

UNION
POUR LA
CONSOMMATION
GRAND EST

CHAMBRE DE
CONSOMMATION
d'ALSACE



Rapport d'activité 2016



Chambre de Consommation d'Alsace



Rapport d'activité 2016

Chambre de Consommation d'Alsace

Sommaire

Le mot de la Présidente	p. 4
Vie associative	p. 5
Juridique, Formation et Documentation	p. 7
Les médias consommateurs	p. 15
Alimentation et santé	p. 20
Eco-consommation et énergie	p. 21
Le budget de la CCA	p. 23
Gouvernance et administration	p. 24

Le mot de la Présidente



Début 2016 nous étions confrontés à une double problématique, la part des ressources liées à l'Etat se réduisait, le territoire géographique de la Chambre de Consommation d'Alsace évoluait fortement avec la création de la région du Grand Est.

Pour faire simple, de 2010 à 2016, la subvention de l'Etat est passée de 302 804 € à 218 613 €, soit une baisse de 28 %. Dans le même temps avec une évolution contrainte de nos effectifs les charges ont été contenues.

Nos missions essentielles, informer, défendre le consommateur, alerter les pouvoirs publics n'ont jamais été remises en cause. Il nous a donc fallu être vigilants sur nos dépenses et surtout développer avec nos partenaires, des projets novateurs entrant dans notre champ de compétence, sources de financements complémentaires.

Je citerai pour mémoire nos partenariats les plus significatifs dont ceux de l'Eurométropole de Strasbourg, du Conseil Départemental du Bas-Rhin, de la Région Grand Est, de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), du Syndicat des Eaux et de l'Assainissement (SDEA) d'Alsace-Moselle. Ils ont permis de sensibiliser différents publics, scolaires, jeunes, adultes, salariés en parcours d'insertion ou volontaires en services civiques aux pièges de la consommation, à la gestion du budget, au gaspillage alimentaire, à la rénovation énergétique et à la préservation de l'eau ou au tri des déchets...

Leurs réussites sont liées à l'engagement de notre conseil d'administration et à celui de nos salariés. Je voudrais les remercier et leur dire qu'en tant que présidente, je suis fière de ce qu'ils réalisent chaque année.

Fin 2016, nous avons dégagé un léger excédent, 1 523 €. Cet équilibre est toutefois précaire. D'autant plus qu'une collectivité territoriale, comme le Conseil Régional du Grand Est, sollicitée par

de nombreux acteurs de terrain, est amenée à opérer une répartition différente de ce qu'elle pouvait être il y a quelques années, à notre détriment.

Pour atteindre les buts que nous nous sommes fixés, nous avons poursuivi le développement de notre expertise et de nos moyens de communication. Outre notre journal "Le Consommateur d'Alsace", publié et vendu à près de 26 000 exemplaires, nous touchons le maximum de public par le site Internet dédié à la Chambre de Consommation d'Alsace et par celui de notre plateforme pour des achats responsables ZIGetZAG.info. Le recours à Facebook, à la presse locale, à "France bleue Alsace" et "France 3 Alsace" a également été privilégié pour répondre au mieux aux attentes des consommateurs.

Sollicités par des professionnels et reconnus pour notre expérience dans le règlement amiable des litiges entre consommateurs et professionnels, nous avons déposé début 2016 un dossier de candidature pour être inscrit sur la liste des médiateurs référencés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CEMC). Notre projet est aujourd'hui en cours d'examen.

Le second enjeu auquel nous devons faire face était d'une certaine manière plus complexe à atteindre. Il nous fallait imaginer une relation nouvelle et intelligente avec un territoire qui s'élargissait en préservant l'identité et les spécificités de chacune des parties.

En décembre 2016, à l'issue de plusieurs mois de concertation constructive, l'Union pour la Consommation Grand Est, association de droit local, était créée, portée par la Chambre de Consommation d'Alsace et par le Centre technique de la consommation de Lorraine. Nous avançons pas à pas.

Face à ces équilibres nouveaux, il nous faut être vigilants, notamment pour garder nos représentations dans diverses structures importantes, comme par exemple le CESER Grand Est.

Chacun d'entre nous est conscient que les changements dans notre environnement, qu'ils soient économiques, juridiques, culturels, écologiques, vont être de plus en plus prégnants. Il nous faut nous y préparer.

Je suis persuadée que nous sommes armés pour faire face à nos défis de demain, être présent dans la défense des intérêts des consommateurs et le soutien aux associations membres, notre vocation première.

Notre conseil d'administration est soudé, notre personnel est aguerri, nous avons le soutien des autorités qui connaissent notre combat.

Je suis confiante pour notre avenir.

Marie-José Fignier
Présidente de la Chambre de Consommation d'Alsace
Union pour la Consommation Grand Est

Vie associative, la rencontre mensuelle des associations de consommateurs

La commission "Vie associative" est la rencontre mensuelle des membres de la Chambre de Consommation d'Alsace. C'est un lieu d'échanges, de débats et de concertation entre les représentants de 21 associations de consommateurs bas-rhinoises et haut-rhinoises.

