avant l'achat d'appareils de traitement de l'eau ont connu un accroissement encourageant en 2009, certainement lié à une présence régulière de nos conseillers sur le terrain.

De même, nous avons pu constater un développement des sollicitations la CCA après consultation des fiches éco-consommation réalisées sur l'eau du robinet, mises en lignes sur notre site Internet.

Expositions et débats

Notre exposition « l'eau du robinet en Alsace » initiée en 2003, est toujours très largement sollicitée. En 2009, le service éco-consommation à pleinement répondu aux nombreuses sollicitations des collectivités, écoles (plus de 20 classes), centre de formation, centres socioculturels, ainsi qu'à celles de différentes associations locales. Cet outil permet d'aborder tous les enjeux de l'eau du robinet avec des informations claires, précises et concrètes : le prix et la facture, les écono-



mies à faire, comment préserver cette ressource précieuse, quels sont les polluants, faut-il consommer l'eau du robinet ou l'eau en bouteille, que savoir sur la dureté de l'eau ?

Nos animations autour de l'exposition sont complétées par les fiches détaillées que nous avons réalisées afin que l'ensemble des informations puissent être reprises et approfondies.

Une intervention complète comprenant l'exposition sur l'eau accompagnée d'une conférence a pu être assurée lors des portes ouvertes à l'occasion des 100 ans de l'Usine municipale d'Erstein les 17 et 18 octobre 2009. Ces journées se sont adressées aux salariés de l'usine, à leur familles et à tous publics du centre Alsace.

L'ASSOCIATION FRANCO-ALLEMANDE
EURO-INFO-CONSOMMATEURS (KEHL) ET SES
CENTRES EUROPEENS DES CONSOMMATEURS FRANCE ET ALLEMAGNE :
En région frontalière comme en Europe,
notre objectif est de faciliter la vie des consommateurs.

Les atouts d'Euro-Info-Consommateurs (EIC)



EIC est une association binationale, portée politiquement par l'Allemagne, la France et les collectivités locales de chaque pays, soutenue par la Commission européenne et entièrement vouée à la protection du consommateur en Europe. Elle a été créée par la *Chambre de Consommation d'Alsace* et la *Verbraucherzentrale* du Bade-Wurtemberg en 1993, à l'occasion de la mise en place du Marché européen. EIC est une infrastructure franco-allemande dynamique, spécialisée et efficace qui fait ses preuves depuis 16 ans.

Professionnalisation et expertise juridique et linguistique : avec un personnel trilingue et spécialisé en droit communautaire, droit international privé, droit allemand et droit français.

- Exclusivité des services proposés : EIC est la seule association spécialisée dans l'information sur le droit européen de la consommation et le règlement à l'amiable des litiges transfrontaliers.

Les missions d'EIC

EIC a pour missions :

- d'informer et conseiller les consommateurs sur leurs droits ;
- de soutenir et développer le règlement amiable des litiges transfrontaliers de consommation ;
- de servir d'observatoire et relais auprès des instances nationales et européennes
- de sensibiliser et former le public au droit de la consommation européen.

EIC est une association de droit allemand, reconnue d'utilité publique et inscrite au registre des associations de Kehl (Allemagne) sous le n° VR 391, depuis le 13 juillet 1993. Elle est composée de trois services pour répondre aux besoins des consommateurs en Europe : les Centres Européens des Consommateurs (CEC) France et Allemagne et le Point de contact allemand pour le commerce électronique. Le personnel actuel de l'association EIC : 23 personnes dont une dizaine

de juristes trilingues spécialisés en droit de la consommation et droit communautaire.

Synergies et développement des services offerts par EIC :

- les objectifs sont une meilleure cohérence, efficacité et coordination des mécanismes mis en place pour mieux servir les intérêts des consommateurs en Europe et spécialement dans notre région frontalière, en leur simplifiant les démarches et en garantissant l'accessibilité de l'information.

Euro-Info-Consommateurs en quelques chiffres

EIC a comptabilisé en 2009 plus de 31 435 sollicitations (contre 14 859 en 2008), soit une augmentation de plus de 50%, dont 2 757 litiges transfrontaliers (c'est-à-dire entre un consommateur français ou allemand et un professionnel établi dans un autre pays de l'Union Européenne, ou encore en Islande et en Norvège), soit une augmentation d'environ

27 % par rapport à l'année précédente. EIC affiche également un taux de résolution au profit du consommateur avoisinant les 74 % (en augmentation : 70% en 2007 et 2008), grâce au règlement à l'amiable.

Le CEC Allemagne a traité 2094 sollicitations contre 1579 en 2008, soit une augmentation de 33%. Le CEC France a traité 1670 sollicitations contre 1103 en 2008, soit une augmentation de 51%.

Plus de 500 articles et reportages de presse ont relayé nos informations auprès des consommateurs.

Les secteurs les plus litigieux : **le commerce électronique** (notamment avec les problèmes liés aux achats en ligne) **et le tourisme** (notamment avec les problèmes liés aux droits des passagers aériens) restent en tête du classement.

En 2009, 68% des cas traités par le CEC France et 65% des cas traités par le CEC Allemagne concernent des litiges liés au commerce électronique.



Promouvoir la politique européenne en matière de consommation dans les deux pays et la synergie des actions européennes et nationales menées en faveur des consommateurs.

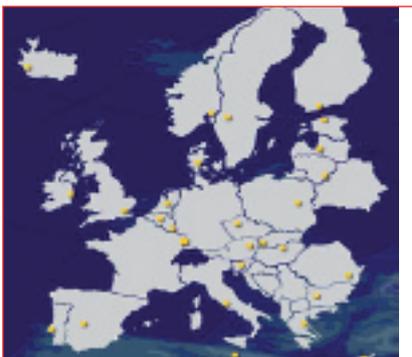
- maximiser les avantages du Marché intérieur pour les consommateurs par des actions de proximité dans la région frontalière ;

- valoriser l'Eurodistrict Strasbourg Ortenau, berceau des actions de proximité ;

- élaborer une politique interactive entre la Commission européenne, les Ministères nationaux compétents, les autorités politiques régionales grâce aux informations et données sur le fonctionnement du Marché intérieur recueillies par EIC.

Le centre de Kehl, seule « structure binationale » du réseau européen des Centres Européens des Consommateurs.

A l'initiative de la Commission Européenne, Euro-Info-Consommateurs a été choisie en 2005 pour héberger à Kehl les Centres Européens des Consommateurs France et Allemagne ; ils sont actuellement présents dans chaque Etat membre de l'Union européenne (soit 27 Centres auxquels s'ajoutent l'Islande et la Norvège).



Leur mission est de fournir un service d'information et d'aide à la résolution amiable des litiges. Il s'agit de développer la confiance des consommateurs dans le Marché Intérieur.

Le centre de Kehl est impliqué dans 42 % des litiges recensés par le réseau.

Rayonnement européen

Le centre de Kehl possède depuis plusieurs années un rayonnement européen dans un contexte franco-allemand.

- 36 membres (dont 11 associations de défense des consommateurs et de nombreux députés nationaux, européens) soutiennent politiquement et techniquement les actions
- EIC est membre du conseil d'administration de l'Institut National de la Consommation (Paris), et
- membre de la Fédération des Associations de consommation allemande (Verbraucherzentrale Bundesverband : vzbv)/ Berlin.

Trois nouvelles brochures en 2009

Un litige ? Pensez au règlement amiable

Cette brochure a pour objectif d'informer sur la médiation et les autres modes de résolution amiable des litiges qui peuvent constituer une alternative à la voie judiciaire souvent longue et coûteuse. Elle répond aux questions suivantes : Quelles sont ces procédures de règlement amiable ? A qui faut-il s'adresser ? Comment cela fonctionne-t-il ?



Accident automobile en Europe : comment réagir ?

Cette situation n'est jamais facile à gérer, et encore moins lorsqu'il survient à l'étranger. Cette brochure réunit quelques conseils pratiques pour faciliter les démarches des consommateurs en cas d'accident dans un autre pays de l'Union européenne.



Louer un véhicule en Europe

Se déplacer librement pendant les vacances grâce à un véhicule de location... C'est une bonne idée mais quelques conseils pratiques sont utiles pour louer en toute quiétude. Cette brochure répond à de nombreuses questions : A quoi dois-je faire attention lorsque je loue un véhicule ? Quels sont les termes et conditions du contrat ? En cas d'accident, que dois-je faire ? A quoi faut-il faire attention pour une restitution correcte ?



Un financement européen, français et allemand

- La Commission européenne
- Le ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi / Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes
- La Chambre de Consommation d'Alsace
- La Communauté Urbaine de Strasbourg
- Le Conseil général du Bas-Rhin
- Le Conseil régional d'Alsace
- Bundesministerium der Justiz
- Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz
- Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum Baden-Württemberg
- Ortenaukreis
- Villes allemandes : Achern, Kehl, Lahr, Oberkirch et Offenburg

Notre action de formation s'est centrée autour de trois axes forts : la réponse aux besoins des associations membres, des partenaires sociaux, et de la société civile, la poursuite du programme européen d'éducation à la consommation « Dolceta », et enfin l'éclaircissement de la proposition de directive européenne relative aux droits des consommateurs.

Formation tout public

La Chambre de Consommation d'Alsace (CCA) s'est chargée de coordonner les actions de formation des ses différents services, de préparer des modules sur des sujets au cœur des préoccupations des consommateurs, de réaliser des interventions à la demande des milieux associatifs, travailleurs sociaux, comités d'entreprise... C'est à ce titre que notre service a notamment organisé et animé une journée d'information à destination des agents de la DDE (Direction départementale de l'équipement) sur les thèmes du commerce électronique et du règlement des litiges à l'amiable en octobre 2009.

En outre, il contribue régulièrement à la formation des permanents et bénévoles des associations membres de la CCA. Cette activité est réalisée soit au travers de commissions et groupes de travail, soit dans le cadre d'interventions spécifiques. Ainsi, divers thèmes, fonction de l'actualité consumériste, ont été abordés en commissions vie associative, juridique, éco-conseil au cours de l'année 2009 ; citons parmi eux :

- les actions en justice simplifiées destinées aux consommateurs ;
- les droits des passagers aériens ;
- le crédit municipal, une alternative à l'endettement ;
- les nanotechnologies, enjeux et risques ;
- le contrat de bail ;
- économies et efficacité énergétique, quels enjeux et quels appuis ?



Formation aux médias

Par ailleurs, une journée de formation à été organisée au profit des associations membres sur la prise de parole média-

tique à la télévision et/ou à la radio.

L'intervention a été réalisée par un professionnel des médias qui après une partie théorique sur la connaissance des médias, la notion de message essentiel etc., a proposé des exercices pratiques devant caméra.

La formation a réuni une douzaine de permanents et bénévoles et emporté l'adhésion de tous les participants.

Que prévoit la directive européenne ?

La proposition de directive prévoit une harmonisation complète de la réglementation, interdisant aux Etats membres de maintenir ou d'instaurer des règles plus favorables.

L'un des objectifs du texte est de renforcer la confiance des consommateurs dans le marché intérieur et de favoriser le développement du commerce transfrontière.

Or, les consommateurs, désireux d'acheter hors de leurs frontières, doivent avoir des garanties de qualité, fiabilité, sécurité.

La disparition de l'interdiction de toute remise d'acompte avant l'expiration du délai de réflexion en cas de démarchage à domicile, la suppression de la confirmation écrite en matière de démarchage téléphonique, la réhabilitation de clauses interdites ou présumées abusives par le récent décret du 18 mars 2009 constituent des atteintes à la sécurité des transactions commerciales et sont autant de freins au développement du commerce transfrontière.

C'est pourquoi, la Chambre de Consommation d'Alsace, avec l'appui des associations de consommateurs, a décidé d'agir.



Formation



Formation par Internet

Depuis décembre 2003, la CCA est engagée dans le programme européen *Dolceta*, soutenu par la Commission européenne et dont l'objectif est de développer des outils pédagogiques en ligne pour la formation à distance de personnes adultes dans différents domaines se rapportant à la consommation.

En 2009, la contribution du service Formation a porté sur les quatre points suivants :

- réaliser la maintenance du *module II* consacré aux services financiers (vérification des liens et des chiffres, mais également examen de l'état de la réglementation et réécriture des articles en conséquence...);
- poursuivre et finaliser la réalisation du *module VI* dédié aux services d'intérêt général et traitant de l'énergie, des transports, des télécommunications, des services postaux et des services de l'eau ;
- participer à l'écriture du *module VII* relative à l'éducation financière et qui devrait voir le jour courant 2010 ;
- assurer la promotion du programme *Dolceta*.

Aujourd'hui, six modules sont accessibles directement et de façon individuelle à tout

consommateur adulte intéressé : les quatre premiers traitent des droits du consommateur, des services financiers, de la sécurité du consommateur et de l'éducation à la consommation.

Le *module V* aborde la consommation durable et le *module VI* concerne les services d'intérêt général.

Intervention sur la directive européenne

Le 8 octobre 2008, la Commission Européenne a présenté une proposition de directive relative aux droits des consommateurs, visant d'une part à améliorer le fonctionnement du marché intérieur entre professionnels et consommateurs, d'autre part à assurer un niveau élevé et uniforme de protection des consommateurs.

Nos services ont procédé à un examen approfondi du texte et constaté qu'il était en net recul par rapport à la législation française et remettait en cause de nombreux acquis nationaux.

