



Rapport d'activité 2015

Chambre de Consommation d'Alsace



Rapport d'activité 2015

Chambre de consommation d'Alsace

Sommaire

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

“Toujours plus près des consommateurs”



L'année 2015 a été pour la *Chambre de Consommation d'Alsace* une année charnière dans un contexte économique de plus en plus difficile pour les associations membres, les bénévoles et les salariés.

Malgré les difficultés, chacun a fait face et permis de terminer l'année avec un bilan positif des actions et des finances.

L'équipe réduite de la *Chambre de Consommation d'Alsace* a su faire face aux nombreuses sollicitations du grand public, près de 13 000 en 2015, entre le service juridique présent à Strasbourg et à Mulhouse et l'Espace Info Energie de Strasbourg.

Au service de ses 21 associations membres et forte de son expertise, elle a animé le réseau par de nombreuses commissions, édité une *lettre d'information hebdomadaire* et une *lettre juridique mensuelle* sur l'actualité consumériste, réalisé et diffusé des *plaquettes d'informations* pour les associations et leurs adhérents.

De nombreuses actions de formation et de sensibilisation ont été assurées pour les bénévoles et salariés des associations et pour des publics très divers, au gré des partenariats noués avec des acteurs locaux du monde économique et social : enfants, adolescents, grand public, jeunes et moins jeunes en insertion professionnelle, etc.

Le site ZIGetZAG.info devient un véritable démultiplicateur d'achats responsables en région, le nombre de ses visiteurs a augmenté de 50 % entre 2014 et 2015, grâce à l'implication de notre équipe, celle de la *CRESS Alsace*, celle des 140 structures et réseaux de l'économie sociale et solidaire et de l'agriculture biologique qui nous accompagnent depuis deux ans.

La *Chambre de Consommation d'Alsace* s'est faite l'écho de l'activité des associations de consommateurs sur les réseaux sociaux, le site *Internet*, *Youtube*, *Facebook* et par l'intermédiaire des "*Flash Conso*" diffusés sur *France 3 Alsace*, regardés par 18 % des téléspectateurs selon la chaîne.

Ses chroniques hebdomadaires dans les *DNA* et *L'Alsace*, les interventions régulières de ses experts sur *France 3 Alsace* et la participation de son journaliste et rédacteur en chef à l'émission *Alsace Matin* tous les lundis ont renforcé sa visibilité et sa notoriété.

Publié depuis 1978, "*Le Consommateur d'Alsace*" reste, malgré la crise de la presse, une référence en Alsace relayée par son site *Internet* et les médias locaux.

Présents dans 167 représentations, les bénévoles ont représenté les consommateurs et les usagers dans des instances publics, privés, au niveau local, départemental et régional pour défendre leur pouvoir d'achat, leur environnement, leurs droits avec pertinence et passion. Ils jouent un rôle "de poil à gratter" et apportent leur "bon sens".

Certaines d'entre-elles demandent de la technicité et beaucoup de disponibilité. Sans eux, la parole des consommateurs serait inaudible et la loi du plus fort la règle.

Aujourd'hui, la situation est grave, l'état des finances publiques ne permet plus de maintenir le soutien indispensable à l'existence du réseau consumériste. Les baisses récurrentes des subventions de l'Etat aggravent la situation d'année en année. Le rôle d'amortisseur social de terrain ne peut plus se faire faute de moyens. Les bénévoles vieillissent et le renouvellement par de nouvelles générations, dans ce contexte, est plus que difficile.

Une question essentielle se pose pour nous tous : l'Etat a-t-il la volonté de maintenir des structures d'information, de formation et de soutien, au service des mouvements consommateurs ?

Nous n'avons aujourd'hui que peu de visibilité sur la politique du gouvernement en matière de consommation. L'étranglement financier, à petit feu, fragilise les structures et paralyse leurs actions, sans aucune considération de l'évolution des besoins des consommateurs.

L'année 2015 marque la fin d'un découpage territorial limité à l'Alsace et le début d'un nouveau territoire, le Grand Est. Cette réforme imposée et menée au pas de charge complexifie la situation, déplace les services et les interlocuteurs habituels, brouille certains repères, mais crée aussi des opportunités.

La *Chambre de Consommation d'Alsace* s'est préparée à cette mutation avec l'objectif de faire de cette réforme territoriale imposée par l'Etat un rapprochement "gagnant-gagnant" avec le *Centre Technique Régional de la Consommation* de Lorraine, dans le respect de chacun et au bénéfice de tous les concitoyens de cette nouvelle grande Région.

Un grand merci à tous nos principaux partenaires locaux, comme le *Conseil régional*, les *Conseils départementaux*, l'*Eurométropole de Strasbourg* l'*ADEME*, le *SDEA Alsace Moselle*, les collectivités publiques de Colmar et Mulhouse... Nous comptons plus que jamais sur leur fidèle soutien !

Marie-José Fignier

Présidente de la *Chambre de Consommation d'Alsace*

Vie associative, la rencontre mensuelle des associations de consommateurs

La commission "Vie associative" est une rencontre organisée chaque mois qui rassemble les représentants des associations de consommateurs. Elle organise les débats et la concertation entre les bénévoles et salariés de 21 organisations bas-rhinoises et haut-rhinoises. Elle renforce les capacités d'intervention des associations et de tout le mouvement consommateur alsacien.

Fonctionnement

La commission "Vie Associative" est composée de représentants de toutes les associations départementales et régionales de consommateurs membres de la Chambre de Consommation d'Alsace. C'est la plus "généraliste" des commissions organisées par la Chambre de Consommation d'Alsace et celle qui se réunit le plus souvent. D'autres commissions sur des thématiques plus ciblées se tiennent également plusieurs fois par année, généralement en plus petit comité. Il s'agit des commissions Alimentation, Santé, Consommation responsable et Télévision, qui seront évoquées dans d'autres parties de ce rapport d'activité. Chaque commission est présidée par un bénévole assisté d'un salarié de la CCA.

Les objectifs de la Vie associative

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

Information et débats sur l'actualité consumériste

- L'actualité examinée lors des réunions mensuelles a porté sur de nombreux sujets, comme :
- la loi Macron et sa centaine d'articles de loi sur le travail dominical, les transports en autocar, la concurrence, les prud'hommes, le commerce...
 - la montée en puissance du commerce en ligne et son potentiel de développement ;
 - la première action de groupe d'usagers du RER

parisien contre la SNCF avec UFC-Que Choisir, - les économies planifiées dans le système hospitalier, par la mutualisation des achats, la réduction de la durée d'hospitalisation, la suppression de postes...

- le point sur la consommation des ménages, après plusieurs années d'atonie ;
- le projet d'étiquetage nutritionnel, basé sur la construction d'un système de codes couleur pour donner au consommateur des repères nutritionnels faciles à comprendre ;
- le projet de loi Santé, portant sur le tiers payant, la lutte contre le tabac, les dons d'organes, l'action de groupe...
- la fin des quotas laitiers ou l'arrêt d'un dispositif qui, pour certains, garantissait une stabilité des prix ;
- la reprise des expulsions locatives dès la fin de la trêve hivernale ;
- l'autorisation de commercialisation de 19 OGM par l'Union Européenne, dont 11 de Monsanto ;
- le point sur l'efficacité de la politique de gestion des déchets ;
- la guerre des prix entre les enseignes de la grande distribution ;
- la généralisation de la médiation et du règlement amiable gratuit pour tous les secteurs marchands ;
- Volkswagen et la manipulation des résultats des tests anti-pollution : le scandale du "dieselgate",
- les pesticides : plus d'une salade sur dix contiendrait des produits interdits ;
- l'abandon des pièces de 1 et 2 centimes d'euro par l'Irlande ;
- la toxicité supposée des emballages cartonnés des aliments ;
- la nouvelle baisse des tarifs réglementés du gaz,
- le marché de Noël de Strasbourg et l'annulation du marché "Off" ;
- l'état de la production de médicaments en France, avec la concurrence des pays low cost.

La question de la représentation des consommateurs a, cette année, occupé une place particulière au sein des réunions mensuelles de la commission Vie associative.

Ainsi, les comptes rendus d'expériences des membres élus par nos instances pour représenter les consommateurs et les usagers du système de santé ont été complétés par une présentation



Vie associative

très complète sur la Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC).

Par ailleurs, d'autres interventions suivies de débats avec les membres ont porté :

- en avril, à Mulhouse, sur les actions de l'association Energies de citoyens, spécialisée dans la transition énergétique, avec sa Directrice, Martine Zussy ;

- en septembre, à Strasbourg, sur un point sur la Fête de l'Energie en Alsace, avec les collaborateurs de l'Espace Info Energie de la CCA ;

- en octobre, à Strasbourg, sur un documentaire intitulé "Les nouveaux jackpots des labos pharmaceutiques" ;

- en novembre, à Mulhouse, sur l'organisation d'un autre marché de Noël à Strasbourg, social et solidaire, qui devait se tenir un mois plus tard, mais que la Mairie a dû annuler en raison des événements terroristes qui ont secoué Paris à la fin de l'année.

Une représentation des consommateurs dynamique

Les associations membres ont validé en 2015 la candidature de nouveaux représentants des consommateurs ou renouvelé le mandat de certains, notamment au sein d'instances comme la Commission des relations avec les usagers et de la qualité de la prise en charge (CRUQPC, aujourd'hui CDU) du groupe hospitalier Saint-Vincent à Strasbourg, le Syndicat d'Electricité et de Gaz du Haut-Rhin à Colmar ou la Commission Régionale de l'Economie Agricole et du Monde Rural (COREAMR).

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

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

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

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

A la fin de l'année 2015, nous comptabilisons 167 représentations : 28 régionales, 41 départementales - 19 dans le Bas-Rhin et 22 dans le Haut-Rhin - et 98 locales.

Certaines instances sont voulues par l'Etat, d'autres

A la fin de l'année 2015, nous comptabilisons 167 représentations : 28 régionales, 41 départementales - 19 dans le Bas-Rhin et 22 dans le Haut-Rhin - et 98 locales.

par les collectivités territoriales, les chambres consulaires ou encore des groupements d'acteurs économiques et sociaux. Les représentations concernent des domaines très variés de l'activité économique et sociale alsacienne, comme des Commissions Consultatives des Services Publics Locaux (CCSPL), des commissions municipales, départementales ou régionales, des conseils d'administration d'hôpitaux, des commissions des relations avec les usagers des hôpitaux, etc.

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

Des représentants des consommateurs sollicités dans 167 instances publiques et privées, au niveau local, départemental et régional.

La mission de CTCR

L'appui juridique est au coeur de l'activité de Centre Technique Régional de la Consommation (CTCR) que la CCA remplit depuis les années 80, à la demande de l'Etat. Cette mission consiste à apporter un appui technique aux associations locales de consommateurs, pour les aider à mener à bien leurs actions au bénéfice des consommateurs. Ainsi, avec la participation très active des bénévoles, l'équipe salariée de la CCA anime le réseau, réalise des formations, organise des rencontres et informe les Membres par tous les moyens qui sont à sa disposition sur l'actualité consumériste.

Pour contacter le *Secrétaire général*

Tél. 03 88 15 42 43

Email : vincent.dorfner@cca.asso.fr

Accueil et soutien juridique

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

Formation et appui juridique pour les associations de consommateurs

En interaction avec les différents services et compétences de l'association (Eco-consommation, Espace Info Energie, Medias, Formation et Documentation...), les juristes apportent leur appui aux 21 associations de consommateurs membres de la Chambre de Consommation d'Alsace.