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 an, généralement en plus petit comité. Il s'agit des commissions Alimentation, Santé et Consommation responsable, 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.

OBJECTIFS

Les principaux objectifs de la Vie associative sont d'assurer une **veille permanente** et d'organiser des échanges réguliers entre les membres sur l'actualité consumériste, de préparer et suivre les **représentations des consommateurs** assurées par le mouvement dans les instances publiques ou privées en Alsace et d'apporter aux associations un **soutien technique** pour les aider à remplir efficacement leurs missions sur tout le territoire.

INFORMATION ET DÉBATS SUR L'ACTUALITÉ CONSUMÉRISTE

L'actualité examinée en 2016 lors des réunions mensuelles a porté sur des sujets tels que

- la **mise en place généralisée** de la médiation au début de l'année,
- le salon de l'agriculture et les raisons de la **crise agricole**,
- la polémique grandissante accompagnant la mise en place du **compteur électrique Linky**,
- le lancement par le Ministère de la Santé de l'expérimentation de quatre systèmes graphiques d'**étiquetage nutritionnel**,
- l'explosion de la **consommation de produits bio**,
- le 20ème congrès national de la **FNAUT** à Strasbourg,
- la consultation publique sur **l'ouverture des magasins le dimanche**,
- les **nouvelles tendances alimentaires** dans nos assiettes,
- les «frais cachés» des **maladies de longue durée**,

Cap sur le Grand Est !

En décembre 2016 est née l'**Union pour la Consommation Grand Est**, portée par la Chambre de Consommation d'Alsace et le Centre Technique Régional de la Consommation (CTRC) de Lorraine.

Constituée dans un premier temps pour gérer et mutualiser des actions relevant des missions dévolues par l'Etat, elle nous permettra bientôt de mettre en place de nouveaux projets d'envergure régionale.



- le **surpoids** et ses conséquences sur la santé,
- la part croissante des **énergies renouvelables** dans la consommation d'électricité,
- le modèle économique des compagnies aériennes **«low-cost»** et l'annonce des «vols gratuits» de Ryanair,
- le **marché Off** de Strasbourg, ou l'autre marché de Noël, qui met en avant l'économie sociale et solidaire.

Par ailleurs, des interventions suivies de débats avec les membres ont porté :

- en mars, sur un état des lieux des actions engagées en Alsace contre le **gaspillage alimentaire**, avec Fritz FERNANDEZ, responsable de notre service Eco-Consommation ;
- en septembre, sur le thème des **Nanotechnologies**, avec le Dr Cécilia MENARD-MOYON, Chercheuse au CNRS et Mme Danielle LANQUETUIT, coordinatrice de l'association AVICENN – Association de veille et d'information civique sur les enjeux des nanosciences et des nanotechnologies ;
- en novembre, sur l'Évolution comparée du

Vie associative

service Voyageur et du **fret ferroviaires en Europe**, avec M. Patrice PAUL, administrateur de la FNAUT ;

- en décembre, sur la montée en puissance du **commerce en ligne**, avec le Secrétaire général de la CCA, Vincent DORFNER.

Le Secrétaire général a également présenté lors de la première réunion de l'année les **«Bilan 2015 et Objectifs 2016» des commissions** Alimentation, Santé, Consommation responsable et Vie associative, qui ont été collectivement repensés.

Un point complet a été fait en octobre sur la situation des **Flash Conso**, la réalisation des émissions régionales ayant été stoppée temporairement dans toute la France par la nouvelle Direction de l'Institut National de la Consommation en décembre 2015, sans avoir repris avant la fin de l'année 2016.

REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS

Les collectivités publiques et certains organismes privés ont continué de solliciter des **représentants des consommateurs** auprès de notre mouvement. Sur proposition des associations de consommateurs membres, des candidats ont été désignés pour remplir cette mission de porte-parole des consommateurs, en fonction de leurs domaines de compétences.

Les associations ont ainsi validé en 2016 la candidature de représentants au sein d'instances comme la Commission de surendettement du Haut-Rhin, les Commissions de l'Activité libérale des hôpitaux et les Conseils territoriaux de santé de l'Agence Régionale de la Santé qui seront mis en place au mois de janvier 2017.

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 2016, nous comptabilisons autour de 160 représentations, au niveau départemental et au niveau régional.

Certaines instances sont voulues par l'Etat, d'autres par les collectivités territoriales, les chambres consulaires ou encore des groupements d'acteurs économiques et sociaux. De plus en plus souvent, de nombreuses organisations professionnelles, organismes consulaires ou collectivités associent à

leurs travaux les organisations de consommateurs. Les représentations concernent des domaines très variés de l'activité économique et sociale alsacienne : Comité de certification des produits alimentaires, Schéma d'organisation sanitaire, Conférence régionale de santé, conseils d'administration d'hôpitaux, commissions des relations avec les usagers des hôpitaux, commissions départementales d'équipement commercial, commissions départementales de l'action touristique, commissions départementales en matière d'hygiène, de risque sanitaire et technologique, commissions départementales de surendettement, 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, 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.