La CCA et les associations alsaciennes de consommateurs se sont réunies à plusieurs reprises et ont adopté une position commune : elles se sont prononcées unanimement contre l'adoption de la proposition de directive en l'état, tout en suggérant une

harmonisation totale par le haut et étape par étape, c'est-à-dire d'une part une uniformisation des règles de protection des consommateurs selon les législations les plus favorables, d'autre part l'adoption d'un calendrier pour permettre une transposition en douceur par les Etats membres dont la législation accuse un grand retard en matière de protection des consommateurs.

Une centaine de courriers expliquant notre position a été adressée aux présidents des différentes instances régionales et nationales, aux élus locaux, aux parlementaires européens... En outre, nous avons eu l'occasion de débattre du sujet au cours de différentes interventions médiatiques en région.

A l'heure actuelle, l'adoption définitive du texte a été repoussée d'un an, et la CCA poursuit son travail de veille.

Enfin, la Chambre de Consommation d'Alsace a pu engager un partenariat avec le Conseil Régional d'Alsace, au titre duquel nous allons renforcer nos interventions sur les thématiques consuméristes auprès des stagiaires de la formation professionnelle en région.



Contacter le service Formation :
Tél : 03 88 15 42 44
Fax : 03 88 15 42 41
Email : formation@cca.asso.fr

Les membres du mouvement consommateur d'Alsace se réunissent régulièrement dans le cadre de commissions thématiques et de groupes de travail spécifiques – auxquels sont fréquemment conviés des spécialistes et des professionnels – autour de sujets de fond et de questions d'actualité, afin de renforcer leur information, leurs compétences et la représentation de tous les consommateurs et usagers.

Alimentation

Les consommateurs exigent une alimentation sûre et de qualité, à un prix acceptable. Dans ce but, les associations de consommateurs se concertent au sein de la commission Alimentation de la Chambre de Consommation d'Alsace. Elles y définissent des objectifs et des moyens d'action communs pour répondre aux sollicitations et favoriser une alimentation saine, responsable et durable. Le mouvement consommateur régional a été à l'origine de la création de la commission Alimentation en 1993 afin de permettre aux associations de consommateurs, en plus de leurs actions respectives, de se concerter pour défendre ensemble la sécurité alimentaire et des productions régionales respectant la qualité, le bien-être animal, l'environnement. Les associations de consommateurs sont représentées dans diverses instances régionales ou locales traitant de l'agriculture et de l'alimentation.

Les études et formations mise en œuvre sont directement adaptées aux objectifs d'actions fixés collectivement par le mouvement consommateur alsacien, et lui permettent de bénéficier d'une réelle crédibilité auprès des filières professionnelles, des élus et des consommateurs.

Sur le terrain

OGM, certifications, suivi des cahiers des charges et des pratiques en matière de production et de transformation et distribution alimentaire... les associations de consommateurs sont restées très mobilisées et vigilantes vis-à-vis de l'ensemble des évolutions réglementaires, mais aussi des pratiques des acteurs de terrain.

Le mouvement consommateur alsacien



Le bien-être animal est l'une des préoccupations des associations alsaciennes de consommateurs

est régulièrement consulté en matière d'alimentation. Les consommateurs accordent une attention particulière au choix des produits : qualité, sécurité, composition des produits, mode de production, prix... les critères d'achat se multiplient et se complexifient. Ils s'interrogent notamment sur la composition des produits : avec ou sans OGM, quels colorants et quel conservateurs trouve-t-on ? De plus en plus, les consommateurs affichent une certaine maturité et sont à la

recherche d'informations précises, compréhensibles et adaptées à leurs besoins. Nous avons pu participer activement en novembre 2009 à une table ronde radiophonique franco-germano-suisse portant sur la qualité alimentaire et les principales préoccupations des consommateurs de part et d'autre du Rhin. Les consommateurs exigent des garanties pour leur santé, l'environnement et le cadre de vie. C'est pourquoi leurs organisations participent activement au

IMPACT DES SURGELÉS

L'année 2009 a été l'occasion de réaliser une enquête concernant l'impact des produits alimentaires surgelés sur la santé, l'environnement et le budget des consommateurs.

Les principaux résultats des recherches menées en collaboration avec l'ORGEKO 68 font ressortir un bilan santé intéressant sous réserve d'un respect scrupuleux de la chaîne du froid et des conditions de décongélation. L'intérêt économique et environnemental est relatif, dans la mesure où les consommations énergétiques des véhicules frigorifiques et des congélateurs domestiques pèsent considérablement dans la balance. Au final, il convient de privilégier la consommation d'aliments frais et locaux en saison. Les fruits et légumes surgelés sont intéressants hors saison pour leurs qualités nutritionnelles et préférables aux produits frais importés de loin et cultivés sous serre.

Groupes de travail spécifiques

débat régional sur l'orientation de l'agriculture et dans les instances traitant ce domaine. Ainsi les représentants des consommateurs siègent activement 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, du comité local de suivi de l'INRA, du réseau "Bienvenue à la Ferme", et de bien d'autres encore où ils y font toujours preuve d'une rigueur largement reconnue.

Consommation responsable

Afin d'appuyer le développement d'une consommation toujours plus constructive et contribuant à la fois au bien-être de tous les consommateurs, à la cohésion sociale, à l'équilibre des échanges Nord-Sud et au meilleur respect de l'environnement, les membres du groupe de travail Consommation responsable ont renforcé leur travail de recherche, d'information et d'action tout au long de l'année. En 2009, ils ont notamment examiné l'organisation de modes de production et d'échanges locaux et régionaux



répondant aux impératifs de cohésion sociale, ils ont développé l'information régulière des consommateurs sur les tenants et aboutissants de leurs achats. Relayant largement le fruit de leurs

Enquête consommation responsable

Les associations de consommateurs d'Alsace ont réalisé avec l'appui de deux jeunes chercheurs une enquête de terrain portant sur l'expression des consommateurs quant aux modes de consommation dits « responsables ». Cette enquête a été déclinée sur un échantillon représentatif de 500 consommateurs, interrogés directement sur différents lieux d'achat au sein de la CUS. Notre travail a permis de mettre en évidence une expression très largement favorable à la consommation de produit issus de l'agriculture biologique, du commerce équitable (60% disent en acheter au moins une fois par mois) un intérêt quant aux produits locaux, et un important besoin d'information quant aux biens et services issues de l'économie sociale et solidaire en région. Enfin, ils accordent une réelle confiance au secteur associatif pour les informer de manière fiable pour des achats plus responsables.

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

Santé et système de soin

La complexité de notre système de soins, ainsi que son évolution rapide, nécessite un éclairage par des professionnels impliqués, autant qu'un suivi des plus attentifs. Afin d'assurer les échanges d'expériences de terrain, ainsi que la meilleure

Santé pour tous, par tous et partout !

Nos membres ont pu collaborer activement avec l'Union Régionale des Associations Familiales et le Collectif Inter-associatif Sur la Santé pour la réalisation d'une journée complète – le 3 octobre 2009 – consacrée à des débats et interventions de spécialistes, autour de la participation des usagers dans le devenir de notre système de santé.

Chambre de Consommation d'Alsace. Les thèmes abordés tout au long de l'année 2009 sont toujours à l'image de la diversité des problèmes, de l'importance vitale d'une organisation optimale à l'écoute des usagers, et d'une actualité brûlante : la démographie médicale en Alsace, l'organisation du pôle des urgences des Hôpitaux Civils de Colmar, le réseau de santé de Mulhouse comme réponse aux inégalités de santé ont notamment fait l'objet d'un éclairage particulier.

Cette année encore, par la présence forte de ses membres au sein de très nombreuses instances réunions techniques en Alsace, notre groupe de travail a très largement participé au développement de la démocratie sanitaire à l'échelle régionale au profit de tous les usagers.

Contactez le service Alimentation :
Tél : 03 88 15 42 40
Fax : 03 88 15 42 41
e-mail : sg@cca.asso.fr

Consommateurs handicapés

Egalité d'accès à l'information, défense des droits en matière de consommation et règlement des litiges spécifiques que rencontrent les consommateurs en situation de handicap, tels sont les objectifs toujours défendus par le service « Handi-conso » initié par les associations de consommateurs en Alsace.



En 2009, nous avons maintenu nos actions visant à permettre aux personnes handicapées de bénéficier de conditions d'accueil, d'information, de prévention et de règlement de litiges les plus adaptées, afin qu'elles puissent évoluer avec une autonomie renforcée dans leurs démarches en tant que consommateurs. Les permanences téléphoniques, physiques et les réunions de concertation ont connu une fréquentation soutenue tout au long de l'année.

Information adaptée

La relance de la diffusion du journal des associations de consommateurs en Alsace sous format audio (enregistrement sur CD) a été rendu possible dans le cadre d'un partenariat avec le GIAA (Groupement des Intellectuels Aveugles et Amblyopes). Les premiers abonnés s'étant rapidement manifestés, nous espérons que le renforcement du partenariat avec le GIAA permettra non seulement un maintien, mais aussi un développement de la diffusion de l'information

consomériste régionale auprès des personnes aveugles, afin qu'elles puissent, elles-aussi, consommer en étant mieux avisées.



Quels accès aux éco-gestes ?

Après avoir édité pour la première fois en France, en partenariat étroit avec l'AAAL (Association des Aveugles d'Alsace-Lorraine) et le GIAA (Groupement des Intellectuels Aveugles et Amblyopes) sous

forme de fiches braille et CD audio des documents de présentation consacrés aux principaux éco-gestes accessibles en matière de gestion de l'énergie, de l'eau et des déchets ménagers, nous avons poursuivi en 2009 notre partenariat en organisant une série de rencontres débats dans l'objectif de :

- vérifier la bonne acceptation des documents réalisés ;
- échanger autour des possibilités d'application des éco-gestes proposés ;
- mener une approche critique de l'éco-consommation avec des personnes aveugles.

Par ailleurs, nous avons organisé avec des responsables techniques de collectivités, ainsi qu'avec des producteurs, des concertations permettant d'améliorer la mise en pratique autonome d'éco-gestes. Ces activités intéressaient plus particulièrement les personnes mal voyantes (reconnaissance des bacs de tri, relevé de température au domicile).

Ces différentes rencontres qui ont mobilisé plus de 100 personnes ont débouché sur une série de mises en pratique régulières d'éco-gestes favorisant les économies financières et préservant la santé et l'environnement des participants et de leur entourage. Les cycles de "rencontres débat et actions" se poursuivront en 2010.

**Contactez le service
Consommateurs handicapés :**
Tél : 03 88 15 42 45
Fax : 03 88 15 42 41
e-mail :
handi.conso@cca.asso.fr

Qualité, actualité, objectivité et pertinence sont des maîtres mots tant dans le choix que dans le traitement et la diffusion de l'information réalisés par les associations de consommateurs en Alsace. Il s'agit de concourir en permanence à la meilleure information des associations et de leurs membres, mais également de tous les consommateurs qui les sollicitent afin de les éclairer dans leurs choix



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

Mieux informés... pour agir et réagir

Si les demandes préalables à la signature d'un contrat ou à l'achat d'un produit, quel qu'il soit, demeurent moins importantes que les problèmes et litiges présentés, on remarque toutefois une légère augmentation des consultations d'outils d'information tels que l'infothèque liens sur internet. En matière de consommation comme dans beaucoup d'autres, la prévention constitue la meilleure défense face à des professionnels peu scrupuleux.

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

Comment s'y prendre ?

En faisant appel à une information approfondie disponible au sein de la CCA et de ses associations membres, les consommateurs ne sont plus uniquement "victimes" : ils deviennent des acteurs à part entière. L'infothèque de la CCA exploite de manière précise, rapide et efficace les multiples sources d'information : bases de données bibliographiques, revues de presse hebdomadaires de l'INC, Institut National de la Consommation, publications consuméristes dans des domaines aussi divers que l'alimentation, l'économie, l'informatique, les études statistiques. La CCA a réalisé tout au long de l'année 2009 de nombreuses veilles techniques, revues de presse et dossiers thématiques. Elle diffuse également auprès des médias les prises de positions des associations de consommateurs.

Outils de synthèse

Accessible dans la plupart des permanences du mouvement des consomma-

teurs à travers l'Alsace, mais également très demandée à travers toute la France, l'Infothèque regroupe à la fois une synthèse des meilleurs comparatifs de la presse consumériste et une bibliothèque juridique de base. Elle permet un accès rapide à une information préventive optimale et fait l'objet d'une mise à jour régulière ainsi que d'une constante adaptation aux biens et services disponibles sur le marché. En tant qu'outil d'information de proximité, accessible au plus grand nombre, elle a particulièrement bien assuré en 2009 sa mission de réponse aux questions des consommateurs par un suivi intensif de l'actualité et des évolutions de modes de consommation.

Adaptation sur Internet

Afin d'assurer la meilleure réponse aux nouvelles pratiques des consommateurs et de leurs associations, la CCA a complété le nouvel outil destiné aux consommateurs internautes pour qu'ils disposent d'informations toujours plus fiables, rapides et accessibles et ce en quelques clics.

L'infothèque-liens propose une présélection de plus de 500 pages Internet dans les domaines de l'alimentation, des finances, des assurances, de l'immobilier, de l'aménagement de la maison et de l'informatique dont le contenu a été validé par les associations de consommateurs. Elle a connu, depuis sa mise en ligne, un engouement croissant, atteignant 55 000 consultations en 2009.