Il s'agit d'un travail de terrain, qui est réalisé essentiellement à travers les actions de formation à destination des bénévoles des associations de consommateurs.

Au cours de l'année 2015, le service juridique a proposé onze sessions de formation, auxquelles pouvaient participer les bénévoles et salariés du mouvement consommériste alsacien. Ces rencontres ont porté sur les thématiques suivantes :

A Strasbourg :

- Résoudre les litiges de consommation : les démarches les mieux adaptées ;
- Hôpitaux et responsabilité médicale ;
- Décryptage du système contraventionnel ;
- Protection juridique des personnes : sauvegarde de justice, curatelle, tutelle ;
- Voyager sans difficultés ;
- Réglementation en matière alimentaire : labels, étiquetage, allégations trompeuses, risques alimentaires...
- Les contrats d'assurance : de la souscription à l'indemnisation ;
- Focus sur les fichiers d'information : FICP, FCC, PREVENTEL.

A Mulhouse

- Voisinage : connaître les règles pour vivre en bonne intelligence ;
- Loi Hamon : ce qu'elle modifie pour les consommateurs ;
- Internet et nouvelles technologies.

Cette mission de formation est maintenant complétée par un bulletin mensuel d'information juridique, mise en place en janvier 2015.

Appui juridique pour les consommateurs : le Haut-Rhin en hausse !

Les juristes de la Chambre de Consommation d'Alsace ont reçu un peu plus de 10 200 sollicitations au cours de l'année 2015. Globalement, on constate une légère baisse par rapport à l'année précédente - qui s'explique par le départ d'un collaborateur strasbourg-

10 234 sollicitations en 2015

Répartition des sollicitations par secteur d'activité

- Prestations de services	15 %	→
- La location et le logement	12 %	→
- La téléphonie mobile, Internet	10,5 %	→
- Commerce et grande distribution	9 %	→
- L'automobile	8 %	→
- Les assurances	7,5 %	→
- Banques, établissements de crédit	7 %	→
- Services d'intérêt général (publics et privés)	6 %	→
- VPC, loteries	5,5 %	→
- Meubles, cuisines	4,5 %	→
- Professions libérales	4 %	→
- Immobilier, construction	4 %	→
- Tourisme, loisirs	3,5 %	→
- Autres	3,5 %	→

geois - mais aussi une belle augmentation des sollicitations dans le Haut-Rhin.

Les juristes peuvent être contactés par différents moyens : par téléphone, par courriel, par courrier postal, ou en se rendant directement à l'accueil.

Bien que nous encourageons l'usage du courriel, dans la mesure où nos lignes téléphoniques sont souvent saturées, les appels téléphoniques ont encore représenté cette année 74% des sollicitations.

En 2015, à Strasbourg, un accueil, téléphonique et physique a été assuré 4 jours par semaine, dans les locaux de la CCA, 51 semaines par an.

A Mulhouse, le même service était accessible 3 jours par semaine, 51 semaines par an. Deux juristes assurent ces missions d'accueil, d'orientation et d'information.



Accueil et soutien juridique

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

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

Dans certains cas, la demande d'information est orientée vers une association membre ou un service d'assistance plus pertinent.

Par ailleurs, des informations sont mises à dis-

En 2015, les trois quarts des contacts ont été effectués par téléphone.

	Strasbourg	Mulhouse	Total
Appels	3 654	3 926	7 580
Visites	1 055	697	1 752
Courriers	520	264	784
Rendez-vous	0	107	107
Dossiers	0	11	11
Total	5 229	5 005	10 234



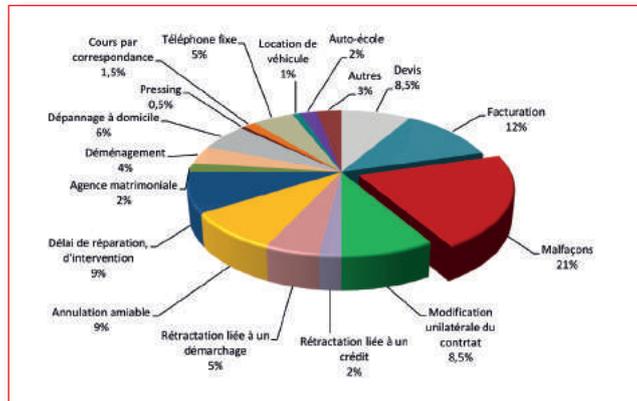
position des consommateurs, sous forme de plaquettes informatives ou de documents à télécharger, via le site Internet de la CCA www.cca.asso.fr.

Accueil et soutien juridique

1) Les prestations de services

Avec **15 %** de l'ensemble des sollicitations qui regroupe des activités très différentes, ce secteur conserve la première place du classement en 2015. Un peu plus de 41 % des litiges concernent les malfaçons, les devis et la facturation. Les professionnels les plus décriés œuvrent dans les métiers du bâtiment (carreleurs, peintres, plombiers ...). Les clients observent trop souvent des différences entre les prestations annoncées au devis et les travaux réellement réalisés, ou une facture plus élevée que le devis sans qu'il y ait eu consentement. Il y a aussi souvent un problème de délai non respecté.

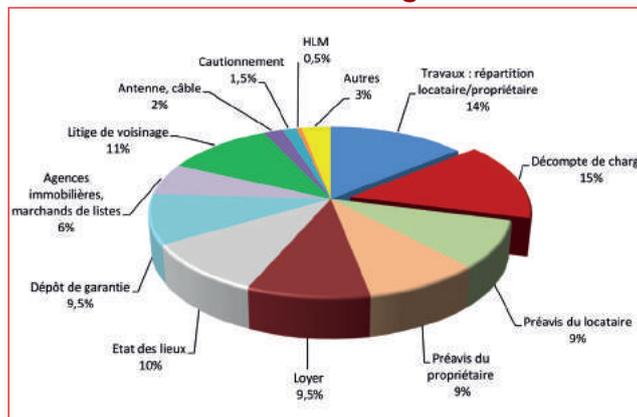
Prestations de services



2) La location et le logement

12 % des sollicitations. Les conflits concernant le préavis et notamment sa durée représentent le nombre le plus élevé de réclamations (18 %). Les locataires éprouvent souvent des difficultés à faire respecter leur droit au préavis réduit d'un mois, notamment dans les conditions modifiées par la loi ALUR (ex. logement situé dans une "zone tendue"). Les réclamations concernant le décompte de charges restent nombreuses (15 %). Souvent, le locataire n'arrive pas à obtenir de décompte mensuel, voire annuel, malgré des demandes répétées, ou les sommes réclamées ne sont pas correctement justifiées. Enfin, des conflits portent encore sur la répartition des travaux entre locataires et propriétaires (14 %).

La location et le logement

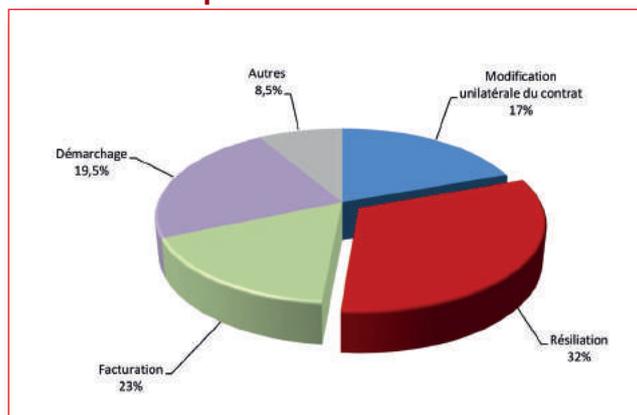


3) Téléphonie mobile - Internet

En 2015, le secteur de la téléphonie mobile et d'Internet reprend la troisième place du classement, perdue en 2014. Les problèmes signalés concernent la résiliation (**32 %**). L'information sur les coûts ou les démarches à effectuer liés à la résiliation est souvent peu claire ou mal communiquée.

La facturation est elle aussi source de litiges (23 %). Certains montants réclamés portant sur l'utilisation de services payants (téléchargements, numéros surtaxés...) ne sont pas compris par les consommateurs.

Téléphonie mobile - Internet

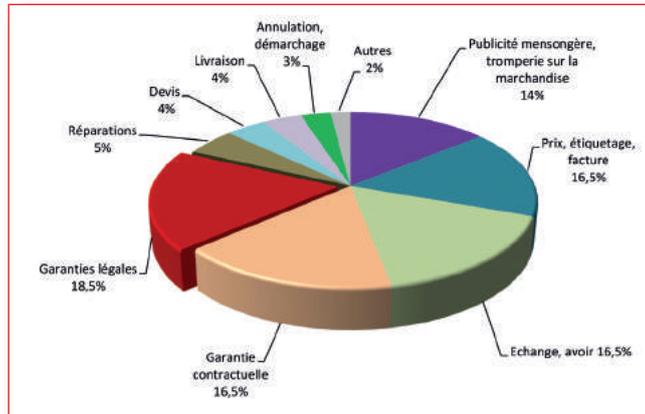


Accueil et soutien juridique

4) Commerce et grande distribution

9 % des sollicitations. A nouveau, la majorité des réclamations concerne l'application des garanties, qu'elles soient contractuelles ou légales (35 % des sollicitations). Ce constat devient préoccupant, car il est fait chaque année depuis 10 ans. Les garanties légales (de conformité et des vices cachés) sont encore trop souvent laissées de côté par les professionnels, par ignorance ou par intention. Par ailleurs, les réclamations concernent le manque de transparence des prix facturés aux consommateurs (16,5 %). On constate encore trop souvent un manque de clarté dans l'affichage des prix et sur les prix réellement appliqués, surtout en périodes de soldes et de promotions.

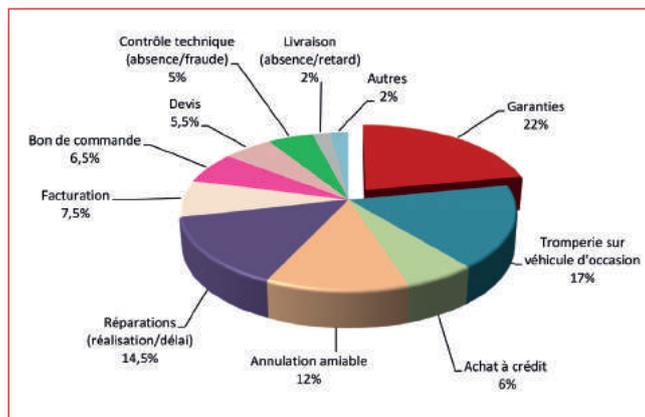
Commerce et grande distribution



5) L'automobile (achat/Vente)

8 % des sollicitations. Comme en matière de commerce et de grande distribution, la majorité des réclamations concerne l'application des garanties, contractuelles et légales (22 %). Par ailleurs, il s'agit de conflits en matière de tromperie sur la vente de véhicules d'occasion (17 %), souvent dans le cadre de la vente de véhicules entre particuliers. Il est très difficile pour un acheteur d'obtenir gain de cause dans un tel cas de figure, car les recours pouvant être exercés nécessitent de faire appel à une expertise pour démontrer la responsabilité du vendeur.