Un CTRC, c'est quoi ?

L'appui juridique est au cœur de l'activité de Centre Technique Régional de la Consommation (CTRC) que la Chambre de Consommation d'Alsace 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 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

Juridique, Formation et Documentation

En tant que CTRC (Centre Technique Régional à la Consommation), la Chambre de Consommation d'Alsace constitue un outil à la disposition des associations de consommateurs pour leur apporter aide et soutien techniques dans la réalisation de leurs actions. Cette mission est assurée de diverses façons, notamment au travers d'une assistance documentaire, d'actions de formation et d'une veille juridique. Ainsi, les services Juridique d'une part, Formation et documentation d'autre part ont été regroupés en 2016 au sein d'un seul et même service, dans le but d'optimiser les moyens mis en œuvre et de satisfaire au mieux les demandes des associations. Par ailleurs, la Chambre de Consommation d'Alsace réalise de nombreuses actions de formation à destination de publics scolaires et adultes de tous horizons. Elle apporte également son expertise aux consommateurs alsaciens en recherche d'informations préalables à un achat ou dans le cadre d'un litige.

ACCUEIL ET SOUTIEN JURIDIQUE

Depuis les origines de la Chambre de Consommation d'Alsace en 1970, le service juridique apporte informations et conseils à l'ensemble des citoyens alsaciens, qu'ils soient consommateurs ou militants associatifs.

APPUI TECHNIQUE AU SERVICE DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

En collaboration étroite avec les différents collaborateurs de la Chambre de Consommation d'Alsace, le service juridique fournit un soutien technique permanent au mouvement consommateur alsacien.

Cet appui se traduit par une réponse adaptée à toute question soulevée par les permanents et bénévoles des associations, l'édition en format numérique d'une lettre mensuelle d'actualités juridiques et des actions de formation sur des sujets liés au droit de la consommation.

Ainsi en 2016, 16 sessions de formation juridique ont été proposées sur l'ensemble du territoire alsacien ; elles ont réuni quelque 125 participants et porté sur les thématiques suivantes :

- Comment résoudre les conflits de voisinage ?
- Bien gérer ses relations avec les professionnels ;
- Consommer sans se faire piéger ;
- Comment résoudre ses litiges de consommation ?
- Gérer son argent et les relations avec son assureur ;
- Assurances-vie et décès ;
- Les charges locatives ;
- Voyager en avion ;
- Achats responsabilisés ;
- Accès aux soins et au système hospitalier ;
- Téléphonie et Internet : quoi de neuf ?
- Faire face à une incapacité temporaire ou définitive ;
- Les contrats d'assurance ;
- Explosion du commerce en ligne : entre attraits et arnaques ;

7 808 sollicitations en 2016



- Les assurances de personnes et leur utilité ;
- Les obsèques : savoir se poser les bonnes questions.

APPUI JURIDIQUE AU BÉNÉFICE DES CONSOMMATEURS

En 2016, les juristes de la Chambre de Consommation d'Alsace ont traité un peu plus de 7 800 sollicitations par les différents canaux à disposition des consommateurs : téléphone, courriers, courriels, rendez-vous, visites dans les locaux lors des permanences.

Le chiffre de 2016 accuse un recul d'environ 24 % par rapport à 2015, baisse qui s'explique par des mouvements en termes de personnel, notamment la vacance d'un poste de juriste pendant plusieurs mois. De ce fait, les plages d'ouverture de l'accueil juridique ont dû être réduites. La diminution du nombre de sollicitations se manifeste d'ailleurs essentiellement au niveau des appels téléphoniques et

Juridique, Formation et Documentation

des visites. Le nombre de courriers et courriels traités, quant à lui, reste stable.

Le téléphone demeure le mode de contact préféré des consommateurs et continue de représenter 3/4 des sollicitations.

APPUI JURIDIQUE AU BÉNÉFICE DES CONSOMMATEURS

La nature des demandes est variable : elle représente l'expression d'un litige et les moyens de le résoudre dans 75 % des cas, concerne une recherche d'information préalable à un

	Strasbourg	Mulhouse	Total
Appels	3 348	2 598	5 946
Visites	631	367	998
Courriels	502	182	684
Courriers	58	36	94
Rendez-vous	0	86	86
Total	4 539	3 183	7 808



achat pour les 25 % restants. Et les questions portent sur un panel très large de sujets : du commerce au logement en passant par les banques, l'automobile ou l'assurance, aucun domaine de la consommation n'échappe à l'expertise des juristes.