Contactez le service Information :

Tél : 03 88 15 42 47

Fax : 03 88 15 42 41

Email : infothek@cca.asso.fr

Le service juridique de la Chambre de Consommation d'Alsace, se révèle être un excellent indicateur social. Selon la nature des sollicitations, on juge des tendances du moment. Chaque année, il renseigne des milliers de consommateurs qui exposent leur problème. Outre sa mission de renseignement, le service juridique de la CCA assure la formation des militants des organisations de consommateurs. Il met en place des actions collectives, participe aux négociations avec les professionnels et apporte sa contribution au magazine de la CCA, Le Consommateur d'Alsace.

Consommateurs et associations, les priorités du service

Renseignements et assistance aux consommateurs

En 2009, plus de 14 000 consommateurs se sont directement adressés au service juridique et accueil de la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA). Les demandes des consommateurs s'orientent essentiellement selon deux axes : l'information avant d'opter pour un produit ou un service, et l'aide juridique en cas de mécontentement ou de litige.

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

A Strasbourg, un accueil, téléphonique et physique, est assuré quotidiennement, dans les locaux de la CCA, 39 heures par semaine, 51 semaines par an.

A Mulhouse, depuis mai 2009, le service est accessible 51 semaines par an, 24 heures par semaine.

Le service juridique demeure facilement accessible aux consommateurs qui obtien-

nent des informations gratuitement. Les appels téléphoniques restent le moyen le plus utilisé (65,7% cette année), malgré un équilibre progressif des visites et des courriers.

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

Au service des associations de consommateurs

Comme tous les services de la CCA, le service juridique mène également des actions en faveur des associations de consommateurs. Ce travail de terrain se met en place selon deux axes principaux :

- les mises à disposition ;
- les commissions juridiques.

Concernant les mises à disposition, le service juridique collabore avec les associations de défense des consommateurs et met cer-



tains de ses salariés à disposition pour la tenue de permanences au sein des associations qui ne disposent pas de bénévoles spécialisés en droit de la consommation.

Pour ce qui est des commissions juridiques, les associations de consommateurs, membres de la Chambre de Consommation, sont invitées à participer aux commissions juridiques, organisées chaque mois par le service juridique dans le Bas-Rhin et le Haut-Rhin.

ACCUEIL ET RENSEIGNEMENT JURIDIQUE	STRASBOURG	MULHOUSE	TOTAL
Appels téléphoniques	6 519	2 707	9 226
Visites	2 556	823	3 379
Courriers	586	121	707
CONSULTATIONS JURIDIQUES			
Rendez-vous	381	168	549
Dossiers	121	54	175
TOTAL	10 163	3 873	14 036



Les sollicitations des consommateurs

Information

Le service juridique de la CCA tient 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 service (par exemple un fournisseur d'accès Internet).

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

Le public a également la possibilité d'accéder gratuitement à l'Infothèque-consommateurs, installée à l'accueil. On y trouve de multiples informations de "consommation courante", ainsi que des comparatifs de produits.

Dans certains cas, l'information se traduit également par une orientation vers le service d'assistance le plus pertinent, par rapport à la difficulté présentée.

Ainsi, par exemple, un consommateur qui se présenterait avec un problème relatif à une situation de surendettement, sera dirigé vers l'association CRESUS, membre de la CCA. Ce dispositif permet à l'accueil de la CCA de fonctionner selon une cohérence et une efficacité ayant fait leur preuve.

Règlement amiable

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

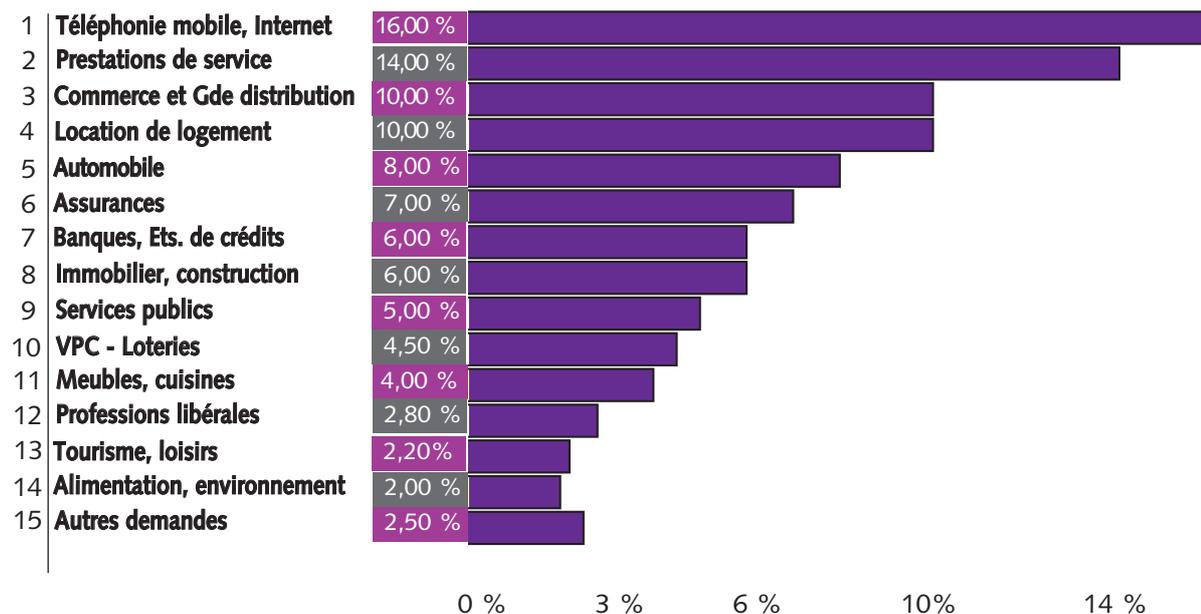
Ce soutien s'organise autour de diverses interventions :

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

En 2009, le service juridique, a réalisé 724 actions (consultations et interventions) impliquant directement un professionnel.

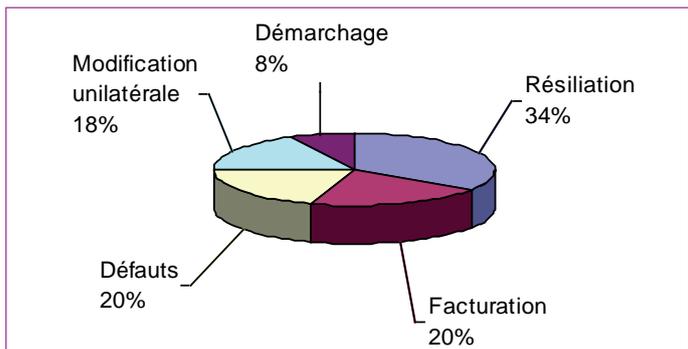
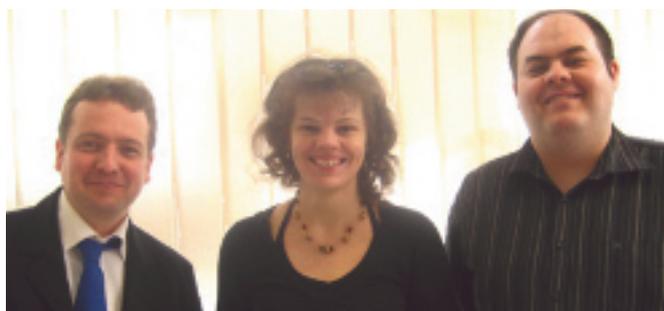
Il est intéressant de constater que les consommateurs hésitent de moins en moins à se rendre au siège de la CCA afin de trouver l'information et le soutien éventuel lorsqu'ils rencontrent des problèmes, ainsi 3379 visites ont été comptabilisées en 2009.

Répartition des sollicitations par secteurs d'activité



Accueil et soutien juridique : classement par secteur d'activités

Le classement annuel des sollicitations est toujours une précieuse source d'informations. Il permet de mettre à jour les différentes tendances et pratiques du moment. Il s'agit d'aboutir à un recensement de tous les secteurs de la consommation ayant présenté des difficultés au courant de l'année écoulée. Ces diverses sollicitations reflètent les principaux abus constatés, donnant lieu à de nombreux litiges, mais expriment également les besoins d'information auxquels le mouvement consommateur alsacien doit répondre. Plus que jamais, ce dernier s'avère indispensable.



1) Téléphonie mobile - Internet

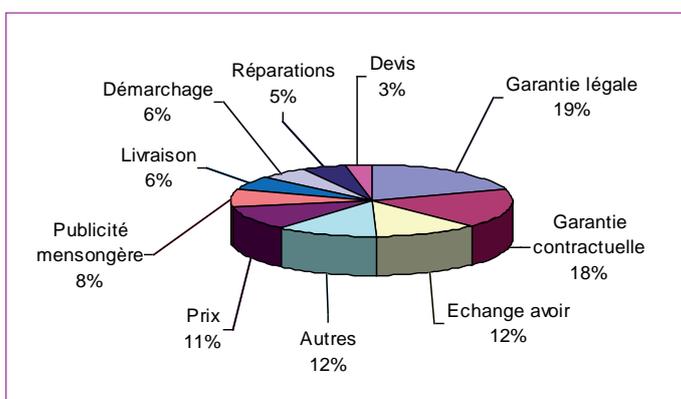
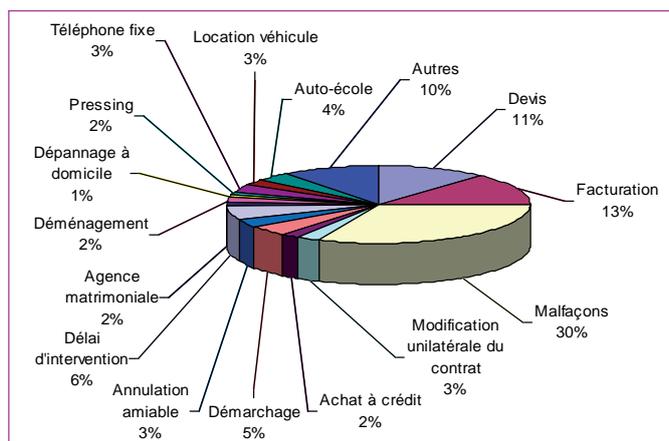
Ce secteur se maintient à la première place du classement en 2009, avec 16% de l'ensemble des sollicitations. Certains prestataires, Internet et de téléphonie, n'offrant aucune réponse satisfaisante aux clients qui font face à des difficultés. En 2009, les contestations les plus marquantes concernent les difficultés rencontrées à l'occasion des résiliations de contrats (34%). L'information concernant les coûts liés à la résiliation est encore trop souvent méconnue. Les obstacles liés aux facturations abusives (20%) et les dysfonctionnements du matériel (20%) représentent également un souci majeur pour les consommateurs. Le peu de considération des professionnels de la téléphonie et d'Internet à cet égard est préoccupant.

2) Les prestations de service

Pour la troisième année consécutive, ce secteur occupe la deuxième place du classement. Les artisans, prestataires de service drainent toujours la majorité des litiges. Le nombre le plus important des contestations a trait aux malfaçons (31%). Malheureusement, de nombreux consommateurs constatent que la prestation commandée à un artisan n'est pas réalisée correctement.

Par ailleurs les litiges liés au devis et à la facturation restent significatifs (25%).

Dans des cas encore trop nombreux la facture finale ne correspond pas au devis, elle est plus élevée, alors même que le client n'a consenti à aucun travaux supplémentaires en cours de chantier. Le secteur de la téléphonie fixe, quant à lui semble s'être stabilisé. Les contestations en matière de factures ou de dysfonctionnements du service ne représentent plus que 3% du secteur (comme en 2009).

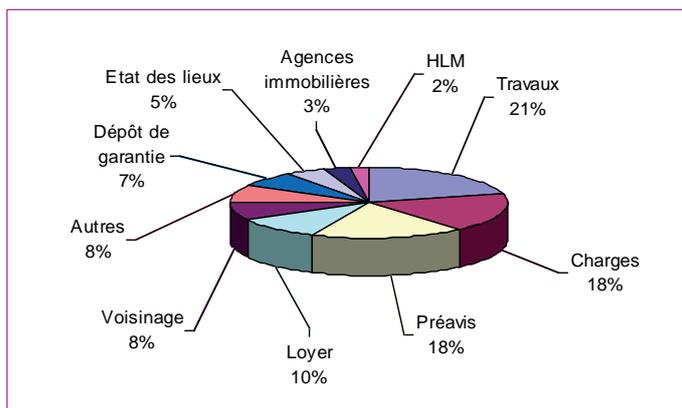


3) Commerce et Gde distribution

Avec 10% des sollicitations globales, ce secteur passe de la cinquième à la troisième place en 2009. Cette progression prononcée est alarmante, car elle est malheureusement liée, dans la plupart des cas, à un manque de volonté concernant l'application des lois, de la part des professionnels. Pour l'année 2009, la majorité des contestations concernent l'application des garanties, qu'elles soient contractuelles ou légales (37% des sollicitations). Ce constat se reproduit tristement d'une année à l'autre. Les professionnels ignorant, parfois sciemment, les garanties légales (de conformité et des vices cachés). Les conflits concernant les échanges de produits défectueux restent importants. Cela est souvent directement lié à l'inapplication de la garantie légale de conformité, qui impose pourtant aux commerçants l'échange d'un produit atteint par un défaut de conformité.