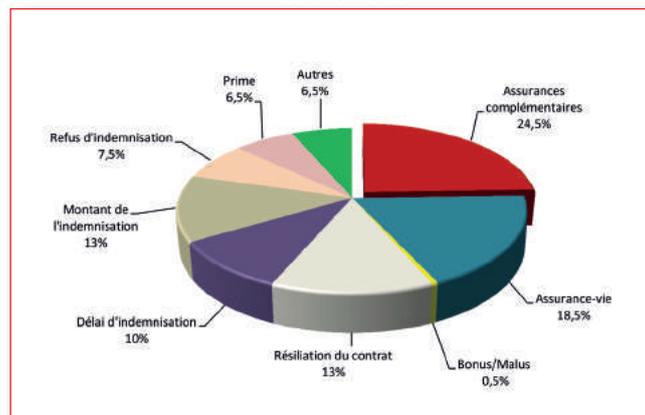
L'automobile (achat/vente)



6) Assurances

Nombre de réclamations en hausse (**7,5 %**). La majorité des cas concerne les assurances complémentaires, telles que les assurances de santé ou d'annulation de voyages (24,5 %) qui, dans les faits, ne permettent que rarement la prise en charge d'une indemnisation. De plus, les conditions de résiliation sont mal comprises par les consommateurs. En effet, les assurances obligatoires (automobile, logement, ou directement liées à un service) peuvent, depuis janvier 2015, être résiliées à tout moment, après la première année d'affiliation, mais pas les assurances non obligatoires. Par ailleurs, on observe des problèmes de refus d'indemnisation liés aux exclusions de garantie (7,5 % des cas).

Assurances

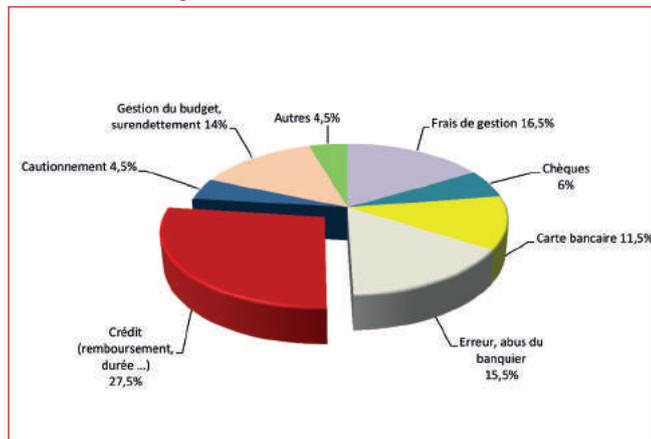


Accueil et soutien juridique

7) Les banques et établissements de crédit

En 2015, ce secteur remonte de la huitième à la septième place du classement, avec **7 %** des sollicitations. Les litiges concernant les crédits et leur mode de fonctionnement sont toujours les plus nombreux (27,5 % des cas). Les contestations les plus fréquentes sont relatives au calcul du taux d'intérêt en matière de crédit renouvelable, mais également aux conditions de remboursement anticipé des crédits immobiliers. Les frais de gestion des comptes courants sont également contestés de manière régulière (16,5 %), notamment en ce qui concerne les frais de tenue de compte. En effet, dès le mois d'octobre 2015, certaines banques, qui proposaient auparavant le service de tenue de compte gratuitement, ont informé leurs clients de la mise en place de frais de tenue de compte (en moyenne 2 € par client). Bien que difficilement contestable, cette nouvelle facturation soulève le mécontentement des clients.

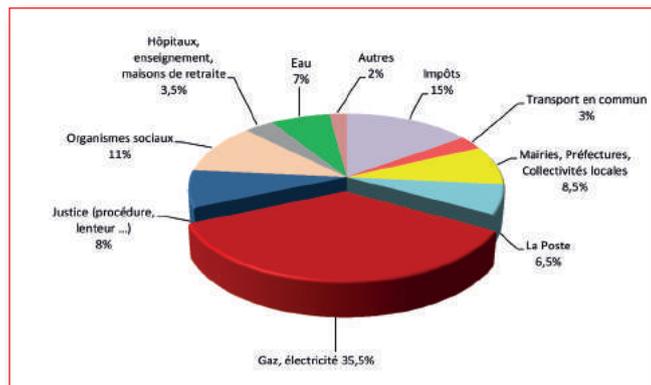
Les banques et établissements de crédit



8) Services d'intérêt général (publics et privés)

7 % des sollicitations. Les contestations relatives au secteur des fournisseurs de services d'énergie (gaz, électricité) représentent plus du tiers des sollicitations dans ce domaine (35,5 %). La plupart du temps, c'est la facture qui est en jeu. Celle-ci est pourtant difficile à contester, surtout si aucun défaut de compteur ou de réseau ne peut être mis en évidence. Les coupures de service liées aux impayés se font parfois en dépit de toute procédure légale. Par ailleurs, nous recevons de nombreuses demandes d'information concernant la législation fiscale (15 % des contacts).

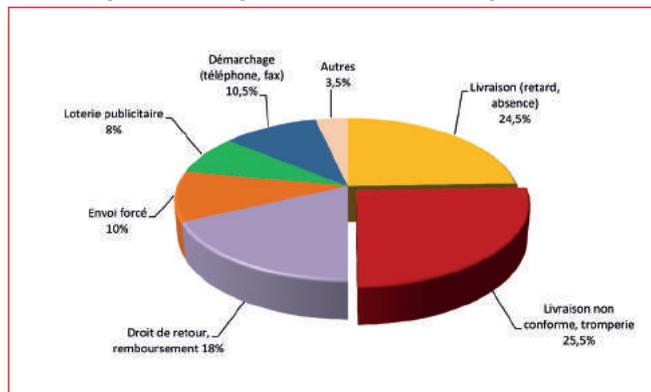
Services d'intérêt général (publics et privés)



9) Vente par correspondance, loteries publicitaires

Nette diminution des sollicitations en 2015 (**5,5 %**). Les problèmes sont souvent liés à l'absence, le retard ou la non-conformité de livraison (50 %). Cette situation est récurrente concernant des sites de vente en ligne hébergés hors de l'Union Européenne. Ce qui rend les possibilités de recours extrêmement incertaines. Par ailleurs, il n'est pas toujours facile d'obtenir le remboursement d'un produit qui n'a pas été livré à la date convenue (18 %).

Vente par correspondance, loteries publicitaires

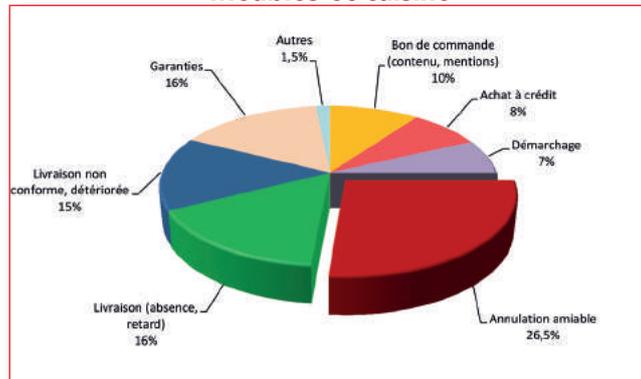


Accueil et soutien juridique

10) Meubles et cuisines

4,5 % des demandes. Les litiges liés aux problèmes de livraison sont encore importants (31 %) : absence totale de livraison, délais de livraison non respectés, livraison non conforme au bon de commande, etc. Par ailleurs, les réclamations concernant l'annulation amiable des contrats de vente de mobilier et de cuisines reviennent fréquemment (26,5 %). L'annulation amiable est nécessaire dans les cas où le consommateur n'a pas de possibilité légale de contraindre le professionnel à accepter l'annulation de la commande. La négociation commence alors, supposant souvent une perte financière pour le consommateur.

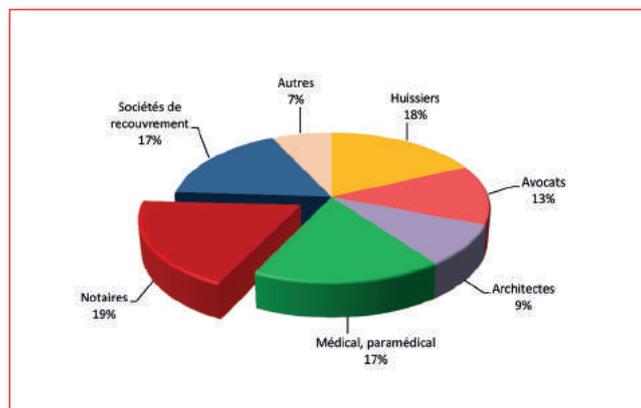
Meubles et cuisine



11) Professions libérales

4 % des sollicitations. Les réclamations relatives à la profession de notaire sont nombreuses cette année (19 %). Il s'agit généralement de difficultés liées aux délais de traitement des dossiers, notamment en matière de successions. Par ailleurs, les frais appliqués paraissent souvent peu transparents aux consommateurs, bien que la règlementation en la matière soit respectée. Les réclamations concernant des interventions de sociétés de recouvrement et d'huissiers de justice cumulées sont également significatives (36 %). On relève parfois l'utilisation de techniques d'intimidation et de pression auprès des débiteurs de la part des sociétés de recouvrement. De plus, ces dernières ajoutent à la dette principale des frais qui, légalement, ne devraient pas être acquittés par le débiteur.

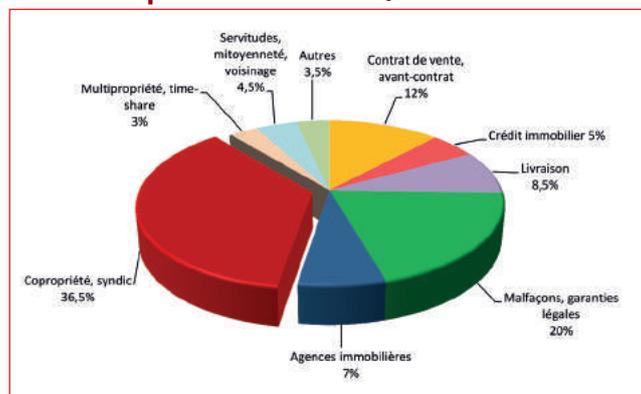
Professions libérales



12) Propriété immobilière, construction

4 % des sollicitations. La majorité des contestations signalées dans ce secteur concerne la gestion des copropriétés par les syndicats (36,5 %). De nombreuses difficultés demeurent, liées aux règles de répartition des charges dans les immeubles en copropriété ou à la gestion. Les copropriétaires se plaignent des retards de prise en compte de leurs demandes (travaux, gestion des conflits entre copropriétaires...), ainsi que des choix qui sont faits (choix des entrepreneurs pour des travaux, remplacement inopportun d'équipements...). Parallèlement, les sollicitations concernant les malfaçons et l'application des garanties légales, dans le domaine de la construction, représentent encore 20 % des réclamations.