Par ailleurs, des informations sont mises à la disposition des consommateurs par le biais de plaquettes d'information ou de documents en téléchargement via le site Internet de la CCA.

Répartition des sollicitations par secteur d'activité

- Prestations de services	17 %
- Téléphonie mobile, Internet	11 %
- Secteur locatif	10,5 %
- Secteur automobile	8,5 %
- Commerce, grande distribution	8 %
- Assurance	7%
- Vente à distance, loteries	6,5 %
- Secteur bancaire	6 %
- Services d'intérêt général	5 %
- Meubles, cuisines	4 %
- Secteur immobilier	3,5 %
- Professions libérales	3,5 %
- Tourisme, loisirs	3,5 %
- Autres	6 %

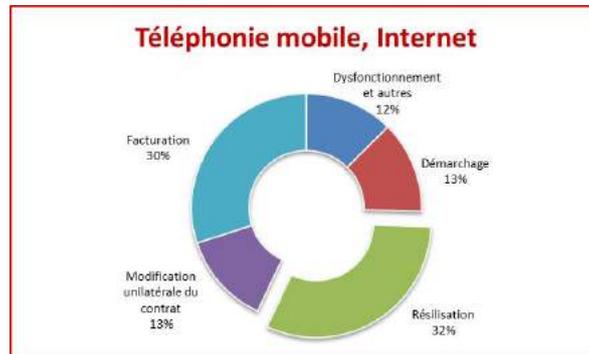
1) Les prestations de services

Les prestations de services représentent **17 %** de l'ensemble des sollicitations et conservent pour la énième année consécutive la tête du classement. Les professionnels les plus décriés œuvrent dans le secteur du bâtiment ; 57 % des réclamations portent sur des problèmes de malfaçons, facturation, devis, délais d'intervention, les clients observant trop souvent des différences entre les prestations décrites dans le devis et les travaux effectivement réalisés.



2) Téléphonie mobile - Internet

Avec **11 %** des contacts, le secteur de la téléphonie mobile et d'Internet reprend la seconde place du classement. Les $\frac{3}{4}$ des sollicitations concernent un fournisseur en particulier, suite à une opération de rachat qui ne s'avère pas des plus heureuses pour les consommateurs : absence de prise en compte de la résiliation, facturation de frais conséquents et injustifiés, dysfonctionnements récurrents provoquent le mécontentement de nombreux clients.



3) Secteur locatif

Le secteur locatif totalise **10,5 %** des sollicitations. En cours de bail, décomptes de charges et répartition des travaux continuent de drainer plus d'un tiers des réclamations, alors qu'en fin de contrat, de nombreux conflits apparaissent au sujet de la durée du préavis de résiliation, de l'état des lieux et de la restitution du dépôt de garantie. La loi ALUR de mars 2014 reste encore trop souvent mal comprise et / ou mal appliquée.



4) Secteur automobile

Le secteur automobile concentre **8,5 %** des réclamations qui portent tant sur la vente de véhicules que sur les réparations. C'est l'application des garanties, tant légales que contractuelles, qui pose le plus de problème dans ce secteur. Suivent de près les tromperies sur véhicule d'occasion qui surviennent principalement dans le cadre des ventes entre particuliers. Le non-respect des prescriptions du bon de commande ou du devis de réparation est également monnaie courante.



Juridique, Formation et Documentation

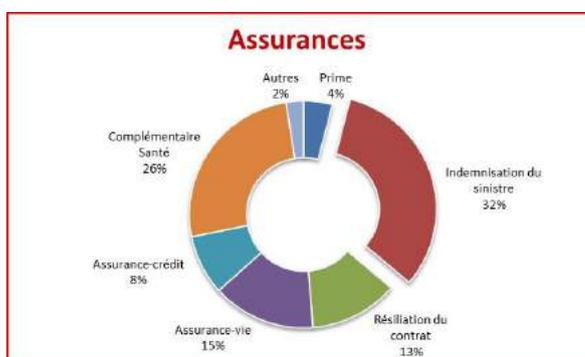
5) Commerce, grande distribution

Le secteur du commerce et de la grande distribution focalise **8 %** des réclamations, qui pour plus d'un tiers d'entre elles portent également sur les garanties ; malgré l'entrée en vigueur de la loi Hamon et un élargissement des conditions de garantie, les professionnels se montrent récalcitrants à reconnaître la non-conformité des produits qu'ils mettent en vente. Côté consommateurs, les questions relatives à l'existence d'un droit de rétractation ou à l'affichage des prix demeurent significatives.