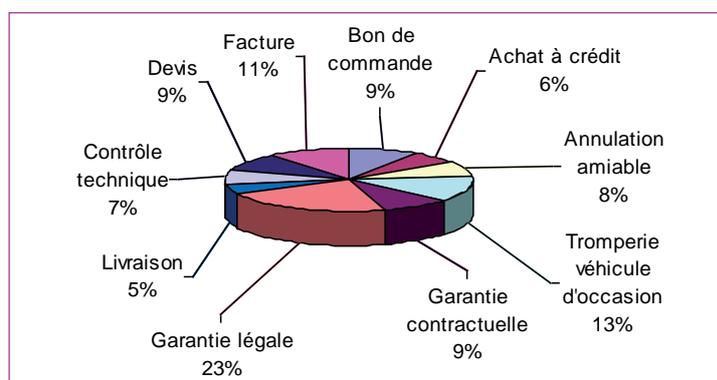
4) Location de logement

Les réclamations concernant la répartition des travaux entre locataires et propriétaires (pour les logements loués) arrivent en tête et représentent 21 %. Les locataires se voient trop fréquemment imputer des factures relatives à des travaux devant incomber au propriétaire. Les décomptes de charges sont également à l'origine de nombreux litiges (18%). La clé de répartition (calcul au m² ou au nombre d'occupants) n'est pas toujours correctement définie, de plus, les propriétaires sont enclins à ne pas respecter le décret du 26 août 1987 concernant la répartition des charges. Enfin, les conflits concernant le préavis et notamment sa durée représentent encore 18 % des réclamations. Les locataires éprouvent souvent des difficultés à faire respecter leur droit au préavis réduit d'un mois, dans les conditions définies par la loi du 6 juillet 1989.



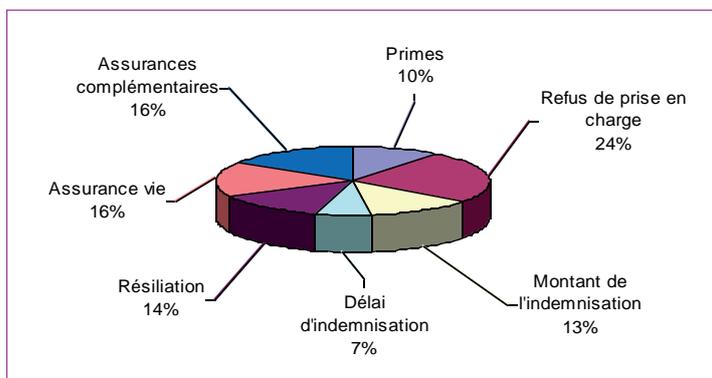
5) Automobile

Stable depuis 2005, ce secteur connaît cette année un regain de conflits. 23% des sollicitations concernent l'application de la garantie légale de conformité, dans le cadre des ventes entre professionnels et consommateurs. Ces derniers éprouvent des difficultés croissantes à se faire entendre lorsqu'ils souhaitent obtenir la prise en charge gratuite de réparations liées à la présence d'un défaut de conformité. La situation est également ennuyeuse concernant la vente de véhicules entre particuliers (13% des sollicitations), ces derniers n'ayant pas d'autres moyen que de mandater un expert (payant) pour tenter d'obtenir une annulation de vente lorsqu'ils ont acquis un véhicule défectueux.



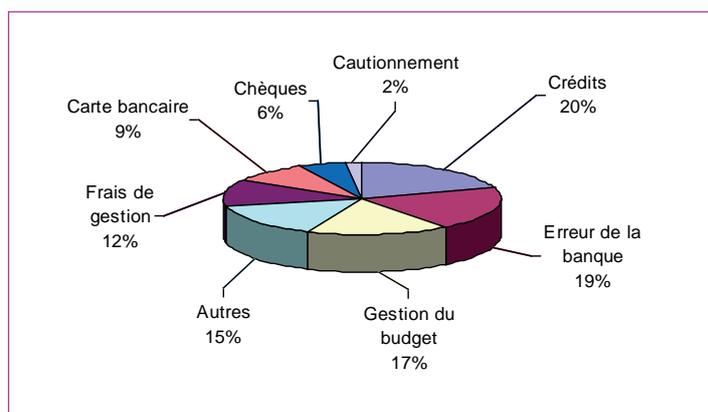
6) Assurances

Le secteur des assurances marque un recul en 2009, puisqu'il passe de la quatrième à la sixième place, avec 6% des réclamations. La majorité des sollicitations est liée aux indemnisations demandées par les assurés. Les refus de prise en charge demeurent importants (24%). Les conditions générales d'assurance mettent en place des restrictions telles que très peu de situations peuvent être indemnisées. Les montants et les délais d'indemnisation (respectivement 13% et 7%) posent également de sérieuses difficultés, les assureurs étant libres de les définir. Le domaine de l'assurance vie présente également un niveau de réclamation relativement important (16%), notamment lorsqu'il s'agit d'assurances indexées sur des produits boursiers. Les capital à percevoir à l'issue du contrat est alors parfois bien moindre que celui qui était escompté par l'assuré.



7) Les banques et Ets. de crédit

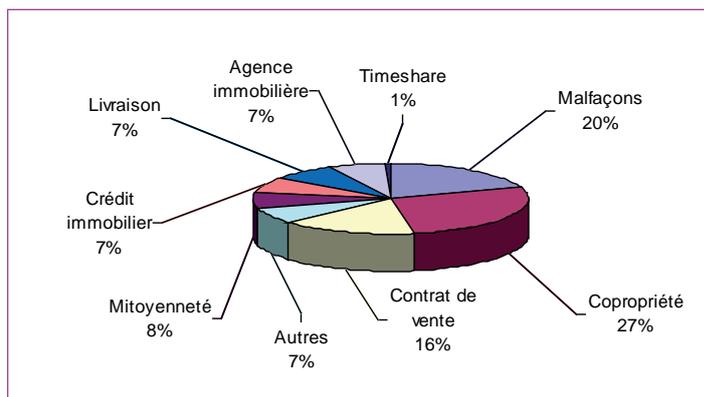
En 2009, ce secteur se place ex aequo avec celui des assurances. Il se situe dans la même moyenne qu'en 2008, présentant une certaine stabilité depuis plusieurs années. Les litiges concernant les crédits sont toujours les plus significatifs (20% des cas). Les contestations les plus fréquentes sont relatives au calcul du taux d'intérêt en matière de crédit renouvelable, mais également aux conditions de remboursement anticipé des crédits immobiliers. En 2009, les erreurs commises par les banques ont atteint un seuil alarmant (19% des sollicitations). Les erreurs sont souvent relatives à des frais prélevés indûment, ou encore à des sommes débitées de manière frauduleuse, que la banque refuse de recréditer au client. Les difficultés de gestion et de surendettement des clients continuent à être importantes (17% des sollicitations). La liberté des banques quant à l'octroi et au retrait des autorisations de découvert aggrave souvent ces situations.



8) Immobilier, construction

La majorité des conflits présents dans ce secteur concerne la copropriété (27 % des sollicitations). Il demeure de nombreuses difficultés liées à la fois aux règles de répartition des charges dans les immeubles en copropriété, mais aussi à la gestion des copropriétés par les syndics professionnels.

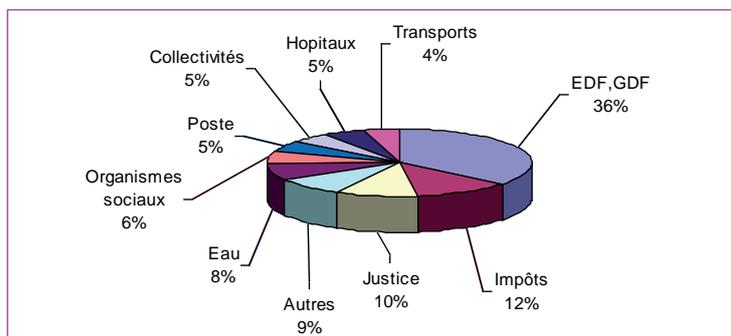
Les consommateurs se plaignent toujours des retards de prise en compte de leur demande (travaux, gestion des conflits entre copropriétaires...), ainsi que des choix de gestion qui sont faits (choix des entrepreneurs pour des travaux, remplacement inopportuns d'équipements...). Parallèlement, les sollicitations concernant les malfaçons dans le domaine de la construction représentent encore 20 % des réclamations. Le résultat escompté par le client est trop peu souvent obtenu, de plus les professionnels sont souvent réticents à reconnaître leur responsabilité et à reprendre les travaux nécessaires sans frais pour le consommateur.



9) Services publics

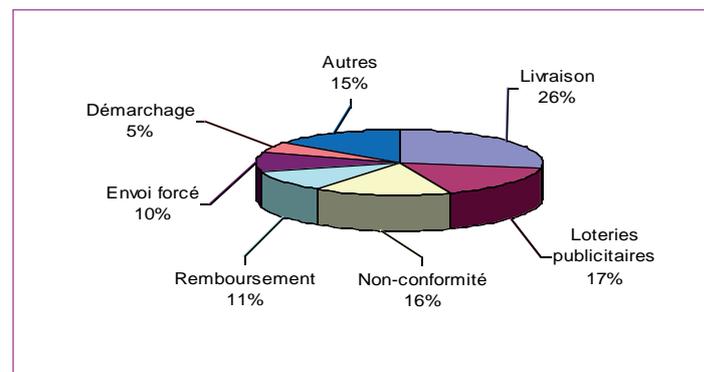
Les contestations les plus nombreuses ont pour origine les secteurs de l'électricité et du gaz. Ce secteur représente 36% des sollicitations.

Les contestations portent principalement sur des factures qui semblent surévaluées. La contestation en ce domaine étant relativement délicate. En effet, les factures sont présumées exactes. C'est au consommateur qui souhaite contester d'apporter la preuve d'une inexactitude. Les demandes concernant les impôts et certains types de taxation occupent également une place non négligeable (12 % des cas) ; ces sollicitations sont généralement liées aux taux de TVA applicables en matière de travaux de construction ou de rénovation. Les constructeurs n'expliquent pas toujours clairement si c'est un taux de 5,5 % ou de 19,6% de TVA qui s'appliquera au chantier.



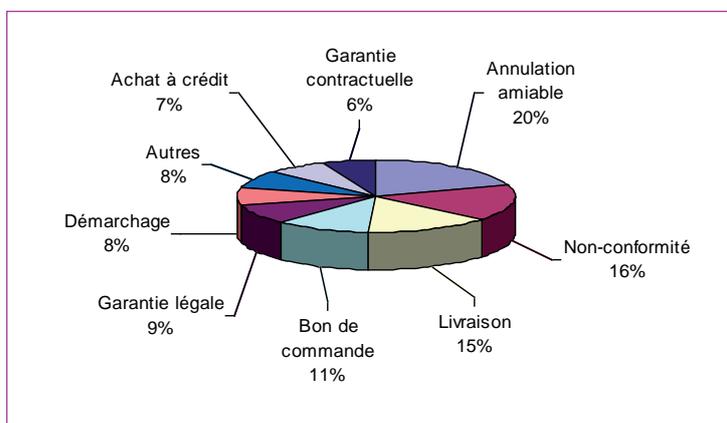
10) La V.P.C. - Loteries

Dans ce secteur, 26% des sollicitations sont liées à des difficultés en matière de livraison, notamment en raison d'absence ou de retard de livraison du ou des biens commandés par correspondance. Les loteries publicitaires demeurent également un point conflictuel (17%). De plus en plus de loteries venues de pays étrangers (Espagne ou Côte d'Ivoire) sont rédigées dans des termes qui ne sont pas conformes à la législation française et qui laissent croire aux consommateurs qu'ils sont réellement gagnants d'une importante somme d'argent. Ceci est généralement mensonger, pire les coordonnées bancaires du gagnant potentiel sont demandées, afin, officiellement, de procéder au versement du gain. En réalité, la communication desdites coordonnées s'avère dangereuse, puisque leur utilisation par un tiers malveillant est toujours possible.



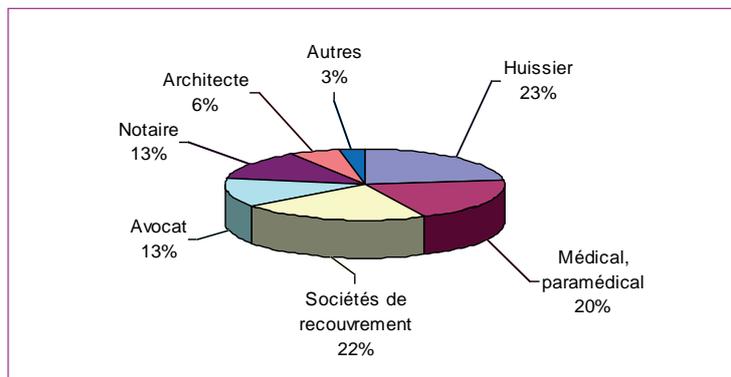
11) Meubles, cuisines

Les réclamations sont encore nombreuses, notamment concernant les cas d'annulation de bon de commande (20%). Les consommateurs sont encore très mal informés des possibilités de rétractation, notamment en cas d'achat de mobiliers en magasin. Lorsque ce type d'achat est effectué sans crédit affecté, le consommateur qui souhaite annuler la commande est dans une situation délicate car la loi n'oblige pas le professionnel à accepter ; de plus, il est en droit de conserver l'acompte. Les difficultés liées à la non-conformité des biens commandés sont nombreuses (16 %), notamment en raison de la réticence des professionnels à appliquer la garantie légale de conformité. Les problèmes de livraisons restent importants (15%). Dans la plupart des cas, la livraison est tardive, ou le meuble est livré endommagé. Il est difficile pour les consommateurs de se faire entendre, surtout lorsque aucune réserve n'a été émise sur le bordereau de livraison.