Propriété immobilière, construction

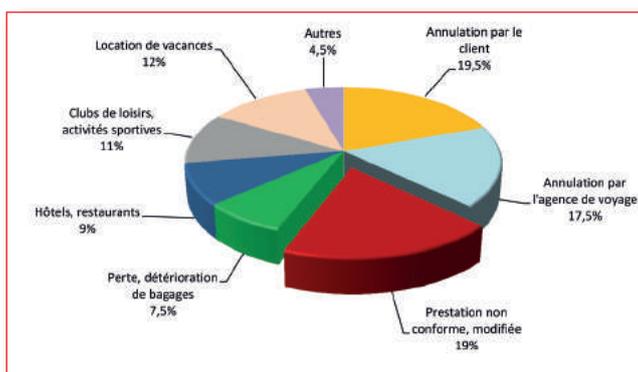


Accueil et soutien juridique

13) Tourisme et loisirs

3,5 % des contacts. Les contestations les plus nombreuses (37 %) sont relatives à l'annulation de voyages organisés. Elles concernent en majorité les coûts d'annulation, les délais de remboursement ou la difficulté à mettre en œuvre l'assurance annulation. La conformité des prestations pose également question (19 % des cas présentés). Certains professionnels ne fournissent pas les prestations prévues (ex. catégorie d'hôtel inférieure à la commande, absence de restauration sur place...). Les locations de vacances représentent 12 % des réclamations, généralement à cause d'une absence d'état des lieux qui entraîne un désaccord en matière de restitution de dépôt de garantie ou d'arrhes.

Tourisme et loisirs



Plaquettes d'information diffusées en 2015

- Régler ses litiges de consommation à l'amiable : mode d'emploi
 - Délais de réflexion et de rétractation : attention, ils n'existent pas dans tous les cas
 - Consommation : les fichiers informatisés de données personnelles
 - Voyage, l'assurance annulation : mode d'emploi
- Il est également possible de retrouver sur notre site Internet toutes les autres plaquettes, diffusées depuis 2013.

Pour contacter le *service juridique*
Tél. 03 88 15 42 42 ou 03 89 33 39 79
Email : service.juridique@cca.asso.fr

Formation, documentation et études

Le service Formation et Documentation est en charge d'activités très diverses, qui s'adressent tout d'abord aux permanents et bénévoles des associations de consommateurs membres, mais aussi à des publics scolaires, en insertion ou de professionnels au gré des partenariats noués avec les acteurs du monde économique local.

Assistance documentaire - actions de formation

Pour remplir sa mission de Centre Technique Régional de la Consommation (CTRC), la Chambre de Consommation d'Alsace s'efforce d'être un véritable outil technique à la disposition des associations de consommateurs ; elle assure cette mission de plusieurs façons, notamment au travers d'une assistance documentaire

de Consommation d'Alsace est animée par notre documentaliste deux à trois fois par semaine en se faisant l'écho notamment des différentes actions menées par les associations de consommateurs...

Dans le domaine de la formation, bénévoles et salariés des associations membres ont été invités à participer à 30 actions en 2015. Organisées dans le cadre de demi-journées ou de journées entières, sous forme de visites de terrain, de conférences didactiques ou encore de formations techniques, elles ont intéressé près de 300 participants, qui ont pu se former ainsi autour de sujets liés au droit de la consommation, à l'alimentation, à la santé, à la consommation responsable et aux médias (voir tableau page 15).



personnalisée et d'actions de formation. En 2015, ce ne sont pas moins de 44 lettres d'information qui ont été adressées aux permanents et bénévoles des associations de consommateurs. Editée en format numérique à un rythme hebdomadaire, elle fait le point sur l'activité consumériste de la semaine écoulée et recense l'ensemble des programmes consommation diffusés par les médias pour la semaine à venir.

La lettre d'information est accompagnée une fois par mois :

de la revue Média qui regroupe les articles de la presse locale traitant des actions du mouvement consommateur alsacien,

et, nouveauté en 2015, d'un bulletin d'actualités juridiques qui brosse l'actualité réglementaire des dernières semaines et développe un thème de façon plus détaillée.

Les associations de consommateurs continuent de bénéficier d'une assistance documentaire à la carte, qui leur permet d'obtenir une réponse personnalisée à leurs sollicitations.

Par ailleurs, la page Facebook de la Chambre

Pour l'insertion professionnelle avec la Région Alsace

Depuis 2010, la Chambre de Consommation d'Alsace est engagée au côté de la Région dans la formation de publics en insertion.

Elle réalise à ce titre des modules de formation, dont l'objectif est de donner aux stagiaires de la formation professionnelle une information théorique et pratique sur des thématiques renvoyant directement à leur quotidien dans les domaines de l'éco-consommation d'une part, des pièges de la consommation d'autre part.

Aux côtés des professionnels Pour un meilleur accueil des consommateurs...

Le Syndicat des Eaux et de l'Assainissement Alsace-Moselle (SDEA) s'est engagé depuis quelques années dans une démarche globale d'amélioration continue de la qualité des services rendus à ses usagers.

Une première opération Client-Mystère réalisée

Formation, documentation et études

Domaine	Intitulé des formations	Nombre d'actions
Droit de la consommation	Comment résoudre vos litiges de consommation ? Les litiges de voisinage Voisinage : connaître les règles pour vivre en bonne intelligence... La responsabilité médicale Décryptage du système contraventionnel Voyager sans difficulté Voyager en toute sérénité Protection juridique des personnes : curatelle, tutelle, etc. Loi Hamon : ce qu'elle modifie pour les consommateurs... Réglementation en matière alimentaire : étiquetage, labels, etc. Consommer sans se faire piéger Les contrats d'assurance : de la souscription à l'indemnisation Internet et nouvelles technologies : connaître l'essentiel... Focus sur les fichiers d'information : FICP, FCC, Preventel...	14
Droit et alimentation	Présentation de l'animation : « Je cuisine et toi ? » Actualités : état des lieux et perspectives La démarche Schweitzer : un modèle d'élevage porcin solidaire et durable	3
Droit et santé	Actualités : état des lieux et perspectives Laboratoires pharmaceutiques : enjeux pour les consommateurs ?	2
Eco-consommation et Consommation responsable	Des éco-gestes pour économiser l'énergie au quotidien Précarité énergétique : comment y remédier ? Rénovation énergétique et pratiques commerciales associées Consommer responsable, oui... mais comment ? Equilibre alimentaire : transmission d'outils pédagogiques Comment décrypter les étiquettes ? Journée Achats responsables Visite d'une exploitation agricole de maïs bio	9
Médias	Les relations du monde associatif avec la presse La communication associative	2
Nombre d'actions de formation à destination des associations en 2015		30

en 2012 avait permis d'identifier les difficultés rencontrées par les usagers dans leurs relations avec l'entreprise et de proposer des pistes d'améliorations. Une seconde enquête a été initiée en 2014 et s'est poursuivie en 2015 afin de vérifier la mise en œuvre effective des nouvelles procédures par les agents du SDEA.

Ainsi, à la demande du SDEA, la Chambre de Consommation d'Alsace a évalué l'accueil téléphonique assuré sur les 7 territoires du SDEA (siège de Schiltigheim, centres de Benfeld, Saverne et Haguenau, antennes de Molsheim, Hochfelden et Roeschwoog) sur 4 thématiques :

- Campagne Changement de compteur ;

- Halte aux fuites ;
- Emménagement / déménagement ;
- Trésorerie.

Dans ce cadre, 64 appels ont été passés entre décembre 2014 et février 2015 sur la base de scénarii et de vrais dossiers d'usagers, fournis par le SDEA.

L'opération a permis de révéler quelques dysfonctionnements persistants ; la Chambre de Consommation d'Alsace, dans un rapport remis en mars 2015, a préconisé diverses solutions pour y remédier.

Formation, documentation et études

... et une meilleure information des consommateurs

Forte de son expertise, la Chambre de Consommation d'Alsace est sollicitée de plus en plus fréquemment par les professionnels pour apporter son concours à l'amélioration de l'information des consommateurs ; cela se concrétise aussi bien par la formation d'agents et salariés que par une aide à l'élaboration de documents contractuels conformes.

En effet, la loi Hamon du 17 mars 2014 a remodelé en profondeur le paysage des relations commerciales : information précontractuelle et contractuelle, garanties, faculté de rétractation, etc., les droits des consommateurs ont été renforcés et les obligations des professionnels alourdies par voie de conséquence.

A destination de tout public...

La Chambre de Consommation d'Alsace organise et réalise bon nombre d'autres actions de formation à destination de publics très divers sur des thématiques tout aussi variées.

- **Auprès de publics adultes** dans les domaines de la consommation responsable, du gaspillage alimentaire ou encore de l'énergie.

L'organisation de journées "Achats responsables" vise à cumuler formation théorique à des achats plus durables et solidaires et rencontres avec des acteurs locaux engagés.

La co-animation d'ateliers de cuisine aux côtés de la Mutualité Française d'Alsace a permis de sensibiliser des étudiants au gaspillage alimentaire et à la lecture des étiquettes.

"La précarité énergétique", "Les éco-gestes" "La rénovation énergétique de son logement" sont quelques exemples de modules animés par les conseillers Info-Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace.

- **Auprès de publics scolaires**, qu'il s'agisse d'enfants d'écoles maternelles sur le thème de la prévention et du tri des déchets, ou d'élèves du primaire et secondaire sur la préservation de l'eau du robinet.

Tous les détails de ces interventions sont expliqués dans les pages 25 à 27 du présent rapport d'activité.



La CCA et la Médiation

Pour répondre aux attentes des consommateurs, professionnels et associations ont tout intérêt à travailler ensemble. C'est pourquoi la CCA développe un dialogue direct avec les représentants du monde économique, social et institutionnel : vendeurs et prestataires de services, institutions publiques, fédérations et associations de professionnels. Une Commission Médiation a ainsi vu le jour au cours de l'année 2012, réunissant la quasi-totalité des corporations artisanales bas-rhinoises. Celle-ci avait pour objectif de mettre en place une cellule de médiation composée de juristes de la CCA et de représentants référents des corporations artisanales. Un seul but pour tous : favoriser la résolution amiable des litiges pouvant surgir entre professionnels et consommateurs. Ce projet a été mis en veille suite à la généralisation de la médiation à tous les secteurs professionnels en 2015.

Pour contacter le service Formation et Documentation

Tél. 03 88 15 42 44

Email : laurence.loegel@cca.asso.fr

Pour contacter la Documentation

Tél. 03 88 15 42 47

Email : virginie.goblet@cca.asso.fr

Les médias consommateurs

Publié depuis 1978 par la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA), *Le Consommateur d'Alsace* est la plus ancienne revue régionale consacrée à de l'information exclusivement consumériste. Les informations sont relayées par son site Internet et par les médias régionaux (quotidiens, télévisions et radios).

Le
Consommateur
d'Alsace



Intervention sur France 3 Alsace de Richard Nicolini, rédacteur en chef de la revue *Le Consommateur d'Alsace* - Foire européenne

Seule revue régionale entièrement dédiée à la consommation, *Le Consommateur d'Alsace* existe depuis plus de 35 ans. Tous les deux mois, une enquête est publiée sous forme de dossier.

Les associations de consommateurs alsaciennes, le public et les médias alsaciens y trouvent toute l'information consumériste dans tous les domaines.

Le contenu de la revue

Tous les deux mois, un comité de rédaction, en présence de la directrice de rédaction, du secrétaire général et du rédacteur en chef, se réunit. Ensemble, ils élaborent le sommaire du numéro à venir.