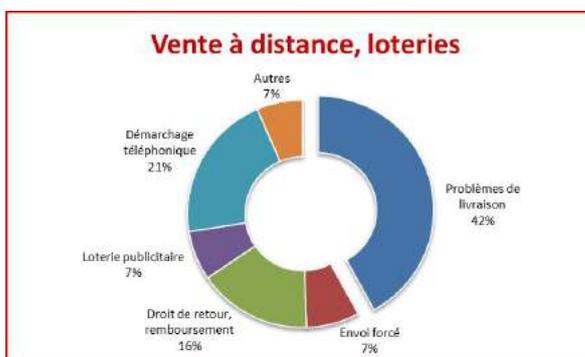
6) Assurance

Pas moins de **7 %** des sollicitations portent sur les assurances. Et dans ce domaine, un contact sur trois concerne l'indemnisation des sinistres ; montant de l'indemnité ou délai de versement restent trop souvent pointés du doigt. Les assurances complémentaires en matière de santé qui représentent une sollicitation sur 4 sont décriées le plus souvent pour leur refus de prise en charge. Enfin malgré la facilitation des règles de résiliation pour les assurances de biens, cette question continue de tarauder les consommateurs.



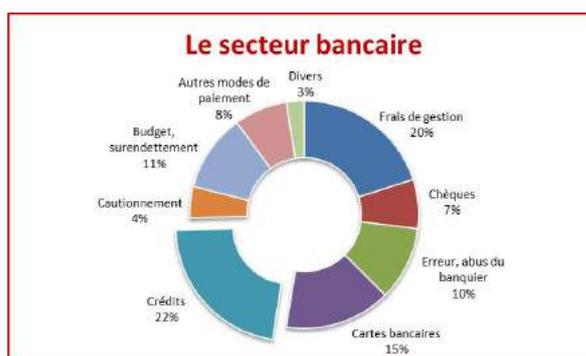
7) Vente à distance, loteries

Avec **6,5 %** des demandes, le secteur de la vente à distance est en légère hausse par rapport à 2015, les problèmes de livraison constituant le point d'orgue des réclamations : délais non respectés, livraison non conforme ou produits défectueux sont légion, particulièrement lorsque les commandes sont effectuées via Internet, sur des sites étrangers (hors Union Européenne). Par ailleurs, il a été constaté une recrudescence d'escroqueries en matière de démarchage téléphonique, des sociétés peu scrupuleuses invitant les consommateurs à rappeler un numéro surtaxé sous prétexte de gain.



8) Secteur bancaire

Avec **6 %** du nombre de sollicitations, le secteur bancaire est en recul par rapport aux précédentes années. Les principaux litiges concernent les crédits (crédits renouvelables et conditions de remboursement anticipé) ainsi que les frais de gestion, dont la nature et le montant ne cessent d'évoluer notamment dans les banques traditionnelles. L'utilisation des cartes bancaires fait également débat entre les professionnels et leurs clients. Enfin les difficultés de gestion du budget et le surendettement des ménages restent préoccupants.



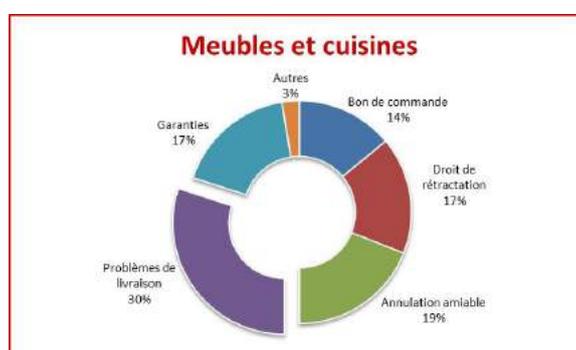
9) Services d'intérêt général

Les services d'intérêt général génèrent une réclamation sur 20, soit **5 %** du total des contacts. Le domaine de l'énergie, gaz ou électricité, concentre une réclamation sur 3 : rattrapages tarifaires, développement des compteurs intelligents, rappels de factures sur des périodes excédant 14 mois ont suscité de nombreuses interrogations en 2016. La législation fiscale ainsi que les dysfonctionnements de plus en plus nombreux constatés dans les services de La Poste sont source de questionnements pour 1/4 des contacts.



10) Meubles, cuisines

La vente de meubles et de cuisines est source de conflits pour **4 %** des consommateurs qui font appel à nos services. Les problèmes de livraison demeurent majoritaires dans ce secteur ; absence de livraison, non-respect des délais ou livraison non conforme font l'objet de contestations régulières. Les difficultés liées à l'annulation du bon de commande, à la reconnaissance du droit de rétractation ou à l'application des garanties reviennent fréquemment à quasi-égale proportion entre elles.



11) Secteur immobilier

Dans le secteur immobilier, qui représente lui aussi **3,5 %** des sollicitations, les litiges naissent dans 40 % des cas dans les copropriétés : de nombreuses difficultés apparaissent en matière de répartition des charges ou encore de gestion par le syndic. Dans le domaine de la construction, ce sont les malfaçons et difficultés d'application des garanties qui posent couramment question.