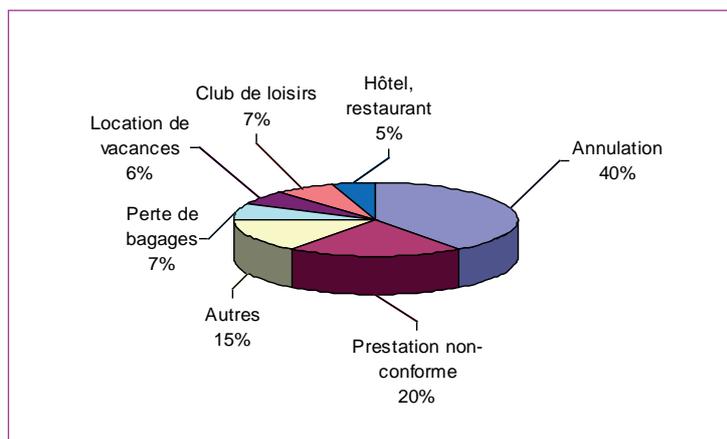
12) Professions libérales

En 2009, ce secteur affiche une progression des sollicitations, puisqu'il passe de la quatorzième à la douzième place du classement. Les conflits liés aux interventions des sociétés de recouvrement sont encore assez importants (22%). Ces sociétés sont souvent auteurs de techniques d'intimidation auprès des débiteurs. De plus elles ajoutent à la dette principale des frais qui ne sont pas dus par le débiteur, d'un point de vue légal. De plus, les interventions des huissiers de justice sont également montrées du doigt. Dans un certain nombre de cas, les huissiers ne tiennent pas compte des règles qui existent en matière de compétence territoriale. Pour pouvoir intervenir, un huissier doit avoir une étude située, soit dans le ressort du lieu d'habitation du débiteur, soit dans le ressort du lieu de situation du créancier. Or, certains huissiers interviennent alors même que leur étude n'est située dans aucun des deux ressorts.



13) Tourisme et loisirs

Pour la deuxième année consécutive, ce secteur se maintient à la treizième place du classement. Les litiges les plus nombreux (40%) concernent toujours 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. Concernant les prestations proposées par les voyagistes, elles suscitent elles aussi un certain nombre de mécontentements (20%). 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 (notamment parce que certains voyagistes ne vérifient pas suffisamment la fiabilité des prestataires avec lesquels ils travaillent).

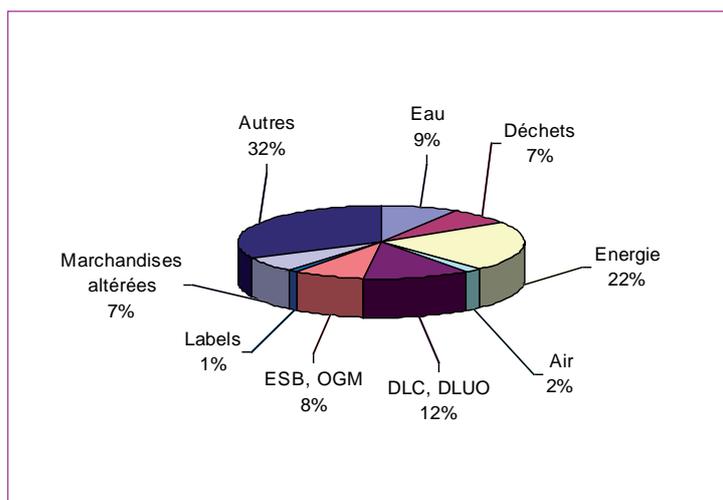


14) Environnement et Alimentation

Avec 2 % de l'ensemble des sollicitations, le secteur "Environnement" occupe traditionnellement la dernière place du classement.

En effet, il ne s'agit pas d'un secteur traité habituellement par le service juridique. Les réclamations les plus fréquentes concernent les intoxications alimentaires, incluent dans l'intitulé « autres (32%) et l'énergie (22%), notamment concernant les critères d'attribution de l'éco prêt à taux 0%.

La vente de marchandises altérées (7%), surtout dans les supermarchés préoccupe également les consommateurs, qui sont soucieux de leur santé et de leur hygiène alimentaire.



information rapide aux consommateurs, ainsi qu'aux associations de consommateurs membres.

D'autre part, des informations concrètes et facilement accessibles sont disponibles au travers de deux parutions hors-série, "Surfer sur Internet ... en évitant les pièges" et "Faites-vous entendre, écrivez" (100 lettres types).

Enfin, le service juridique travaille régulièrement avec la rédaction du magazine "Le Consommateur d'Alsace" et propose des rubriques destinées à faciliter l'accès au vocabulaire et aux concepts juridiques :

- la rubrique "Vos droits" permet de décrypter un concept juridique et de le rendre compréhensible pour le plus grand nombre ;
- la rubrique "Mise au point" permet de stigmatiser les pratiques déloyales et les comportements abusifs des professionnels ;
- le service juridique participe également aux rubriques "Courrier" et "Questions-réponses" qui permettent aux consommateurs de soumettre leurs questions et mécontentements, afin de trouver une réponse adaptée ;
- il est également appelé à collaborer avec le magazine pour la confection des dossiers qui y sont inclus.

Soutien permanent : le service juridique de la CCA collabore également activement avec les associations de consommateurs.

Dans ce cadre, l'un des autres rôles de soutien assuré par le service juridique est constitué par sa politique de mise à disposition des juristes, pour la tenue de permanences au sein des associations

membres. Concrètement, ces mises à disposition se traduisent par deux types de dispositifs.

D'une part, les juristes de la CCA se déplacent au sein des associations, qui ne disposent pas du nombre de bénévoles suffisant ou compétents juridiquement, pour assurer des permanences ouvertes aux consommateurs.

En 2009, trois associations membres ont bénéficié de ce dispositif : l'Organisation générale des consommateurs du Bas-Rhin (ORGECO), l'Union féminine civique et sociale / Familles rurales du Bas-Rhin (UFCS-FR) et la Confédération syndicale des familles du Bas-Rhin (CSF). Ce dispositif est apprécié des associations, car il leur permet d'augmenter localement leur capacité d'accueil et de répondre, avec un point de vue de professionnel du droit, à un nombre croissant de consommateurs.

D'autre part, les associations bénéficient également de l'intervention régulière des juristes de la CCA sur l'antenne de France Bleu Alsace. Les interventions ont lieu en direct, permettant aux juristes de répondre aux questions posées instantanément par les auditeurs. Ce dispositif permet aux associations d'être plus visibles dans la région Alsace et de faire connaître leurs activités. Seules les coordonnées des associations concernées sont transmises à l'antenne, la CCA remplissant ici totalement son rôle de centre technique régional de la consommation (CTRC).

Au cours de l'année 2009, quinze interventions ont eu lieu sur l'antenne de France Bleu Alsace.

Travaux en commission juridique : afin de maintenir un lien régulier et concret avec les associations membres de la CCA, le service juridique invite ces associations à participer, une fois par mois, à la commission juridique.

Ces commissions sont l'occasion d'un échange entre les bénévoles et salariés des associations et les juristes de la CCA. Elles sont le lieu :

- d'examen de questions de droit auxquelles les associations ont été confrontées dans leurs permanences et qui

nécessitent un éclaircissement ;

- d'une veille juridique permettant d'adapter les réponses à apporter aux consommateurs en fonction des évolutions législatives ;
- de rencontrer les professionnels et de leur soumettre les litiges les plus fréquents ;
- de l'approfondissement de sujets divers, en fonction de l'actualité juridique et des besoins des associations.

En 2009, parmi les thèmes traités, on peut notamment relever :

- proposition de Directive européenne relative aux droits des consommateurs ;
 - placements BENEFIC : la Banque Postale condamnée par la Cour d'Appel de Paris ;
 - décret du 18 mars 2009 fixant une liste noire et une liste grise de clauses abusives ;
 - projet de réforme du crédit à la consommation ;
 - arrêté du 8 octobre 2008 (entrée en vigueur le 11 avril 2009) concernant la fin des quantités imposées sur les produits pré-emballés ;
 - loi de simplification et de clarification du droit et d'allègement des procédures ;
- La commission juridique permet également de coordonner les actions de constitution de partie civile (actions qui permettent aux associations de s'adjoindre à une procédure judiciaire, afin de demander l'octroi de dommages et intérêts au nom de l'intérêt collectif des consommateurs). Cela évite, notamment, que plusieurs associations se constituent pour une même affaire.

En 2009, les constitutions de parties civiles qui nous ont été transmises par le Parquet concernaient essentiellement :

- des infractions en matière d'hygiène alimentaire ;
 - le non-respect des règles d'information sur les prix et conditions de vente ;
- Il s'agit de thèmes « traditionnels », qui sont relevés chaque année par les services de la direction départementale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DDCCRF).



Contactez le service Juridique :

Strasbourg :

Tél : 03 88 15 42 42

Fax : 03 88 15 42 41

Mulhouse :

Tél : 03 89 33 39 79

Fax : 03 89 33 39 78

E-mail : service.juridique@cca.asso.fr

Le Consommateur d'Alsace

Avec sa revue bimestrielle, "Le Consommateur d'Alsace" et son site Internet, la Chambre de Consommation d'Alsace diffuse largement toute l'information consommériste à sa disposition. En outre, elle ne cesse d'étendre son champ de communication grâce à ses interventions à la télévision, à la radio ainsi que dans la presse écrite.

Info de proximité

Créé en 1978, *Le Consommateur d'Alsace* est la revue de la *Chambre de Consommation d'Alsace* (CCA). Les 24 pages qui constituent son contenu sont entièrement consacrées à la consommation. Ce bimestriel, sans publicité, se construit au fil de l'actualité et des événements. Les associations alsaciennes de consommateurs sont invitées à lui transmettre les sujets et préoccupations qu'elles recueillent dans leurs permanences.

Changement de maquette

Cela faisait une dizaine d'années que la maquette n'avait pas subi un "lifting" majeur.

Après réflexion et discussion lors des diverses commissions journal pendant lesquelles le sommaire du magazine est élaboré, il est ressorti que la maquette avait besoin d'un rajeunissement.

Changement de logo, de mise en page sur la Une, mise au format A 4 (légèrement plus petit que ce qu'il était), refonte du code couleurs, mise en page différente des articles faisant appel à des modules plus petits (sous forme d'encadrés) ont apporté beaucoup plus de lisibilité des messages que le média de la CCA veut faire passer au public.

Nous avons conservé la charte rédactionnelle qui s'articule autour de page au thème aujourd'hui bien rodé :

- 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



Flash Conso portant sur les OGM diffusé le 7 septembre 2009 sur France 3 Alsace

- page 18 : Environnement
- page 19 : Droit ou Alimentation
- pages 20 et 21 : Questions-réponses
- page 22 : Associations
- page 23 : Médias (calendrier des émissions diffusées sur France Bleu Alsace ou sur France 3 Alsace, anciens numéros, page abonnement)
- page 24 : Société

Le tirage

En 2009, les ventes du *Consommateur d'Alsace* ont progressé de 24 % en valeur. En moyenne, nous imprimons 9500 exemplaires par numéro ; bien entendu, toute publicité est proscrite.

La moyenne des ventes (kiosques et abonnements) se situe à 7718 numéros par parution.

Débats de société

Tous les deux mois, les membres de la "Commission de rédaction" (issus des associations de consommateurs membres de la CCA) se réunissent autour du rédacteur en chef et de la Présidente de la

Chambre de Consommation d'Alsace afin de discuter du contenu. Après réflexion, un contenu est suggéré ; il peut évoluer en fonction de l'actualité. Si un événement important entrant dans notre ligne éditoriale survient, nous l'incluons dans le sommaire. Si cet événement est majeur, il



est susceptible d'être traité comme dossier, ce qui implique un travail de fond plus complet (rédaction de neuf pages).



Numéro 188 (septembre-octobre 2009)

Dossier : Produits OGM... La grande manip !

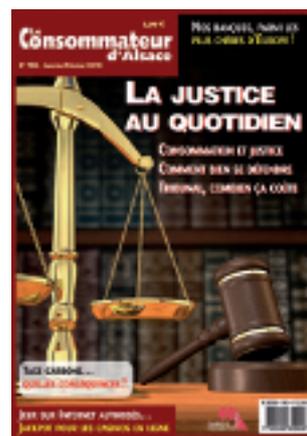
Très souvent, lorsqu'on parle des OGM, on entend dire par ceux qui sont "contre" que l'on doit appliquer le principe de précaution et par ceux qui sont "pour", que le progrès passe par la transgénèse. Pour déstabiliser les "anti-OGM", certains scientifiques, évoquent leur utilisation dans le domaine médical et pharmaceutique. En réalité, ceux qui utilisent ces arguments "manipulent" le public qui, pour le moment, reste très hostile aux OGM ; du moins en France et, en partie, en Europe. Au fil de notre travail, qui a commencé il y a plus de six mois, nous avons "décortiqué" les arguments employés par les "VRP" de la transgénèse. Dans certains cas, cela va jusqu'à la désinformation. Contrairement à ce que l'on peut entendre, les associations de consommateurs ne sont pas indifférentes au progrès. Par contre, elles exigent que les arguments utilisés soient cohérents et honnêtes. Or, il n'en est rien. Car les questions que posent les OGM ne sont pas anodines. Elles soulèvent des points tant sur le niveau environnemental, éthique, sociétal que sanitaire. Mais que valent ces considérations face aux profits engendrés par ce "formidable" marché que représente la technologie OGM ? Ce dossier n'a qu'une seule ambition : expliquer les rouages de la transgénèse et défendre avec vigueur le principe de précaution...