Le rédacteur en chef propose un dossier principal de huit pages et une série de sujets. Chacune des autres pages est toujours dédiée à une même thématique :

- page 2 : sommaire et éditio
- page 3 : actualité
- pages 4 et 5 : actualité consommation (sous forme de brèves ou de courts articles)
- page 6 : santé
- page 7 : l'invité du mois
- page 8 : courrier des lecteurs
- pages 9 à 16 : dossier
- page 17 : la fiche pratique
- page 18 : la conso expliquée aux enfants
- pages 19 : environnement

- pages 20 et 21 : questions-réponses
- page 22 : associations
- page 23 : médias (calendrier des émissions diffusées sur France 3 Alsace, anciens numéros, page abonnement)
- page 24 : société

Les ventes en kiosque et par abonnement

En 2015, *Le Consommateur d'Alsace* a élaboré six dossiers dont certains n'avaient jamais été montés. En moyenne, nous avons imprimé 6 142 exemplaires par numéro tandis que la moyenne des ventes s'est élevée à 4 565 exemplaires par parution. L'absence de publicité reste encore la règle, ce qui préserve la revue de toute pression "extérieure".



Intervention sur France 3 Alsace de Richard Nicolini, rédacteur en chef de la revue *Le Consommateur d'Alsace*

Les médias consommateurs



Numéro 220
(janvier-février 2015)
Immobilier en Alsace
Achat - Location
Astuces de Professionnels

Le marché de l'immobilier est mal-en-point. Certains diront que c'est le bon moment pour acheter. Mais en période d'incertitude, la décision n'est pas toujours facile à prendre. Le domaine de la location connaît également des soubresauts. Mais ils sont de tout autre nature. Que vous soyez primo-accédant, investisseur ou locataire, vous serez certainement très attentif aux conseils distillés par des professionnels de ce secteur. Dans la profession, c'est le pessimisme qui prévaut. En 2014, selon elle, il devrait se vendre en France environ 70 000 logements, soit quasiment la moitié de ce qui se vendait lorsque la loi Scellier est sortie (2009) ! Autant dire que c'est la douche froide pour un grand nombre de promoteurs.



Et les chiffres de la CEBTP Alsace, Cellule économique du bâtiment et des travaux publics d'Alsace, confirment ce pessimisme. Ainsi, concernant les logements collectifs et les maisons, sur une année glissante (juillet 2013/juillet 2014), on compte 6 711 mises en chantier, ce qui représente un recul de 25 % par rapport à l'année précédente. Sur la maison individuelle, la baisse est de 18 % (2 952 mises en chantier) et sur le logement collectif, la baisse est de 30 % (3 759 mises en chantier). Ce manque d'activité stabilise le niveau des loyers qui, d'une année sur l'autre, n'augmente pas ou peu.



Numéro 221
(mars-avril 2015)
La consommation collaborative

Elle est présente partout. La consommation collaborative ne cesse de gagner du terrain. D'après une récente étude publiée par Mediaprism, 78 % des répondants affirment que leur motivation est surtout financière. L'aspect "idéologique" touche tout de même 43 % d'entre eux. Un grand nombre d'adeptes défendent une certaine idée de consommer tout en appréciant les économies qu'ils peuvent réaliser. Privilégier l'usage sur la propriété, telle est l'ambition des 15 à 20 % de personnes pratiquant la consommation collaborative. Cette nouvelle façon d'appréhender l'achat est un grand bouleversement qui n'a pas fini de faire des vagues. Hébergement, location chez l'habitant, restauration, location de voiture, covoiturage, échange ou prêt d'objets courants, échange de services, groupement d'achats, plate-forme vidéo d'enseignement, finances... cette nouvelle façon de consommer ne cessent de faire des adeptes.

Quand il devient de plus en plus difficile d'acquérir des produits faute de moyens, l'utilisation d'un bien prend le pas sur sa possession. Autrement dit, les contraintes budgétaires sont souvent le point d'entrée dans le "collaboratif". Dernier avatar que les associations de consommateurs commencent à voir se profiler, c'est la disparition du binôme "consommateur-professionnel". Ce qui n'est pas sans poser de problème d'un point de vue juridique lorsqu'un litige voit le jour entre deux "particuliers". Car les textes réglementaires sont écrits pour une économie classique mettant en relation un professionnel (commerçant, entreprise) et un consommateur !



Numéro 222
(mai-juin 2015)
Fraudes et abus à la santé

Cela fait plusieurs années que l'Assurance-maladie fait la traque aux fraudes et aux abus. Avec l'avènement des nouvelles technologies, ses moyens d'investigation ont considérablement augmenté. Mais qui est concerné ? En fait, tous les acteurs du système, des professionnels de santé du secteur privé, mais aussi les assurés sociaux. En 2014, le total des abus et fraudes à l'Assurance-maladie pour l'Alsace est de 3,9 millions d'euros. Contrairement à une idée reçue, l'augmentation d'année en année du montant des fraudes et des abus détectés par l'Assurance-maladie n'est pas liée à un accroissement des comportements frauduleux ou abusifs. Selon la Caisse primaire d'assurance-maladie (CPAM), il s'agit plutôt de

l'intensification de la lutte contre les agissements illicites. Ce message vise à ne stigmatiser ni les patients, ni les professionnels de santé. Car pour l'organisme payeur, la raison est ailleurs. En effet, aujourd'hui, les moyens techniques et humains permettent d'accroître le nombre de contrôles et surtout, de mieux les cibler. Médecins généralistes, médecins spécialistes, chirurgiens-dentistes, masseurs kiné, infirmiers, transporteurs, fournisseurs, établissements publics et privés, employeurs, assurés..., tous les domaines et tous les "publics" sont concernés. Alors que nous vivons une période où il est demandé à tout le monde de faire des efforts, il est indispensable de lutter contre ceux qui trichent et qui, in fine, nuisent à la collectivité toute entière.

Les médias consomméristes



Comme nous le faisons chaque année, nous publions notre numéro d'été consacré aux fermes-auberges ayant reçu un agrément, soit de l'Association des fermes-auberges du Haut-Rhin pour les établissements haut-rhinois, soit de l'association des Gîtes France

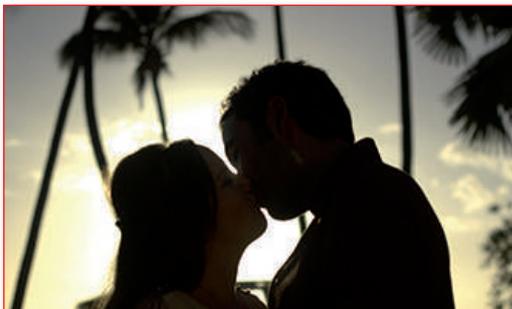
pour ceux du Bas-Rhin. A côté de cette liste, nous avons décidé de nous arrêter sur des activités que l'on peut pratiquer à proximité de ces fermes-auberges. Ainsi, nous vous proposons de faire quelques excursions dans quelques-uns des parcs alsaciens, des balades et promenades à travers la visite de parcs. Autre proposition, la Route des châteaux et cités fortifiées d'Alsace qui réunit 12 des sites les plus emblématiques de la région. Leurs visites sont l'occasion de belles balades dans l'univers mystérieux du Moyen Age. A chaque activité, une ou plusieurs fermes-auberges à proximité sont proposées avec la distance et le temps de parcours, en voiture ou à pied.

Aujourd'hui, le consommateur est face à un vaste choix lorsqu'il décide de s'approvisionner. Grande distribution, coopérative d'agriculteurs, réseaux alternatifs..., sa décision n'est pas anodine. Car chacun de ces modes de distribution répond à des pratiques commerciales qui lui sont propres. Le consommateur, avec son porte-monnaie, joue donc un rôle essentiel.

Toutes les études montrent qu'aujourd'hui, il y a de plus en plus de diversité dans la manière de s'approvisionner. Même si la grande distribution reste encore largement en tête, des modes alternatifs commencent à émerger et les clients exclusifs sur une enseigne sont moins nombreux. Lorsqu'on s'arrête sur les pratiques des uns et des autres, on note les différences. A côté de cela, les dernières crises sanitaires montrent que la pression du marché a, en quelque sorte, perverti le

système. Même si les grandes enseignes assurent qu'elles ont de véritables exigences en matière de sécurité sanitaire, l'argument, pour recevable qu'il soit, n'est pas suffisant. Pour preuve, les nombreuses enquêtes réalisées par les associations de consommateurs montrent qu'un certain nombre de produits, même s'ils ne présentent pas, c'est vrai, de risques sanitaires, sont de piètre qualité et, malheureusement, réservés à la clientèle la moins fortunée. Le consommateur, à condition qu'il ait une bonne paire de lunettes ou une excellente vue, peut juger de lui-même en s'arrêtant un instant sur les étiquettes des aliments qu'il achète... pour une grande partie, dans les grandes enseignes. Ce dossier montre qu'une nouvelle génération de professionnels est en train de tout bouleverser, à la fois dans la production, mais aussi dans la façon dont s'organise la distribution.

Malgré la croissance considérable du nombre d'utilisateurs, 5,8 millions de personnes en France, le chiffre d'affaires du secteur des sites de rencontre semble stagner. De 121,8 millions en 2013, il était (tout de même) de 121,5 millions d'euros en 2014. Est-ce à cause d'une certaine déception de la part de ceux qui ont eu affaire à ces sites ? La réponse n'est pas évidente. Car, comme n'importe quel marché, les déconvenues existent. Mais



dans le domaine de la rencontre, les tabous sont encore nombreux et plus que jamais, la confidentialité est de mise. Ce qui peut compliquer fortement la résolution de litiges. En outre, il faut savoir que ces sites possèdent des données très personnelles. Enquête, témoignages et conseils pour ne pas tomber dans les nombreux pièges de ce marché, c'est le sommaire de ce numéro de fin d'année.



Numéro 223
(juillet-août 2014)
Spécial fermes-auberges



Numéro 224
(septembre-octobre 2015)
*Réseau de distribution alimentaire
Secrets d'arrière-boutique*



Numéro 225
(novembre-décembre 2015)
Les dessous des sites de rencontre

Les médias consuméristes



Le mot de la Directrice de publication

En tant que présidente de la *Chambre de Consommation d'Alsace* (CCA), Marie-José Fignier est également directrice de la publication de la revue *Le Consommateur d'Alsace*.

Elle anime l'équipe chargée de l'information depuis 2008. « **Même si la presse connaît des difficultés depuis plusieurs années déjà, explique Marie-José Fignier, et malgré les difficultés liées aux ventes "physiques", nous constatons qu'il existe un lectorat qui aime encore avoir du papier en main ! De même, notre collaboration avec les deux quotidiens régionaux, à travers deux rubriques hebdomadaires, connaissent un réel succès.** »

Le Consommateur d'Alsace, c'est aussi un certain savoir-faire et un média qui analyse. Tous les vendredis, une "Tribune" est publiée dans les colonnes du journal *L'Alsace*. « **Le fait que nous puissions, à partir d'une information, apporter une analyse est très important,** continue Marie-José Fignier. **Cela montre, à travers la plume de notre rédacteur en chef, qu'en dehors d'une information factuelle, on peut avoir un parti-prix.** » Enfin, le journal continue d'intervenir, en direct, tous les lundis matin, sur l'antenne de *France 3 Alsace*. Un sujet est traité et une information à destination du public est donnée afin de l'aider dans la résolution d'un problème.

LES VENTES EN 2015

Comme l'ensemble de la presse écrite, *Le Consommateur d'Alsace* subit la crise de la presse écrite.