12) Profession libérales

3,5 % de l'ensemble des sollicitations sont relatives à l'exercice des professions libérales, avec une forte recrudescence en 2016 des mécontentements à l'égard des sociétés de recouvrement et huissiers de justice auxquels les professionnels font appel pour le recouvrement d'impayés. Leurs pratiques intrusives, agressives et souvent injustifiées sont relevées par un consommateur sur deux dans ce domaine.



Juridique, Formation et Documentation

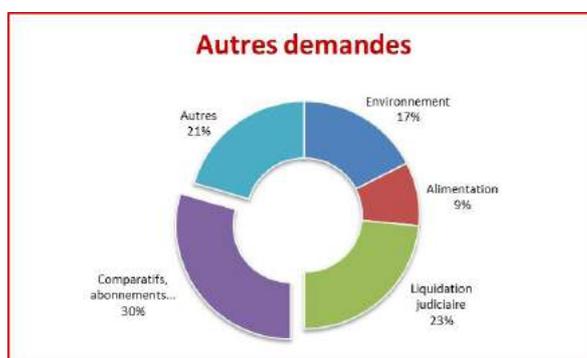
13) Tourisme, loisirs

Avec **3,5 %** des contacts, le secteur du tourisme et des loisirs se maintient en fin de classement. La grande majorité des contestations, soit 40 %, a trait à l'annulation des voyages organisés : montant et délai de remboursement, difficulté de mise en œuvre de l'assurance annulation, tels sont les points litigieux les plus souvent relevés. Autre source de conflit, bon nombre de professionnels du tourisme ne respectent pas les prestations prévues et rechignent à indemniser au juste prix les consommateurs malheureux.



14) Autres

6 % des sollicitations portent sur les conséquences des redressements ou liquidations judiciaires, sur des questions d'environnement et d'énergie, qui pour la plupart sont redirigées vers les conseillers Info Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace, sur des problèmes d'alimentation (respect des dates de péremption, marchandises altérées, valeur des labels, etc.).



La médiation de la consommation

Depuis le 1er janvier 2016, tout professionnel quel que soit son secteur d'activité doit garantir au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation, gratuit et confidentiel, destiné au règlement amiable des litiges. A ce titre, il doit communiquer le nom et les coordonnées du ou des médiateurs dont il relève sur tout support adapté et accessible au consommateur.

Fort de son expérience dans le règlement amiable des litiges entre professionnels et consommateurs, sollicitée fréquemment par des professionnels engagés dans une démarche d'amélioration constante de la qualité des services rendus aux consommateurs, la Chambre de Consommation d'Alsace a déposé début 2016 un dossier de candidature pour être inscrite sur la liste des médiateurs référencés par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation. Le service est en cours d'examen.

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

Juridique, Formation et Documentation

ACTIONS DE FORMATION AU PROFIT DES ASSOCIATIONS

Ce ne sont pas moins de 30 actions de formation qui ont été organisées, réalisées et animées par la Chambre de Consommation d'Alsace au profit des bénévoles et salariés du mouvement consommateur alsacien.

Ces actions sont proposées sur des demi-jour-

nées ou des journées entières et revêtent des formes très diverses : visites de terrain, conférences didactiques, ou formations techniques, elles ont réuni quelques 257 stagiaires en 2016, ce qui représente une participation non négligeable à l'échelle de l'Alsace. Les modules ont porté sur des thématiques variées liées au droit de la consommation, à l'alimentation, à la santé, à la consommation responsable, aux médias.

Domaine	Objectifs des formations	Nombre d'actions
Droit de la consommation	Assurer un suivi de l'actualité législative et jurisprudentielle Approfondir des thématiques à la demande des associations	16
Droit et alimentation	Suivre la réglementation française et européenne sur les problématiques liées à l'alimentation	2
Droit et santé	Dresser un état des réglementations et des attentes des consommateurs dans le domaine de la santé	4
Eco-consommation et Consommation responsable	Déterminer les enjeux économiques et nouveaux litiges dans le domaine de l'éco-consommation Assurer l'animation du réseau dans le domaine de la consommation responsable	7
Médias	Appréhender les règles de la communication associative	1
Nombre d'actions de formation à destination des associations en 2016		30

POUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE AVEC LA RÉGION GRAND EST

En 2010, la Chambre de Consommation d'Alsace a noué un partenariat avec la Région Alsace en vue de former des publics en insertion sur des thématiques renvoyant directement à leur quotidien dans les domaines des pièges de la consommation d'une part, de l'éco-consommation d'autre part.

Dans le cadre d'un Partenariat renouvelé d'année en année, la Chambre de Consommation d'Alsace est engagée aujourd'hui au côté de la Région Grand Est sur une période courant de juin 2016 à juin 2017.

En 2016, la Chambre de Consommation d'Alsace a réalisé 20 modules sur le territoire alsacien :

- à la demande de 10 organismes ;

- sur 7 sujets : les achats responsables, la précarité énergétique, l'eau, les déchets, le gaspillage alimentaire, le budget, les pièges de la consommation ;

- auprès de 184 volontaires en services civiques et salariés en parcours d'insertion.