Numéro 189 (novembre-décembre 2009)

Dossier : Déchets... Stop, ça déborde !

La quatrième édition de la Semaine européenne de la réduction des déchets nous a semblé être un motif intéressant pour faire le point sur le sujet. Organisée par le ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du Territoire en partenariat avec l'ADEME, Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, cette semaine (du 21 au 29 novembre) est destinée à dresser un état des lieux de la situation. Et au-delà, à donner les clés permettant d'adopter un comportement plus responsable. Il faut savoir que chaque Alsacien produit, en moyenne, 360 kg de déchets ménagers par an ! Et les modes de consommation y sont pour beaucoup. En effet, en l'espace de près de 30 ans, 143 kg de déchets supplémentaires sortent de nos poubelles. Nous produisons beaucoup plus de déchets que ce que notre environnement est capable de "digérer". Il est donc temps de faire "machine arrière" ! S'il est important de recycler les déchets, de les traiter en ayant le moins d'impact sur l'environnement, la priorité doit bien être aussi d'en réduire la production : le meilleur déchet est bien celui que l'on ne produit pas ! Car réduire nos déchets, il ne faut jamais l'oublier, est synonyme d'économies. Et en période de crise, c'est plutôt une bonne chose...



Numéro 190 (janvier-février 2010)

Dossier : La justice au quotidien

Aux yeux de beaucoup de personnes, tenter une action en justice demeure une chose bien difficile. Pourtant, il existe des situations où cela se révèle indispensable. En effet, certains consommateurs se retrouvent face à des situations où tout accord à l'amiable avec le professionnel devient impossible. Marchandises payées mais non livrées, difficulté à récupérer un dépôt de garantie de la part de son propriétaire, non exécution du contrat passé avec un opérateur..., les exemples sont légion.

Face à de tels ennuis, des recours sont envisageables. Selon la nature du litige, avec un particulier, un professionnel ou une société, il relèvera de tribunaux différents. Nous dressons la liste de ces derniers avec leurs compétences. En fonction du montant, le litige sera examiné au civil, devant un juge de proximité, au tribunal d'instance ou au tribunal de grande instance. Quoi qu'il en soit, le règlement d'un litige à l'amiable est toujours la première voie à prendre. Mais parfois, cela s'avère insuffisant. Dans ce cas-là, il est important de savoir à quoi exactement vous devez vous attendre. C'est ce que vous propose ce dossier...

**Le
Consommateur d'Alsace
change de maquette !
(n° 189)
Un nouveau logo, une
nouvelle Une et
un rajeunissement
s'imposaient**



Le mot de la directrice de publication

Présidente de la CCA depuis mai 2008, Marie José Fignier tient les rênes du Consommateur d'Alsace en occupant le poste de Directrice de la publication. Elle est à l'origine de l'évolution de la maquette survenue fin 2009. Elle s'en explique : « Il était indispensable de revoir la forme de notre magazine ;

forme qui doit servir le fond. La Chambre de consommation d'Alsace a beaucoup de choses à dire, beaucoup de faits à dénoncer. Il est important que nous soyons parfaitement lisibles, au sens propre comme au figuré. Comme je le dis souvent, accompagner, former, informer et défendre les consommateurs, c'est le programme quotidien que nous nous imposons. Mais au-delà, nous avons besoin d'outils parfaitement adaptés à notre époque. C'est pour cela que j'ai également tenu à ce que notre site Internet soit revu de fond en comble. Il était inimaginable que le Consommateur d'Alsace n'ait toujours pas son site Internet. C'est chose faite depuis la fin de l'année.

Désormais, le lecteur peut aller sur le site et consulter des informations complémentaires. Le site est d'ailleurs accessible à tout le monde, sans code particulier réservé aux abonnés. Nous nous devons d'être le plus proches pos-

sible des gens. Je pense que cette année, c'est encore plus vrai. »

ETATS DES VENTES EN 2009

(en volume)

- EN KIOSQUE : + 8,35 %
- ABONNEMENTS INDIVIDUELS : + 0,50 %
- ABONNEMENTS CE : - 2,49 %
- ABONNEMENTS "ASSOCIATIONS" : + 4,9 %
- VENTES TOTALES : + 1,90 %

Dans l'état des ventes 2009, n'est pas pris en compte l'opération spéciale menée avec la CUS (Communauté urbaine de Strasbourg), soit 5 000 exemplaires représentant une recette totale de 13 000 €.

Le renforcement du partenariat avec Coop Alsace (augmentation des points de vente) a largement contribué à la remontée des ventes en kiosque qui étaient fortement en baisse 2008 (-23,82 %).

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

LE CONSOMMATEUR D'ALSACE CONTINUE SES CHRONIQUES DANS LE JOURNAL L'ALSACE !

« Les deux chroniques que nous publions dans notre quotidien sont devenues un rendez-vous incontournable », indique Adrien Dentz, journaliste à l'Alsace. Si bien que Le Consommateur d'Alsace continue, pour la deuxième année consécutive, à alimenter les pages du quotidien régional "L'Alsace" d'une chronique "consommation" élaborée avec le service juridique de la Chambre de consommation d'Alsace.

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



Sur le site Internet de l'Alsace, le quotidien alsacien reprend un dossier traité dans Le Consommateur d'Alsace ! (Mai 2009)



Dans l'émission « Quoi de neuf la terre », le rédacteur en chef du *Consommateur d'Alsace* est intervenu en direct sur le plateau de France 3 Alsace pour parler de "consommation" (mars 2009).

Consommation tous les dimanches

Tous les dimanche soir, entre 19 h 20 et 19 h 25, un spot dédié à la consommation est diffusé sur France 3 Alsace. Appelée "Flash Conso", cette émission

spots permettent d'apprendre aux téléspectateurs qu'il existe des associations qui les protègent et qui sont à leur écoute en cas de litige.

France 3 Alsace, Alsatic, Télé Doller, I Télé (groupe Canal +) et LCI (Groupe TF1 Bouygues) ont sollicité Le Consommateur d'Alsace pour des interviews.

est formatée comme un sujet diffusé dans les JT nationaux (90 secondes). Interviews, conseils, informations pratiques et mises en garde, le mouvement consommateur alsacien est en première ligne. L'objectif est d'informer de façon simple et didactique le téléspectateur.

Ces spots sont proposés par les associations alsaciennes de consommateurs lors de commissions qui se déroulent tous les mois. Bien évidemment, ces

Sujets divers et variés

Tous les sujets et les thèmes sont discutés lors de la "Commission Télévision". Une fois adopté, le sujet est planifié pour être tourné et diffusé sur France 3 Alsace. Avant cela, il est visionné en commission.

Les membres présents représentent les associations de consommateurs de la CCA. Le réalisateur chargé du tournage est souvent présent. Outre la partie technique, étant journaliste et sensible à la consommation, son aide et ses conseils sont précieux pour les membres.

Emissions diffusées

En 2009, 16 émissions ont été réalisées. Les sujets sélectionnés sont liés à l'actualité et aux préoccupations du moment. En tout, le nombre de diffusions et de rediffusions s'est élevé à 52 pour l'ensemble de l'année 2009.

Information tous azimuts

Lors de l'été 2009, France 3 a décidé de déprogrammer le spot conso pour le diffuser le lundi vers 12 heures. La CCA a réagi vivement à cet heure de la journée, peu de téléspectateurs sont devant leur petit écran. Reprenant les termes de la convention signée



avec France 3, il s'avère que la diffusion de ces spots doit avoir lieu à un moment de grande écoute. Finalement, France 3 Alsace a parfaitement compris notre inquiétude et a accepté de laisser l'horaire, entre 19h20 et 19h25, juste après la météo. Selon France 3 Alsace, la moyenne des téléspectateurs qui regardent la chaîne régionale au moment de la diffusion du spot conso tourne entre 27 et 30 %. Le message des associations de consommateurs est donc entendu par

Habituellement diffusé le dimanche soir, durant l'été 2009, France 3 a diffusé le spot "Flash Conso" le lundi soir, entre 19h20 et 19h25.

L'AUDIENCE EN 2009

Entre 27 et 30 % des téléspectateurs* regardent France 3 Alsace au moment de la diffusion de Flash Conso, juste après la météo.



* Selon les mesures d'audience effectuées par Médiamétrie.

Les émissions télévisées

→ Les émissions produites et diffusées en 2009

16 émissions ont été produites entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2009 :

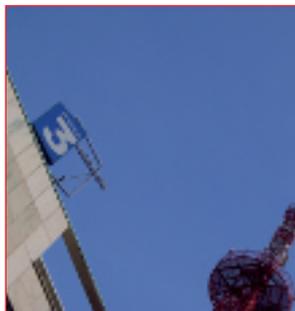
- | | |
|--|----------------|
| 1 - Spécial retraite ! | - CCA |
| 2 - Téléphonie fixe, mobile, TNT... Attention aux pièges ! | - CCA |
| 3 - ADECA : dépistage du cancer colorectal | - UFCS 68 - FR |
| 4 - Délais de grâce | - CRESUS |
| 5 - Notre système de santé est malade... Rien ne va plus ! | - CCA |
| 6 - A l'heure du goûter retrouver l'équilibre | - AGF 67 |
| 7 - Micro-crédit | - CRESUS |
| 8 - Spécial Fermes-Auberges 2009 agréées en Alsace | - CCA |
| 9 - Bienvenue à la Ferme | - AGF 68 |
| 10 - Cautions sous conditions | - CSF 67 |
| 11 - Produits OGM... La grande manip ! | - CCA |
| 12 - Nouvelles charges d'entretien récupérables... | - CNL 67 |
| 13 - Déchets... Stop, ça déborde ! | - CCA |
| 14 - Auto-entrepreneur, quels risques pour les consommateurs | - ORGECO 68 |
| 15 - Les droits du veuvage en 2009 | - FAVEC 68 |
| 16 - Tarifs de l'Energie et droit des consommateurs | - CSF 67 |



FLASH CONSO



Flash Conso, tous les dimanches soirs sur France 3 Alsace



Les spots conso sont diffusés le dimanche soir, entre 19 h 20 et 19 h 25 sur *France 3 Alsace*. Depuis plusieurs années, les téléspectateurs alsaciens savent que le dimanche

soir, c'est conso ! Intitulés *Flash Conso*, ces spots de 90 secondes, sont diffusés juste après la météo régionale ; autrement dit, les téléspectateurs sont nombreux. Un membre d'une association intervient. Sur ses propos, des images (plans de coupe) sont diffusées. Les thèmes sont toujours choisis par l'association de consommateurs. En fin d'émission, les coordonnées de l'asso-

ciation apparaissent à l'écran. Dès lors, les téléspectateurs désirant avoir d'autres informations peuvent directement contacter l'association.

Quand il le faut, la Chambre de consommation d'Alsace prend le relais par l'intermédiaire de son service juridique ou de son site *Internet*.

Internet : un site complètement nouveau avec des vidéos



FIN 2009, LE SITE DE LA CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE S'EST DOTÉ D'OUTILS MODERNES DE COMMUNICATION.

L'INFOTHÈQUE-LIEN

L'«Infothèque Lien» oriente les consommateurs vers des sites d'informations « fiables ». A ce sujet, un important travail de recherche et de vérification des contenus est réalisé tant par les services de la CCA que par les membres des associations de consommateurs.

L'année 2009 a vu le site de la CCA être complètement repensé. Désormais, c'est le nom du magazine de la CCA, Le Consommateur d'Alsace, qui apparaît en page d'accueil.

Avant tout, informer !

Numéro du magazine actuellement en vente, dossier du moment, sommaire... l'internaute a accès librement à un grand nombre d'informations. Complémentaire au magazine, mais aussi précédant éventuellement sa parution, l'information se veut concise avec un aspect pratique.

Loin d'avoir atteint sa maturité, il a été conçu en fin d'année, son contenu est voué à se densifier. Une page (CCA) explique le fonctionnement et les missions de la Chambre de Consommation d'Alsace et de ses administrateurs.

Des informations sont téléchargeables. Cette refonte est le fruit d'une longue réflexion lancée en interne et dans laquelle beaucoup de personnes se sont investies. En termes d'outils de communication, l'année 2009 aura été très importante pour la CCA. Elle marque sans nul doute un nouveau départ. A coup sûr, de nouveaux défis s'annoncent à toute l'équipe chargée de diffuser l'information auprès du grand public...



Contact du journal « on line » : Tél : 03 88 24 96 11
Fax 03 88 24 96 14 - email : journal@cca.asso.fr

Bienvenue sur le site du citoyen éco-consommateur !

→ Vous vous posez des questions sur votre rôle en tant qu'habitant, citoyen, consommateur, ou en tant que contribuable ?

→ Vous voulez agir pour l'éco-citoyenneté, le développement durable, l'économie solidaire, ou l'éco-consommation ?

ALORS VISITEZ NOTRE SITE, FAITES NOS TESTS ET CONSULTEZ NOS CONSEILS POUR DEVENIR UN ACTEUR RESPONSABLE ET UN CONSOMMATEUR AISE

Aucune des informations que vous aurez fournies ne sera enregistrée. Ce test est anonyme.

Région Alsace

Depuis 2003, l'éco-consommation est une préoccupation de la CCA.