En 2015, la *Chambre de Consommation d'Alsace* a vendu 27 388 exemplaires de son magazine régional. Il faut noter qu'en 2015, le volume de ventes en kiosque a augmenté. Concernant les abonnements, ils ont légèrement diminué. L'une des causes est liée à la CPAM qui a réduit le nombre de ses abonnements de 50 %, passant de 400 à 200 exemplaires.

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

ALSACE

Le Consommateur d'Alsace et le quotidien L'Alsace

Cela fait huit ans que le quotidien *L'Alsace* publie deux fois par semaine (le mardi et le vendredi) de l'information consumériste. Depuis le mois de septembre, le vendredi est consacré à une Tribune dans laquelle un sujet de société, touchant à la consommation, est traité. Ces publications sont reprises sur le site Internet du quotidien.

DNA

DERNIÈRES NOUVELLES D'ALSACE

Le Consommateur d'Alsace et le quotidien les Dernières nouvelles d'Alsace (DNA)

Cela fait un an que tous les mardis, dans le cahier "région", un sujet consommation est "livré" par *Le Consommateur d'Alsace* aux DNA. L'information est également reprise sur le site Internet des DNA.

Pour contacter *Le Consommateur d'Alsace*

Abonnement : Nathalie Schott

Tél : 03 88 24 96 10

Email : abonnement@cca.asso.fr

Rédaction : Richard Nicolini

03 88 24 96 11

Email : journal@cca.asso.fr

Fax 03 88 24 96 14

LA TRIBUNE DU CONSOMMATEUR

Assurance-vie : des milliards qui reposent en paix !

Par Richard Nicolini, rédacteur en chef - *Le Consommateur d'Alsace* -

Aujourd'hui encore, plusieurs milliards d'euros placés dans les assurances-vie restent chaque année dans les caisses des assureurs. Pourquoi ? Parce qu'ils ne sont pas réclamés par les bénéficiaires, pas toujours tenus au courant que leur nom figure sur un contrat d'assurance-vie... Et aussi parce que les assureurs (via les banques) se gardent bien de les prévenir ! Ainsi, selon la Cour des comptes, les caisses des assureurs renfermeraient près de 3 milliards d'euros indûment détenu. Pourtant, les choses commencent à changer : trois compagnies d'assurance ont été sanctionnées lourdement en 2014 par l'ACPR (Autorité de contrôle prudentiel et de résolution) pour ne pas avoir effectué de recherches suffisantes permettant d'identifier les bénéficiaires de contrats d'assurance-vie non réclamés, alors que la loi les y contraint.



Un véritable trésor de quarte entre les mains des assureurs. 04

bénéficiaires de contrats d'assurance-vie non réclamés a été promulguée. Les assureurs ont désormais l'obligation de consulter chaque année le registre d'identification des personnes physiques (RNIPP) afin de vérifier si leurs assurés sont décédés ou non. Et depuis le 1^{er} janvier 2015, les assurés peuvent s'adresser à l'Administration fiscale afin d'obtenir les coordonnées d'un bénéficiaire. De leur côté, les notaires, sur mandat d'un éventuel bénéficiaire, doivent com-

Les médias consommateurs



Depuis de nombreuses années, le dimanche entre 18h55 et 19h00, quelques minutes avant le journal régional de France 3 Alsace, les Alsaciens peuvent suivre un sujet élaboré par les associations régionales de consommateurs.

Le "Flash Conso", c'est un 90 secondes d'information consumériste lié à l'actualité du moment, avec un format reportage similaire à ce que l'on peut voir lors d'un journal télévisé. Une voix off expose la thématique du jour. Un membre de l'association de consommateurs, ou un salarié de la *Chambre de Consommation d'Alsace (CCA)*, est interviewé et apporte une solution ou un éclairage.

Un effort de "vulgarisation"

En 2015, la *commission Télévision* s'est réunie très régulièrement. Les participants, issus des associations membres de la CCA, proposent des sujets à traiter et à diffuser lors de cette "fenêtre" consacrée à la consommation.

Lors de cette réunion, on évoque tout d'abord les "retours des téléspectateurs", suite à la diffusion sur *France 3 Alsace*.

Ensuite, les sujets approuvés lors de la précédente *commission* sont tournés. Avant d'être diffusés, ils sont visionnés et s'il le faut, des modifications sont apportées.

Lors de ces réunions, un réalisateur, journaliste très impliqué dans le consumérisme depuis plus de 15 ans, est présent. Il peut répondre aux questions des membres et apporter l'éclairage d'un professionnel de l'image.

16 émissions réalisées en 2015

En 2015, 16 émissions ont été réalisées. Les membres de la *commission Télévision* sont toujours attentifs à l'actualité du moment. Lorsqu'un problème se fait jour, ils sont toujours prêts à proposer un sujet, même en urgence.

En 2015, le nombre de diffusions et de rediffusions s'est élevé à 52 pour l'ensemble de l'année. Etant donné l'heure de diffusion, les *Flash conso* ont une bonne audience. Selon la chaîne, la moyenne des téléspectateurs devant leur télévision est de 18 % (chiffre janvier-juin 2015).

Le *Flash conso* est un rendez-vous très apprécié par les Alsaciens. Pour les associations de consommateurs alsaciennes, il constitue un lien fort pour les consommateurs qui peuvent compter sur elles pour les aider.

Lorsqu'ils doivent traiter d'un sujet lié au consumérisme, tous les médias régionaux contactent Le Consommateur d'Alsace.

C'est notamment le cas de France 3 Alsace, Alsace 20, France Bleu Alsace, Les Dernières Nouvelles d'Alsace, L'Alsace et Rue89.com...



Facebook, Youtube, La Chambre de Consommation d'Alsace est aussi sur les réseaux sociaux !



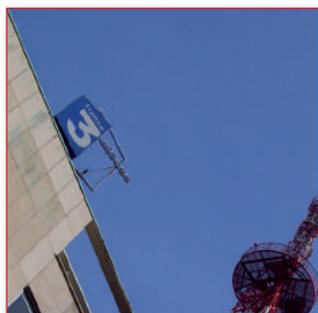
* source France 3 Alsace (chiffre janvier-juin 2015)

Les médias consuméristes

16 émissions ont été produites entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2015

- | | |
|--|-------------|
| 1. Immobilier en Alsace, astuces de professionnels | - CCA |
| 2. Voyager malin | - ASTUS |
| 3. Funérailles : le choix de la crémation | - FAVEC 68 |
| 4. Elle arrive en Alsace, la consommation collaborative | - CCA |
| 5. Démarchage téléphonique... lutter contre les abus | - CDAFAL 68 |
| 6. Les couches lavables | - COLECOSOL |
| 7. Les résultats 2014 en Alsace... Abus et fraudes à la santé | - CCA |
| 8. Consultation publique sur l'eau | - AGF 67 |
| 9. Spécial Fermes-auberges 2015 | - CCA |
| 10. Les frais d'agence immobilière | - CNL 67 |
| 11. Réseaux de distribution et Alimentation : Secrets d'arrière-boutique | - CCA |
| 12. Témoins de ligne | - ASTUS |
| 13. Suppression de la collation matinale | - URAF |
| 14. Les dessous des sites de rencontre | - CCA |
| 15. Relation des familles avec leur banque | - UDAF 67 |

Le Flash Conso, tous les dimanches soir



Entre 18h55 et 19h00, un spot réalisé par la *Chambre de Consommation d'Alsace (CCA)* est diffusé le dimanche soir sur *France 3 Alsace*.

Le sujet est issu d'une proposition de l'une des associations de consommateurs alsaciennes, membres de la *CCA*. Chaque sujet diffusé est, en amont, voté lors des *commissions Télévision* qui se tiennent au moins une fois par mois dans les locaux de la *CCA*.

Chaque *Flash Conso* dure 90 secondes. Il traite d'un thème en lien avec l'actualité consumériste du moment.

A la fin de la diffusion apparaît les coordonnées de l'association à l'origine du sujet. Les téléspectateurs ont ainsi la possibilité de prendre contact avec elle pour, par exemple, avoir un complément d'information.

Si l'association en fait la demande, le service juridique de la *CCA* peut également prendre le relais.



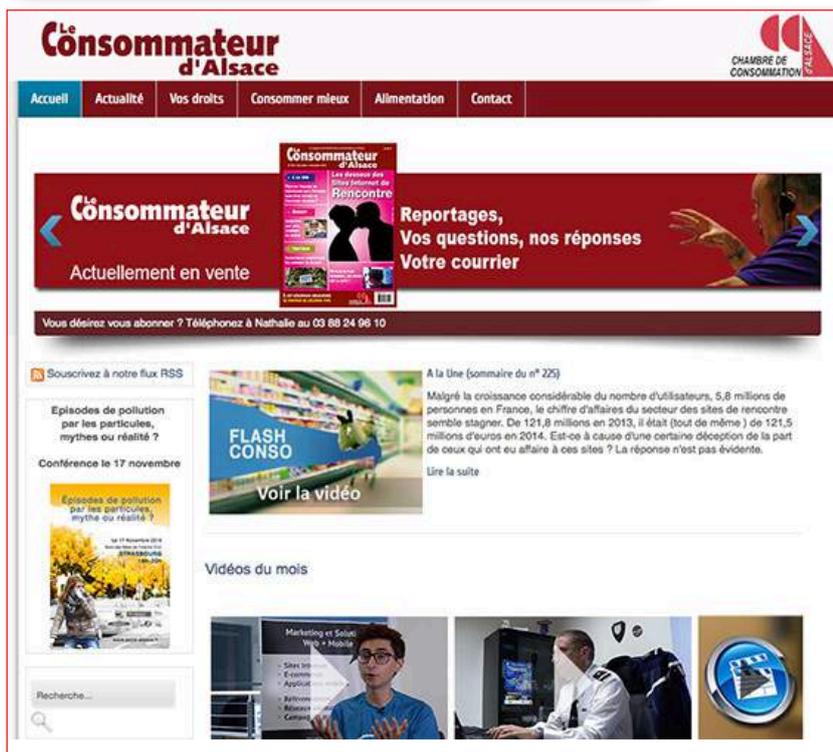
Les médias consommateurs

LE SITE INTERNET DE LA CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE POSSÈDE L'AGRÈMENT OFFICIAISANT SON RÉFÈRENCIEMENT DANS LA LISTE DES JOURNAUX EN LIGNE.

C'est en 2013 que la *Chambre de Consommation d'Alsace* (CCA) s'est dotée d'un véritable journal en ligne.

On peut y lire des articles, y visionner des vidéos et télécharger des documents (pdf). Tous ces supports enrichissent le contenu rédactionnel de la revue *Le Consommateur d'Alsace* puisqu'à l'intérieur des articles de celui-ci, bon nombre de références renvoient le lecteur au site *Internet*.

Un contenu riche et varié



Trois fois par semaine, le lundi, mardi et jeudi, des mises à jours sont faites. Si l'actualité l'exige, d'autres publications peuvent s'ajouter.

Des vidéos sont également proposées. Elles complètent le dossier publié dans *Le Consommateur d'Alsace*. Avant même qu'ils soient diffusés par France 3 Alsace, les *Flash conso* sont également disponibles.

Le service juridique de la CCA publie tous les mois une fiche juridique qui est en téléchargement libre.