FORMATION TOUT PUBLIC

La Chambre de Consommation d'Alsace intervient auprès de divers autres publics au gré des partenariats noués avec les acteurs locaux du monde économique et social :

- publics adultes dans les domaines de la consommation responsable, du gaspillage alimentaire, de l'énergie ;

- publics scolaires, à la fois élèves de maternelle sur la prévention et le tri des déchets, et élèves du primaire sur la préservation de l'eau du robinet, ou du secondaire sur l'utilisation raisonnée du téléphone portable.



Juridique, Formation et Documentation

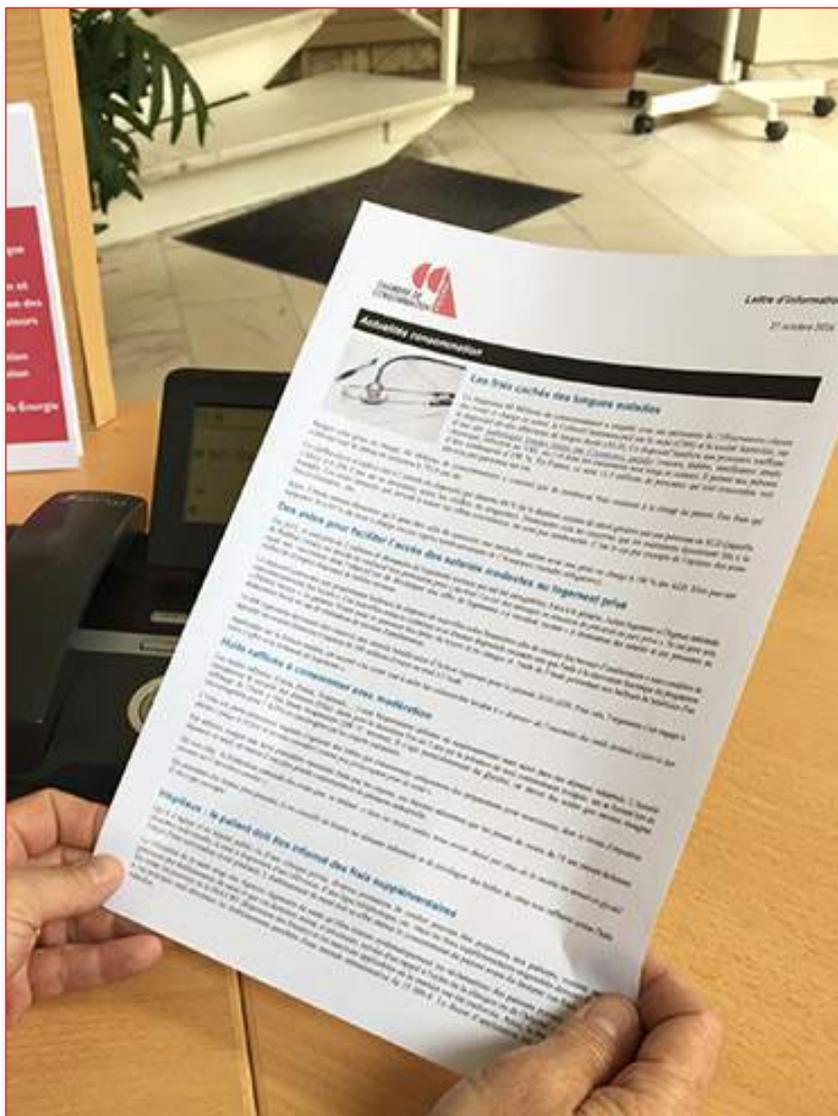
ASSISTANCE DOCUMENTAIRE

44 lettres d'information, 11 revues de presse mensuelles, 29 sollicitations en provenance des associations, 23 réponses fournies à des particuliers, tels sont les chiffres du service documentation en 2016.

Les **lettres hebdomadaires d'information** sont adressées en format numérique aux permanents et bénévoles des associations de consommateurs ; elles résument l'actualité consumériste de la semaine écoulée et recensent les émissions de consommation proposées par les médias pour la semaine à venir. Elles sont accompagnées une fois par mois de la **revue Média** qui regroupe les articles de la presse locale traitant des actions du mouvement consommateur alsacien, ainsi que d'une **lettre juridique** sur l'actualité réglementaire et jurisprudentielle en matière de consommation.

Malgré un accès facilité aux informations grâce à Internet, les associations de consommateurs continuent de solliciter régulièrement la Chambre de Consommation d'Alsace pour des questions pointues ; elles disposent ainsi d'une assistance documentaire personnalisée et parfaitement adaptée à leurs besoins.

Les demandes de consommateurs en terme de documentation sont plus ponctuelles mais nécessitent souvent un travail de recherche non négligeable ; les comparatifs permettant de réaliser des achats éclairés restent une priorité pour les particuliers.