Toutes les adresses "e-mail"

- Poser une question
contact@cca.asso.fr
- Pour contacter le service juridique
service.juridique@cca.asso.fr
- Pour contacter le Secrétaire général
sg@cca.asso.fr
- Contacter le Secrétaire général adjoint
sga@cca.asso.fr
- Pour contacter le secrétariat et l'administration
administration@cca.asso.fr
- Pour contacter le service Documentation – Infothèque
infothek@cca.asso.fr
- Pour contacter le service Eco-Consommation
eco2@ecoconsommation.org
eco3@ecoconsommation.org
- Pour contacter le journal (Le Consommateur d'Alsace)
journal@cca.asso.fr
- Pour contacter le service abonnement
abonnement@cca.asso.fr
- Pour contacter le service formation
formation@cca.asso.fr
- Pour contacter le service consommateurs handicapés
handi.conso@cca.asso.fr
- Pour contacter la CCA du Haut-Rhin
cca68@evhr.net

Fiches téléchargeables : les chiffres en 2009

- Les documents PDF disponibles ont été téléchargés 268 467 fois
- Documents les plus fréquemment consultés en 2009 : les fiches sur l'eau !
- Fiches sur "Les adoucisseurs d'eau" : 87 963 consultations
- Fiches "L'eau du robinet, une eau potable" : 22 158 consultations
- Fiches "D'où vient l'eau du robinet" : 16 808 consultations

Tous les lundis matins en direct sur France Bleu Alsace



Depuis huit ans, *France Bleu Alsace* consacre ses matinales du lundi (entre 8 h 55 et 9 h 30) à la consommation. Une bonne occasion pour les associations alsaciennes de consommateurs de se faire connaître et de parler de leur travail au quotidien. Durant leur intervention, les auditeurs interpellent les intervenants pour les solliciter. Ils témoignent à l'antenne et posent une question. Les interventions sont partagées par plusieurs associations de consommateurs :

- l'Union féminine civique et sociale ;
- Euro-Info-Consommateurs (questions transfrontalières) ;

Les associations de consommateurs répondent en direct aux auditeurs de France Bleu Alsace. Une excellente occasion d'expliquer leur travail et de se faire connaître auprès du grand public. Et bien entendu, de résoudre en direct (quand c'est possible) leur problème ou de les inviter à prendre contact avec la Chambre de Consommation d'Alsace.

- Organisation générale des consommateurs ;
 - Confédération nationale du logement.
- Quatre salariés de la *Chambre de consommation d'Alsace*, issus du service Eco-consommation, du service juridique et du journal, interviennent également à l'antenne de la station du service public. Incontestablement, cette tranche horaire reste très appréciée des auditeurs et toutes les émissions liées à la consommation sont suivies par un nombre croissant d'auditeurs.



06 Interventions en milieu scolaire et universitaire

Faire avancer les idées consuméristes au sein de l'Education Nationale (de 7 à 77 ans !), c'est la mission que continue de se donner le mouvement consommateur alsacien. D'année en année, les interventions en matière de droit de la consommation et sur les attentes des consommateurs sont toujours plus importantes.

C'est le cas en milieu scolaire, notamment en ce qui concerne la sécurité alimentaire, la consommation durable, les éco-gestes, le droit de la consommation, les comportements d'achat, l'évolution des modes de consommation, etc... Et c'est également le cas dans le milieu universitaire (droit de la consommation, modes de consommation, éco-consommation, développement durable, etc.) Pour les représentants des organisations de consommateurs, l'éducation à la consommation doit se faire à tout âge. Mais aborder la consommation durant un cursus scolaire permet aux jeunes générations d'apprendre (et de comprendre) plus tôt ce qu'est le monde de la consommation.

07 Les activités en faveur d'une Europe des consommateurs

Une détermination commune pour renforcer l'Europe des consommateurs, l'agence Euro-Info-Consommateurs, fondée et administrée par la Chambre de Consommation d'Alsace et la Verbraucherzentrale du Bade-Wurtemberg (Allemagne) a poursuivi et amplifié ses activités transfrontalières et européennes en faveur des consommateurs (voir feuillets "L'Europe des consommateurs").

Les associations régionales de consommateurs ont poursuivi leur démarche d'échange d'informations et d'expériences avec des structures consuméristes régionales d'autres pays européens (réseau NEPIM). L'équipe de la Chambre de Consommation d'Alsace a continué également de développer des modules de formation par Internet dans le cadre du programme européen appelé Dolceta. Ces modules sont destinés à un public adulte et traitent de sujets de consommation, déclinés dans tous les pays de l'Union Européenne. En 2009, nous avons poursuivi et finalisé la réalisation du module VI dédié aux services d'intérêt général et traitant de l'énergie, des transports, des télécommunications, des services postaux et des services de l'eau. Nous avons également participé à l'écriture du module VII relative à l'éducation financière et qui devrait voir le jour courant 2010 : réalisation de 12 fiches informatives sur divers thèmes, tels que le prêt étudiant, l'inflation, le Crédit Municipal, les fonds d'investissement (www.dolceta.eu/france).

09 Rallye Eco-mobile 2009

Le 10 décembre 2009, les associations de consommateurs ont invité des citoyens, des militants associatifs, des élus locaux et des journalistes à se mobiliser autour des enjeux climatiques liés notamment à nos modes de déplacements et à notre consommation alimentaire dans le cadre d'un rallye éco-mobile.

Cette manifestation a été co-organisée en partenariat avec un important réseau inter-associatif comprenant Strasbourg Initiation Nature Environnement, Alter Alsace Energie, Alsace Nature, Campus Vert, la Maison des Associations, Alsace Qualité Environnement, avec la participation d'Objectif Climat, du CADR 67, de l'ASTUS, d'Auto'trement, et bien d'autres encore.

Elle a permis d'évaluer le temps, le coût, les niveaux de CO2, de stress, de confort et la convivialité générés par les différents modes de déplacements pour un même trajet, et de faire une démonstration concrète et ludique, afin de sensibiliser l'opinion publique aux questions d'effet de serre et d'inciter les consommateurs à réfléchir à leur choix en matière de modes de transport, mais également sur leur alimentation.

08 Interventions extérieures (média, foires, animations...)

Pour être plus proches des consommateurs, les associations alsaciennes de consommateurs participent à de nombreux événements dans les territoires. Foires, salons, débats et colloques, l'actualité du mouvement consommateur en Alsace est toujours importante et bien fournie. Elle est le résultat d'une démarche volontaire à laquelle s'ajoutent de nombreuses sollicitations venues de l'extérieur.

Ainsi, les associations alsaciennes de consommateurs étaient présentes lors de différents salons et foires consacrés au commerce équitable, au meilleur respect de l'environnement (Salon Couleurs et Saveurs Équitables, BioBernai) ainsi qu'aux salons de la Maison du Printemps et à la Foire Européenne sur les aspects économies d'énergies uniquement. Par ailleurs, le pôle média de la Chambre de Consommation d'Alsace (le journal Le Consommateur d'Alsace et son site internet) permet aux associations d'apporter des informations également en direction de leur public.

Les actions soutenues par la CCA

La CCA apporte son appui technique aux actions menées par les associations de consommateurs régionales. Ces dernières peuvent également bénéficier d'une participation aux frais de réalisation de leur(s) projet(s), si l'ensemble des associations de consommateurs d'Alsace le décide, de manière collégiale, dans le cadre d'une réunion mensuelle Vie associative.



Attention aux changements dans le gaz et l'électricité : consommateurs, protégez vos intérêts !

L'ouverture du marché de l'énergie (électricité et gaz) pour les particuliers le 1^{er} juillet 2007 a eu des conséquences contractuelles et réglementaires encore mal comprises par les consommateurs et les relais d'information. Cette méconnaissance du dispositif a été exploitée par certains fournisseurs d'énergie qui ont mal conseillé et parfois désinformé les consommateurs lors de leur démarchage.



Cette situation est aggravée par l'épuisement le 30 juin 2010 d'un pan de la réglementation favorable aux consommateurs. Très concrètement les conséquences sont effectives depuis le 1^{er} janvier 2010. En effet, la réversibilité, prévue par la loi du 21 Janvier 2008 et permettant aux consommateurs de revenir aux tarifs réglementés a dans les faits disparu. Cette loi prévoit que les consommateurs particuliers ayant opté pour une offre à prix libre depuis plus de six mois puissent revenir au tarif réglementé. Toutefois cette possibilité n'est accordée que jusqu'au 1^{er} juillet 2010. La réversibilité devant s'achever en juillet 2010, et sachant qu'il faut avoir été au moins six mois chez un fournisseur avant de le quitter, les consommateurs ont donc eu jusqu'à la fin de l'année 2009 pour tester un nouveau fournisseur, s'ils voulaient avoir la garantie de retrouver les tarifs réglementés en juillet 2010. Depuis le 1^{er} Janvier

2010, il est trop tard ! Un consommateur souscrivant une offre sur le marché libre ne peut plus revenir au tarif réglementé. La CSF 67, en l'absence de publication de véhicule réglementaire qui prorrogerait le dispositif actuel, a considéré comme prioritaire de mettre en garde les consommateurs en Alsace et d'interpeller les députés alsaciens sur la nécessité de sécuriser les consommateurs par un projet de loi qui confirmerait et améliorerait l'accès aux tarifs réglementés. Une plaquette d'information destinée à informer le grand public sur le marché de l'énergie a été réalisée. Les médias alsaciens et les députés locaux ont été interpellés sur le sujet. Un clip «Consumag» a été diffusé sur France 3 les 13 et 20 décembre 2009. Au début du mois de décembre, les permanents et les bénévoles de la CSF 67 ont bénéficié d'une formation sur le dispositif réglementaire et ses perspectives.



Manifestation d'une centaine de familles alsaciennes confrontées à de gros problèmes financiers à cause d'un promoteur immobilier dont le projet n'est jamais arrivé à terme.

Les Ventes en l'Etat de Futur Achèvement (VEFA)

Afin d'améliorer la protection des consommateurs dans les cas de faillite de constructeurs après le versement d'acomptes, sans possibilité d'obtenir ni la réalisation du bien immobilier commandé, ni la restitution de l'argent avancé, l'ORGECO 67 a interpellé les pouvoirs publics et demandé la révision de la VEFA. Deux Sénateurs alsaciens ont fait remonter l'affaire jusqu'au plan national. Des réunions ministérielles ont été organisées et Jean-Louis BORLOO, Ministre de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable, a fait savoir que plusieurs modifications étaient à l'étude. La première consisterait

à demander au vendeur une garantie sous forme de fonds propres et surtout le contrôle de la réalisation de cette garantie. La seconde solution est la suppression de la garantie intrinsèque constituée sur les fonds propres du vendeur pour ne laisser au vendeur que la possibilité de souscrire une garantie extrinsèque, constituée de fonds issus d'une société d'assurance. Si rien ne devait être modifié, l'association s'engage à émettre un document destiné aux consommateurs. D'ores et déjà une campagne de sensibilisation a été réalisée en 2009 par l'intermédiaire des médias régionaux.



“De l'énergie et de la ténacité pour les consommateurs”

Le mot de la Présidente



C'est avec davantage de sérénité qu'en 2008 et une situation financière redressée et équilibrée que la Chambre de Consommation d'Alsace, forte de ses 17 associations de consommateurs alsaciennes, a terminé l'année 2009. C'est grâce à la ténacité et la volonté de franchir les obstacles, la conviction et la passion pour le mouvement consumériste alsacien et le sens du service public à apporter aux consommateurs pour l'information et la défense de leurs droits, que tous ensemble, bénévoles des associations de consommateurs et salariés de la Chambre de Consommation d'Alsace, nous avons en 2009 gagné notre challenge : maintenir un service public professionnel de qualité avec des moyens humains réduits et une gestion très stricte de nos dépenses. Ceci n'aurait pu être possible sans le soutien indéfectible de l'État, des Conseils Généraux du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, de la Communauté urbaine de Strasbourg et de la Région Alsace, grâce à Adrien Zeller qui souhaite nous soutenir dans nos missions.

Ceci n'aurait pu être possible sans le développement de nos ressources propres malgré la réduction de notre personnel. Il a fallu à chacun, dans ce contexte économique difficile, donner plus que des heures de travail, mais aussi de l'énergie, de l'inventivité, de la souplesse indispensable dans les petites structures et de la passion au service de tous les consommateurs et plus particulièrement des plus démunis et des personnes handicapées. 2009 fut une année difficile pour la Chambre de Consommation d'Alsace, mais gratifiante par ses résultats financiers et la modernisation de sa structure. Il en ressort une équipe plus soudée, une organisation plus performante et des outils de communication renouvelés. Le Journal « Le Consommateur d'Alsace » a fait peau neuve pour mieux s'adapter aux attentes des consommateurs et le site internet en pleine rénovation, est plus accessible, plus lisible, inter-actif, animé et actualisé par notre journaliste. Beaucoup reste à faire pour améliorer notre soutien aux associations de consommateurs et aux consommateurs alsaciens. Les projets et la

volonté ne manquent pas. Le champ de nos missions est vaste : soutien juridique, éducation, formation, documentation, alimentation, santé mais aussi accompagnement des nouveaux modes de consommation plus durables et responsables, dans la gestion de l'énergie, de l'eau et des déchets. Nous sommes dans tous ces domaines des « veilleurs » actifs et vigilants au respect de l'intérêt des consommateurs, des interlocuteurs crédibles et fiables pour les consommateurs submergés par une masse d'informations via internet et autres supports d'information. Les associations de consommateurs sont aujourd'hui des relais entre l'état, le monde économique et les citoyens. Comme le disait Jacques Delors : « La politique de la consommation est inséparable d'une politique économique et sociale d'ensemble ; elle est un volet essentiel de la politique de défense du pouvoir d'achat. »

C'est en partenaire que nous nous associons aux acteurs économiques pour améliorer la consommation dans tous les domaines, par des chartes de qualité, en résolvant à l'amiable les litiges et en mettant en place dans la concertation les moyens de les prévenir. Espace de dialogue, d'échange d'informations entre les associations, de réflexion et de consensus au delà des divergences, de collaborations effectives et de réalisations d'actions collectives, la Chambre de Consommation d'Alsace, et tout le mouvement consommateur alsacien qu'elle fédère, est un espace opérationnel dynamique et pratique, facilitant les synergies, la mutualisation des efforts et des moyens pour une meilleure protection des consommateurs dans un monde en pleine mutation économique et sociale. C'est avec vous tous, financeurs, bénévoles et salariés que nous continuerons notre mission dans cette Alsace au cœur de l'Europe et que nous ferons face aux nouveaux défis de la consommation.