De nombreux liens vers d'autres sites sont également proposés aux internautes. Notre site *Internet* leur permet d'avoir une actualité consumériste très complète.

Une page présentant la CCA est également consultable. Les rapports d'activité sont téléchargeables et les coordonnées de toute l'équipe travaillant au sein de la CCA sont à la disposition du public.

Toutes les associations de consommateurs alsaciennes membres de la CCA sont présentées. Un lien *Internet* permet d'aller directement sur leur site.

On parle aussi de consommation sur France Bleu Alsace



Les juristes et les conseillers de l'Espace Info Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA) participent régulièrement à des émissions en direct diffusées sur *France Bleu Alsace*. Depuis plus de dix ans, ces "consultations", qui se tiennent le lundi matin entre 8h55 et 9h30, permettent aux auditeurs de poser des questions à l'antenne. Les intervenants répondent au pied levé !

Si la question nécessite des recherches, le consommateur est invité à se rendre

dans les locaux de la CCA. Ces interventions sont très appréciées par les auditeurs de *France Bleu Alsace*.

La radio est un média direct et de l'instant.



Alimentation et santé

Les commissions Alimentation et Santé restent des lieux incontournables d'échange et de concertation des associations de consommateurs sur ces 2 thématiques aujourd'hui indissociables. Réunies à 5 reprises en 2015, elles ont été l'occasion de faire le point sur l'actualité, d'organiser des temps de formation et de rencontrer des acteurs locaux.

Clarification de l'information et veille de l'actualité

L'année 2015 n'a pas échappé à son lot d'entrée en vigueur de nouvelles réglementations dans le domaine de l'alimentation. Toujours soucieuse de clarifier l'information, tout d'abord à l'égard des associations membres, puis à destination des consommateurs, la commission Alimentation a eu à cœur d'apporter les éclairages nécessaires sur les sujets d'actualité.

Tout d'abord, la commission Alimentation a assisté à un atelier « Je cuisine et toi », dont l'objectif est de faire évoluer les pratiques de l'alimentation chez les étudiants. Ainsi, au travers de recettes simples préparées dans les cuisines des restaurants universitaires notamment, les jeunes sont incités à aborder la nourriture de façon globale : apports nutritionnels, techniques culinaires, budget, environnement, consommation responsable, etc. Une sensibilisation non négligeable au gaspillage alimentaire et à la lecture des étiquettes est réalisée à cette occasion. Ensuite, un temps de formation approfondi a permis de brosser l'actualité législative et réglementaire, très riche en cette année 2015. Ont été abordés à cette occasion :

- les OGM avec la directive 2015/412 du 11 mars 2015 ;
- le "Fait Maison", entré en vigueur le 1er janvier 2015, avec une évolution du dispositif pour les restaurateurs ;
- l'étiquetage des viandes avec l'entrée en vigueur du règlement européen n° 1337/2013 et l'obligation d'indiquer l'origine des animaux à compter du 1er avril 2015 ;
- l'étiquetage des poissons suite à l'entrée en vigueur le 13 décembre 2014 de la Réforme Commune de la Pêche.

Enfin, la commission Alimentation s'est aérée au cours d'une journée de visite à l'élevage porcin de Thierry Schweitzer à Schleithal ; la Chambre de Consommation d'Alsace avait apporté son concours à l'éleveur à la fin des années 90 pour l'élaboration de son cahier des charges, à la fois innovant et responsable. Cette rencontre a été l'occasion de faire le point sur la démarche Schweitzer d'élevage sur paille.

Et tout comme les années précédentes, la commission Alimentation a contribué à la diffusion de l'information aux consommateurs, d'une part, en participant à la rédaction des articles 'Les additifs alimentaires' et 'Poissons :

plus d'informations sur les étiquettes' pour Le Consommateur d'Alsace, d'autre part en éditant sur le site Internet de la CCA une fiche sur le sel.

La commission Santé ne s'est réunie qu'une seule fois en 2015, le 24 juin. On y a évoqué différents sujets d'actualité, comme le vieillissement de la population médicale et la baisse du nombre de médecins généralistes, les récents développements de la «e-santé» (Bracelet Google, nouvelles applications pour smartphones,...) ou l'appel à projets Démocratie sanitaire 2015 de l'Agence Régionale de Santé.



Eco-consommation et énergie

Consommer en veillant à respecter notre budget, notre santé, mais également notre contexte économique, social, et environnemental, c'est très bien en théorie... mais comment résoudre ce casse-tête dans la vraie vie ? Tout au long de l'année, nous avons veillé à trouver des solutions réellement adaptées aux besoins et aux aspirations des consommateurs en Alsace.

Acheter mieux

En 2015, l'équipe de la CCA a renforcé les actions visant à permettre à chacune et à chacun de construire sa consommation au plus près de ses besoins réels et de ses convictions !

Le site Internet de référence pour des achats responsables en Alsace www.ZIGetZAG.info et sa page Facebook ont été actualisés de manière continue. Cette dynamique permanente a pu être maintenue grâce à l'implication de notre équipe et aux partenariats étroits développés avec plus de 130 producteurs et 10 réseaux professionnels engagés



Pour des achats responsables en Alsace

en matière d'économie sociale et solidaire, de commerce équitable et du meilleur respect de l'environnement en Alsace.

De nombreuses actions de terrain

Notre site Internet est un moyen d'information d'autant plus efficace que son contenu et sa notoriété sont développés grâce à de nombreuses rencontres et interactions sur le terrain.

L'année 2015 nous a permis de réaliser 35 journées d'interventions à travers l'ensemble de notre région, destinées aux acheteurs particuliers, mais également aux professionnels en charge des approvisionnements pour les collectivités ou les entreprises sur nos territoires. Visites de nombreux lieux de production tels que l'Esat d'Harthouse, le groupe Ocito, le Relais Est, les Sheds, les Jardins de la Montagne Verte... mais également des animations pour les salariés de la Banque Postale ou lors du rassemblement de scouts You're Up, des formations de jeunes volontaires Unis-cité, et bien entendu des stands sur différentes manifestations territoriales comme le Salon de la Consommation Responsable de Saverne, le salon BiObernai, le festival

Actions Eco-consommation 2015 (chiffres clé)

- 217 interventions publiques réalisées
- 127 interventions en milieu scolaire
- 90 interventions destinées aux jeunes et aux adultes
- 11 458 utilisateurs directs de notre site ZIGetZAG.info pour des achats responsables en Alsace



Alternatiba Mulhouse ou le Forum DD à Strasbourg. Par notre présence active, nous avons mobilisé tous les publics autour des achats responsables.

Jeter moins

La situation de la production de déchets ménagers par les particuliers en Alsace est moins dramatique qu'il y a 30 ans. Il reste néanmoins encore beaucoup à faire. C'est pourquoi la Chambre de Consommation d'Alsace s'est impliquée dans différents plans locaux de réductions des déchets, tout en poursuivant notre appui aux particuliers, afin qu'ils puissent maîtriser l'impact sanitaire, financier et environnemental de leurs déchets. Les déchets que nous produisons nous coûtent, et si nous n'y prêtons pas attention, la facture grimpe très vite. Sur la base de ce



Eco-consommation et Energie

constat, nous avons développé tout au long de l'année des solutions pratiques adaptées à chacun, pour réduire la quantité, le coût et la toxicité de nos déchets.

Ainsi, nous avons renforcé nos interventions sur le terrain auprès de groupes scolaires : notre animation "Hop'la Feuille" est destinée aux enfants d'écoles maternelles de l'agglomération colmarienne. Au total, plus de 2 125 élèves de 85 classes ont été ainsi sensibilisés de manière ludique au tri et à la réduction des déchets. De nombreuses autres animations ou interventions sur mesure ont été réalisées à travers l'Alsace tout au long de l'année.

Anti gaspi

Afin de permettre à chacun d'agir à son niveau, la Chambre de Consommation d'Alsace - en partenariat avec l'association Épices et la Mutualité Française Alsace - a mis sur pied un plan d'actions concertées autour de la réduction du gaspillage alimentaire. Appuyé par l'Ademe, la DRAAF et les deux Conseils Départementaux, ce plan d'actions a donné lieu à une série d'ateliers pratiques et d'interventions auprès du grand public à travers l'Alsace. Enfants, étudiants, parents, particuliers et professionnels ont initié une mobilisation contre le triple



scandale éthique, environnemental et financier que constitue le gaspillage alimentaire. Cette mobilisation donnera lieu en 2016 à des actions réalisées par des groupes de citoyens de tous les âges, dans le but de trouver des solutions adaptées à chacune et chacun d'entre nous.

Pour une eau de qualité accessible à tous

En 2015, les associations de consommateurs en Alsace ont diffusé des outils d'information accessibles à tous, pour une meilleure connaissance des problématiques liées à l'eau. Un



partenariat étroit avec le Syndicat de l'Eau et de l'Assainissement Alsace Moselle (SDEA) a permis de d'informer et d'éduquer différents publics : des enfants de 7 à 11 ans, des jeunes de 12 à 25 ans et des adultes, selon des formats adaptés à chacun.

Grâce à l'implication de nos membres et de notre équipe de salariés, l'information a continué à circuler dans le cadre d'interventions auprès de 22 classes, 12 clubs sportifs et 8 manifestations destinées au grand public à travers toute l'Alsace.

L'appui à une meilleure gestion de notre ressource vitale est un combat permanent des associations de consommateurs : facture, qualité, traitement, réduction des pollutions, défense des usagers... S'il est juste que chacun paye pour un service rendu (gestion, distribution et assainissement), chacun est en droit d'obtenir un service de qualité, et de connaître les moyens dont il dispose pour maîtriser les coûts collectifs d'une eau accessible et saine à court, moyen et long termes.

Consultation publique

Afin que chacun puisse exprimer son avis quant aux priorités à mettre en œuvre pour une meilleure gestion de l'eau, les associations alsaciennes de consommateurs ont largement relayé la consultation du public initiée par l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse. Cette mobilisation a permis de recueillir directement les avis de 727 personnes tout en assurant un relais important à travers les médias locaux et régionaux.

Pour contacter le Service Eco-consommation

Tél. 03 88 15 42 45

Email : fritz.fernandez@cca.asso.fr

La CCSPL du SDEA Alsace Moselle

Les associations de consommateurs membres de la CCA siègent à la Commission Consultative des Services Publics Locaux (CCSPL) du Syndicat des Eaux et de l'Assainissement (SDEA) Alsace Moselle, avec les représentants de l'ensemble des catégories d'usagers. Six représentants des consommateurs membres de la CCA donnent ainsi leur avis sur les mesures mises en place par les services du SDEA pour améliorer la qualité du service offert aux usagers, qu'il s'agisse de rendre plus lisible la facture d'eau ou d'améliorer l'accompagnement des consommateurs.

L'Espace Info Energie de la CCA

Depuis 2001, la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA) assure, en partenariat avec l'ADEME Alsace et le programme Energivie de la Région, une mission d'Espace Info Energie (EIE). Cette mission repose sur deux postes : une conseillère EIE généraliste, et, depuis 2010, un conseiller spécialisé dans la résolution de litiges entre particuliers et professionnels.

Dans le cadre de ses permanences régulières, l'Espace Info Energie de la CCA a reçu 1 029 demandes en 2015. A ces 1 029 demandes s'ajoutent 1 243 personnes directement sensibilisées lors de foires, salons ou interventions. Cela porte à **2 272 le nombre de personnes directement touchées par les conseillers EIE de la CCA en 2015.**

Les conseillers Espace Info Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace ont participé à de nombreux salons - Foire Européenne, Habitat, Bio & Construction saine, Alternatiba - ou organisé des temps de formation spécifiques pour des salariés d'entreprises, des associations, des jeunes. La Fête de l'Energie, cette année a pris une grande ampleur avec l'organisation en octobre d'un Village de l'Energie, en plein cœur de Strasbourg, rassemblant des stands pratiques où l'on pouvait fabriquer du torchis, où les enfants pouvaient construire des maisons en lego, où l'on pouvait découvrir les missions des EIE alsaciens. A la fin de l'année, les conseillers EIE ont renouvelé l'accompagnement des « Familles à énergie positive » sur le territoire de l'Eurométropole de Strasbourg. Ce défi annuel est relevé par des volontaires réunis en équipes accompagnées par leur



capitaine, qui font le pari de réduire d'au moins 8% leurs consommations d'énergie et d'eau, particulièrement durant l'hiver... simplement en appliquant des éco-gestes !

Pour contacter l'Espace Info Energie
Tél. 03 88 24 96 12 ou 03 88 24 96 13
Email : chloe.letemplier@cca.asso.fr
gilles.didier@cca.asso.fr

Gouvernance et administration

Au 31 décembre 2015, la CCA, association de droit local, compte 21 adhérents. Il s'agit d'associations de consommateurs de la région Alsace.

Les associations membres

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

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

Le troisième collège est celui des *Membres Qualifiés*, choisis pour leurs compétences en matière de consommation.

Le collège des mouvements de consommateurs

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

Le collège des membres associés

	- ASTUS	Association des Usagers des Transports Urbains de l'Agglo. Strasbourg	
	- COLECOSOL	Collectif pour une Economie Solidaire - Alsace	
	- CRESUS Alsace	Chambre Régionale du Surendettement Social	
	- FAVEC 68	Fédération des Associations de Conjointes Survivants et parents d'Orphelins	
	- ORGECO Bas-Rhin	Organisation Générale des Consommateurs	
	- URAVEC Alsace-Lorraine	Union Régionale des Associations de conjoints Survivants	

Le collège des membres qualifiés

Il est actuellement composé de 20 personnes, choisies pour leurs compétences en matière de consommation et leur connaissance du mouvement consommateur.

Gouvernance et administration

Les administrateurs et les membres qualifiés de la Chambre de Consommation d'Alsace en 2015

Bureau

Michel BERNAULT	Assesseur	ASTUS
Daniel DIETRICH	Assesseur	FR ORGECO Alsace
Marie-José FIGNIER	Présidente	UFCS-FR 67-68
Laurence GRANDJEAN	Trésorière	ORGECO 67
Raymond HAEFFNER	Vice-Président	CNL 67
Isabelle KLEM	Assesseur	CDAFAL 68
Marguerite KOCH	Assesseur	AGF 67
Christiane KOBEL	Secrétaire	CRAFAL Alsace
Bénédicte MARILLER	Vice-Présidente	UFCS-FR 67-68
Yves RENOUX	Assesseur	AGF 68
Fernand THUET	Assesseur	URAF ALSACE
Jean-Jacques TOUCHARD	Assesseur	AFOC Bas-Rhin
Marie-Josée VOLKRINGER	Assesseur	UDCSF 67

Conseil d'administration

Michel BERNAULT	ASTUS
Claude BROBECKER	CDAFAL 68
Marie-José CAILLER	URAF Alsace
Daniel DIETRICH	FR ORGECO Alsace
Marie-José FIGNIER	UFCS-FR 67 68
François GIORDANI	FNAUT Alsace
Bernard GLAENTZIN	URAVEC Alsace-Lorraine
Laurence GRANDJEAN	ORGECO 67
Raymond HAEFFNER	CNL 67
Christiane HEINZ	AFOC Bas-Rhin
André KARPOFF	AGF 68
Isabelle KLEM	CDAFAL 68
Christiane KOBEL	CRAFAL Alsace
Marguerite KOCH	AGF 67
Bénédicte MARILLER	UFCS-FR 67 68
Marie-Rose MARZOLF	FAMILLES RURALE ALSACE
Bayla MELLAH	UDCSF 67
François MONTARLIER	FR ORGECO ALSACE
Denise MULLER	FAVEC 68
Patrice PAUL	FNAUT ALSACE
Yves POULIQUEN	CNL 67
Yves RENOUX	AGF 68
Fernand THUET	URAF ALSACE
Jean-Jacques TOUCHARD	AFOC Bas-Rhin
Marie-Josée VOLKRINGER	UDCSF 67
Isabelle VOLOCHINOFF	CNL 68

Membres qualifiés

Résie BRUYERE	Marguerite KOCH
Annie CHARDON	Françoise MAIER
Martine EHRET	Louis MEYER
Léonard FURST	Michel OBERON
Myrose GRAND	Annie PIERRE
Anne-Julie GRIMM	Simone ROHE
Geneviève HARTLAND	Christiane VELINOT
Marie IGOT	Emmanuelle VIERLING-KOVAR
Fernand KACHELHOFFER	Elisabeth VIERLING
Thomas KIPP	Jo WEBER

... et l'équipe salariée

Vincent DORFNER : Secrétaire général
Nathalie SCHOTT : Assistante de gestion

Laurence LOËGEL : Responsable du Service Formation Documentation
Virginie GOBLET : Chargée de mission

Richard NICOLINI : Responsable du Service Media
Nathalie SCHOTT : Abonnements

Fritz FERNANDEZ : Responsable du Service Eco-Consommation
Myriam VEBER : Chargée de mission Animations
Giovanna LACRIOLA : congé parental

Marie-Line WAECHTER : Responsable du Service Juridique
Jean-Jacques BAUD : Juriste

Chloé LETEMPLIER : Conseillère généraliste Espace Info Energie
Gilles DIDIER : Conseiller juridique Espace Info Energie

Un grand merci à Zaira Appacheva, élève avocate, qui a accompagné l'équipe de juillet à décembre 2015

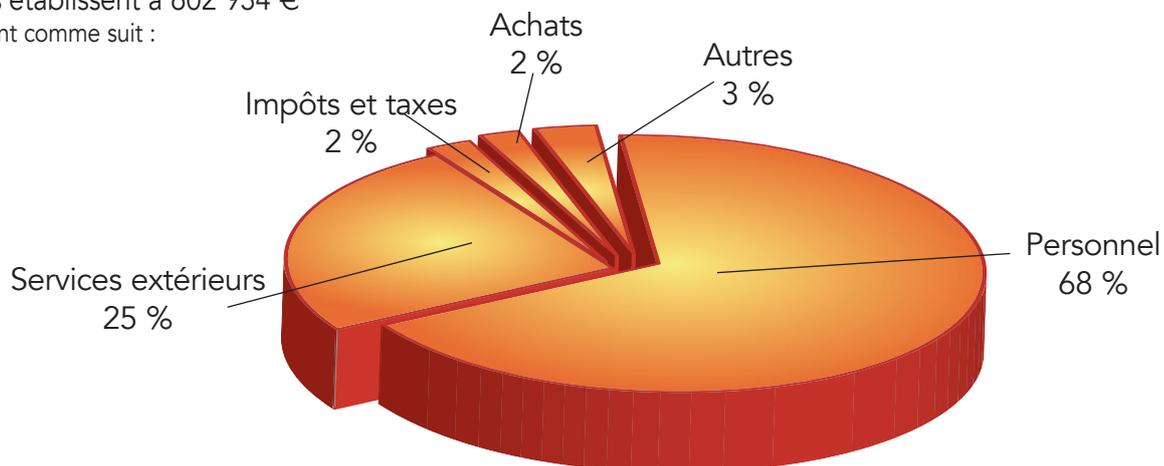
Le budget de la CCA

Le Compte de résultat

Le compte de résultat 2015 fait apparaître les données suivantes :

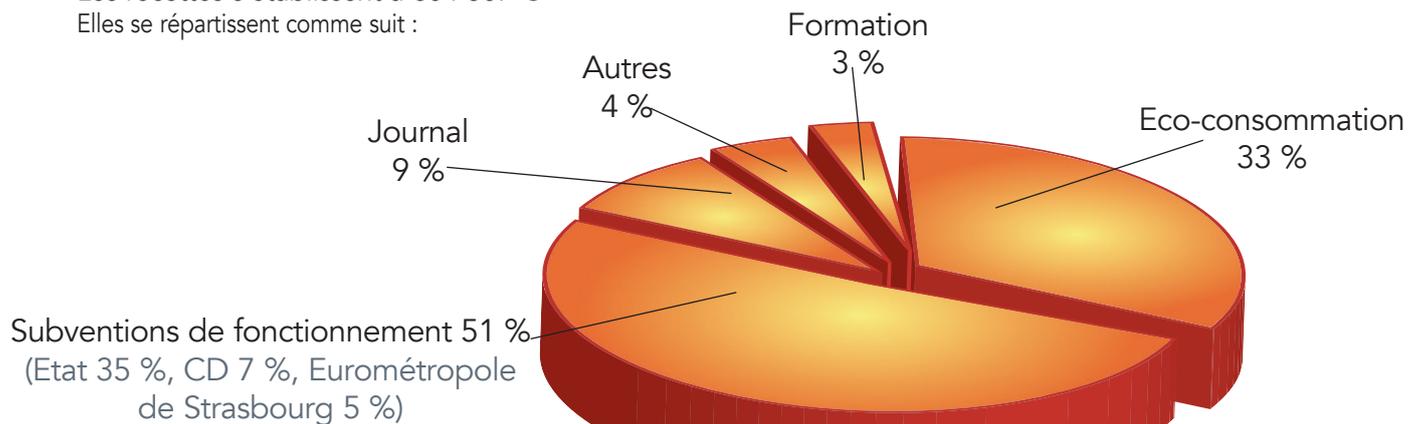
Les dépenses s'établissent à 602 934 €

Elles se répartissent comme suit :



Les recettes s'établissent à 604 387 €

Elles se répartissent comme suit :



Le résultat 2015

L'exercice 2015 présente un résultat positif de 1 453 €

Pour contacter notre Assistante de gestion :

Tél : 03 88 15 42 40

Fax : 03 88 15 42 41

Email : administration2@cca.asso.fr

Nos Partenaires financiers

Nous remercions nos principaux partenaires financiers publics :



Région **ALSACE**
CHAMPAGNE-ARDENNE
LORRAINE



Cette action
est cofinancée par
l'Union européenne

Ainsi que tous les autres partenaires qui nous ont, une fois de plus, accompagnés en 2015 dans la réalisation de nos missions et de nos projets comme l'ADEME, le SDEA, la Communauté d'Agglomération de Colmar...



CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE

A STRASBOURG :

Siège social

7 rue de la Brigade Alsace Lorraine - BP 6
67064 STRASBOURG CEDEX
Tél. 03 88 15 42 40 - Fax 03 88 15 42 41
E-mail : administration@cca.asso.fr

A MULHOUSE :

33 Grand rue
68100 MULHOUSE
Tél. 03 89 33 39 79 - Fax 03 89 33 39 78
E-mail : cca68@evhr.net

www.cca.asso.fr