La Présidente, Marie José Fignier

Dans ce fascicule :

Vie associative

Dans les autres fascicules :

Accueil et soutien juridique

Consommateurs handicapés
Centre d'information des consommateurs

Eco-consommation

Formation

Groupes de travail
spécifiques

Les médias consommateurs

L'Europe des consommateurs

Organisation et gouvernance

La commission "Vie associative" est un pilier fondamental dans l'organisation du mouvement consommateur 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 prépare les prises de position et les actions communes. Elle propose aussi, si nécessaire, de créer des groupes de travail régionaux, départementaux, ou locaux.

La commission "Vie Associative"



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

Objectifs

Ses missions consistent à :

- assurer une veille permanente et un débat sur l'actualité consumériste régionale, nationale, européenne et internationale ;
- 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 doit mettre en oeuvre ;
- définir les actions pouvant être communes à toutes les associations membres, ou à certaines d'entre elles ;
- préparer et évaluer les représentations assurées par le mouvement consommateur dans les instances externes : 38 représentations régionales, 56 départementales (Bas-Rhin et Haut-Rhin) et 79 locales ;
- proposer au Bureau ou au Conseil

d'administration, les candidats aux nouvelles représentations après les avoir élu ;

- apporter le soutien technique nécessaire aux concertations avec les professionnels ;
- préparer les prises de position communes sur des sujets consuméristes ;
- évaluer annuellement les objectifs assignés à la CCA et proposer à son Conseil d'administration les objectifs complémentaires ou nouveaux à mettre en oeuvre ;
- prévoir les évolutions et orientations futures du mouvement consommateur alsacien.

Débats et actualité en 2009

A l'image de l'actualité foisonnante et des thématiques de fond suivies avec attention par le mouvement des consommateurs d'Alsace, voici quelques-uns des sujets examinés en 2009 :

- les coffrets cadeaux (Smartbox, Wonderbox...);
- le décret du 24 novembre 2008 relatif à l'aménagement commercial et la création des commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC) ;
- *Dolceta*, programme de formation européen pour les consommateurs sur Internet ;
- la proposition de Directive européenne sur le droit des consommateurs ;
- l'évolution réglementaire et législative en matière de logements et ses conséquences pour les consommateurs et les usagers ;
- la baisse du pouvoir d'achat des ménages ;
- la loi de modernisation de l'économie (LME) et la mise en place de ses disposi-

tions utiles pour le consommateur ;

- la qualité de l'air intérieur : polluants, risques, solutions et alternatives ;
- l'évolution des achats des consommateurs dans les supers et hypermarchés ;
- les OGM : nouvelle tentative de réhabilitation du maïs transgénique en France ;
- la remise en cause du rôle central des juges en matière de surendettement ;
- une liste noire et une liste grise contre les clauses abusives des contrats de vente ;
- les réformes du Conseil National de la Consommation et de l'agrément des associations nationales de consommateurs ;
- la mise en application de la TVA à 5,5 % dans la restauration ;
- la hausse des tarifs de l'électricité ;
- l'élargissement des horaires d'ouverture des magasins ;
- les frais bancaires français restent parmi les plus élevés en Europe ;
- la progression des dépenses contraintes au détriment du pouvoir d'achat « arbitrable » ;
- les assises de la Consommation du 26 octobre 2009 à Paris ;
- la loi « Grenelle 2 » ;
- la situation économique des producteurs de fruits et légumes ;
- l'alourdissement des charges des ménages ;
- l'obésité, une maladie qui s'étend sans relâche ;
- le tribunal définit ce qu'est une tâche de gestion courante pour un syndicat ;
- la réorganisation des services de la DGCCRF ;
- les grandes enseignes dans le viseur de Bercy pour pratiques abusives avec les fournisseurs ;
- les économies et l'efficacité énergétique pour le logement.

Vie associative

→ Les commissions et groupes de travail spécialisés

Les commissions et groupes de travail permettent la formation continue et l'approfondissement de thématiques et répondent au souci permanent de concertation et de synergie indispensable pour assurer la défense des consommateurs. Ils sont indispensables à l'enrichissement des visions des uns et des autres et à l'émergence de possibles consensus. Pour chacun d'eux, un administrateur responsable travaille avec un salarié de la CCA, Chambre de Consommation d'Alsace. En 2009 se sont réunies les commissions :

- Eco-consommation - Administrateur : Edmond WOLFF ;
- Juridique - Administrateur : Alain ANGEVELLE ;
- Alimentation - Administrateur : Laurence GRANDJEAN ;

- Documentation - Administrateur : Bénédicte MARILLIER ;
- Journal - Administrateur : Marie-José FIGNIER ;
- Télévision - Administrateur : Annie CHARDON ;

Concernant les groupes de travail :

- Directive Européenne Droit de la Consommation - Administrateur : Marie-José FIGNIER ;
- Consommation responsable - Administrateur : Marie IGOT ;
- Santé et Système de soins - Administrateur : Yves RENOUX.

Au total en 2009, les commissions et les groupes de travail se sont réunis plus d'une centaine de fois. Ils alimentent la réflexion des bénévoles, les débats lors des commis-

Des représentants des consommateurs fortement sollicités

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 d'Alsace. Chacun des représentants est proposé et mandaté 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 suivre une formation. Ils leur est également possible de se documenter, de 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 lors des réunions de la Vie Associative, les représentants des consommateurs sont présents dans de nombreuses instances : publiques, privées, expertise, consultatives, décisionnelles... Et ceci à différents niveaux : local, départemental ou régional. Au total en 2009, nous comptabilisons 167 représentations pour près de 47 000 heures de bénévolat. Certaines instances sont voulues par l'Etat, d'autres par les collectivités territoriales, les

chambres consulaires ou encore les groupements d'acteurs économiques et sociaux. De plus en plus souvent, de nombreuses organisations professionnelles, consulaires ou collectives associent à leurs travaux les organisations de consommateurs. Elles ont, par exemple, étudié et participé à l'élaboration de plusieurs règlements d'assainissement et de distribution de l'eau ou participé au comité local de suivi de l'INRA à Colmar. Les représentations concernent aussi des domaines très variés de l'activité économique et sociale alsacienne : Comité régional de suivi, Observatoire régional, 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 départe-

mentales d'équipement commercial, Commissions départementales de l'action touristique, Commissions départementales en matière d'hygiène, de risque sanitaire et technologique, Commissions départementales de surendettement, Comités départementaux "canicule", Commissions consultatives des services publics locaux et départementaux, Commissions d'agrément, Commissions locales de l'eau, Commissions consultatives du plan départemental d'élimination des déchets ménagers et assimilés, Commissions communales des taxis, Commissions locales d'information et de surveillance sur les déchets, Conseils de développement de pays, Chartes de développement du commerce, etc. Comme on peut le constater, les sollicitations se placent désormais dans des domaines de plus en plus spécialisés, ce qui implique une formation adaptée à laquelle la Chambre de Consommation d'Alsace s'efforce de contribuer.

Evaluation et perspectives

Chaque fin d'année, les associations font un bilan des actions menées par la CCA et réalisées par les différents secteurs d'activité. Elles se basent sur les objectifs fixés un an auparavant et décident des objectifs nouveaux ou complémentaires pour l'année à venir. Ce bilan collectif permet une grande transparence et une totale démocratie dans la mise en oeuvre des actions de la CCA.

La Chambre de Consommation d'Alsace est un lieu d'échanges et de concertation entre les bénévoles des différentes associations. Des sollicitations de plus en plus nombreuses, et de plus en plus spécialisées leurs sont adressées. Elles requièrent une grande technicité. La Chambre de Consommation d'Alsace met en oeuvre des moyens de formation adaptés pour renforcer la compétence de ces représentants.

Vie associative

Les actions communes

01 Prise de position sur la directive européenne

Le 8 octobre 2008, la Commission Européenne a présenté au Parlement et au Conseil une proposition de directive relative aux droits des consommateurs, qui prévoit une harmonisation complète de la réglementation, en d'autres termes l'impossibilité pour les Etats membres de maintenir ou d'instaurer des règles plus favorables. Or, pour les citoyens français, comme pour beaucoup d'autres européens (Allemands, Luxembourgeois, Belges, etc...), la proposition de directive, si elle avait été adoptée en l'état, aurait entraîné la perte de nombreux avantages nationaux. L'un des objectifs de la directive est de renforcer la confiance des consommateurs dans le marché intérieur et de favoriser le développement du commerce transfrontalier. Les consommateurs, désireux d'acheter hors de leurs frontières, doivent avoir des garanties de qualité, fiabilité, sécurité. La disparition de l'interdiction de toute remise d'acompte avant l'expiration du délai de réflexion en cas de démarchage à domicile, la suppression de la confirmation écrite en matière de démarchage téléphonique, la réhabilitation de clauses interdites ou présumées abusives par le récent décret du 18 mars 2009 constituent des atteintes à la sécurité des transactions commerciales et sont autant de freins au développement du commerce transfrontalier. C'est pourquoi les associations de consommateurs en Alsace se sont prononcées contre l'adoption de la proposition de directive du 8 octobre 2008 en l'état. Elles suggèrent une harmonisation totale par le haut et étape par étape, c'est-à-dire d'une part une uniformisation des règles de protection des consommateurs selon les législations les plus favorables, d'autre part l'adoption d'un calendrier pour permettre une transposition en douceur par les Etats membres dont la législation accuse un grand retard en matière de protection des consommateurs.

03 La mise à disposition de personnels et de locaux

La mise à disposition de compétence de juristes professionnels a été poursuivie en 2009. Deux associations ont bénéficié de ces mises à disposition régulières de juristes "médiateurs" de la consommation : la CSF, et l'AGF.

Ces "mises à disposition" permettent d'optimiser et de professionnaliser la qualité du service rendu aux consommateurs en matière d'accompagnement et de règlement amiable des litiges. Par ailleurs, le matériel pédagogique et de formation ou les salles de réunion à Strasbourg et Mulhouse sont toujours à la disposition des associations, en fonction de leurs besoins.



02 Eco-gestes par tous et pour tous

Différentes interventions concertées entre associations de consommateurs ont été réalisées afin d'impliquer des personnes résidant dans des quartiers dits « sensibles » dans une réflexion critique autour de la consommation responsable. Ces interventions ont permis de trouver ensemble des moyens concrets facilitant la mise en pratique quotidienne d'une consommation vertueuse pour les participantes (économie en ressources financières et génératrice de bien-être et de qualité de la vie) et leur environnement a été largement atteint sur trois quartiers strasbourgeois : HautePierre, Elsau, et surtout Neuhof. Au total les différents ateliers ont réuni 148 personnes. Aux personnes ayant pu suivre un ou plusieurs ateliers s'ajoutent 220 personnes qui ont pu être touchées lors de leur passage au stand assuré par les habitantes pendant les Rencontre du Neuhof les 13 et 14 juin.

04 Enquête consommation responsable

Au courant de l'année 2009, les associations de consommateurs d'Alsace ont réalisé avec l'appui de deux jeunes chercheurs une enquête de terrain portant sur l'expression des consommateurs quant aux modes de consommation dits « responsables ». Cette enquête a été déclinée sur un échantillon représentatif de 500 consommateurs, interrogés directement sur différents lieux d'achat au sein de la CUS. Elle s'est basée sur un travail d'enquête et d'analyse effectués à l'échelle nationale par le CREDOC sur un échantillon de 1000 consommateurs. Ainsi, notre travail permet de faire le point sur l'expression des consommateurs quant aux produits biologiques, locaux, issus du commerce équitable, de l'économie sociale et solidaire. Il rend compte de leurs motivations et de leurs pratiques, ainsi que leurs sources d'informations concernant ces productions.

05 Interventions auprès des partenaires socio-économiques

Les associations alsaciennes de consommateurs sont au plus près des préoccupations économiques. Partenaire de la vie économique, interlocutrice des professionnels sur les attentes et les exigences des consommateurs, la Chambre de Consommation d'Alsace a par exemple participé au Comité d'attribution de la Charte Qualité Commerce organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin. Elle a continué à participer activement au conseil d'administration de la CRES (Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire) et au Conseil Economique et Social d'Alsace (CESA). Elle a participé à des réunions de concertation, des comités de suivi ou des débats au sein d'organismes comme la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers, l'INRA, EDF, des entreprises de télécommunications...