Pour contacter le service *Juridique Formation et Documentation*

Tél. 03 88 15 42 44

Email : laurence.loegel@cca.asso.fr

Pour contacter notre documentaliste

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 consommériste. 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*

Les revues régionales consacrées à la consommation, vendues en kiosque sans aucune publicité, ne sont pas nombreuses. Et pourtant, *Le Consommateur d'Alsace* en fait partie. Existant depuis plus de 35 ans, la revue publie une enquête tous les deux mois sous forme de dossier.

Associations de consommateurs alsaciennes, public et médias alsaciens peuvent y trouver des informations relatives à tous les domaines de la consommation.

LE CONTENU DE LA PUBLICATION

Formé de la directrice de publication, du secrétaire général et du rédacteur en chef, le comité de rédaction se réunit tous les deux mois. C'est lors de ces rencontres qu'est élaboré le contenu du numéro à venir. Proposé par le rédacteur en chef, un dossier principal de huit pages et une série de sujets sont mis à l'ordre du jour. Les thématiques se présentent sous cette forme :

- page 2 : sommaire et édito
- 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 2016, *Le Consommateur d'Alsace* a publié six dossiers (lire p. 18 et 19).

En moyenne, 5 784 exemplaires par numéro ont été imprimés.

Concernant la moyenne des ventes, elle se situe à 4 264 exemplaires par parution. Il est à noter que l'absence de publicité est restée la règle. La revue n'a donc pas de pression "extérieure" à subir.



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

Les médias consommateurs



Numéro 226
(janvier-février 2016)
Sous pression mais en pleine évolution, la bière



Numéro 227
(mars-avril 2016)
Les 50 questions que l'on doit se poser sur sa banque



Numéro 228
(mai-juin 2016)
Pain, que mangez-vous vraiment au quotidien

L'Alsace est une terre brassicole. Elle assure la production de 60 % volume national, soit près de 11 millions d'hectolitres de bière. Le secteur emploie 1 400 salariés pour un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros. Premier pays producteur d'orges de brasserie en Europe, grand exportateur de bière, la France est également le premier exportateur mondial de malt : 12 % des bières brassées dans le monde le sont à partir d'orges de brasserie et de malts français !

En Europe, la France est le 8^{ème} pays producteur de bières. Elle exporte 28 % de sa production, essentiellement en Europe. L'Association des Brasseurs de France comptabilise 120 sociétés brassicoles, soit un peu plus de 10 % du total des brasseries. Réparties sur tout le territoire, ces brasseries, de tailles très diverses, représentent plus de 2 000 types de bières différentes et environ 4 500 emplois directs. À côté des poids lourds du secteur, comme Heineken, Kronenbourg,

Meteor..., des structures beaucoup plus petites se sont créées. Depuis une dizaine d'années, le mouvement s'est accéléré et de nombreuses micro-brasseries ont vu le jour un peu partout en France. On en compte aujourd'hui près de 800 dont une cinquantaine en Alsace. Leur capacité de production se limite à quelques milliers d'hectolitres par an. Leur implantation géographique est diverse puisqu'elles sont présentes dans toutes les régions, notamment dans l'Ouest et le Sud-ouest et non plus uniquement dans les régions de tradition brassicole comme le Nord et l'Est. Contrairement aux idées reçues, avec 30 litres par an et par habitant en 2013, la France est l'un des plus faibles pays consommateurs en Europe, loin derrière l'Allemagne avec ses 105 litres. *Le Consommateur d'Alsace* fait le point sur ce marché, donne un grand nombre d'adresses où l'on peut déguster ce produit vieux de plus de 8 000 ans.

Pour un certain nombre de clients des banques, l'année 2016 a mal commencé. Plusieurs grands établissements facturent désormais à leurs clients environ 2 euros par mois pour des frais de tenue de compte. Pour son dernier numéro, *Le Consommateur d'Alsace* passe en revue les 50 questions que tout usager doit se poser sur sa banque. Il faut reconnaître que très souvent, les rapports "clients-banques" sont tendus. Plusieurs thématiques sont ainsi passées en revue :

- changement de compte ;
- compte courant ;
- carte bancaire ;
- frais de gestion ;
- banques en ligne ;
- épargne et placement ;
- compte en Allemagne.

C'est parce qu'elles sont souvent évoquées dans les consultations des associations de consommateurs que nous avons décidé de les compiler dans ce guide-pratique. Pour chacune de ces thématiques, les réponses sont apportées de façon claire et très pragmatique. Les textes de loi sont également mentionnés. Ils pourront être utiles en cas de contestation de la part de l'établissement bancaire...



Le pain est un symbole. Dans ce numéro, *Le Consommateur d'Alsace* s'intéresse à un produit que tout le monde, ou presque, consomme quotidiennement. Et le marché est énorme. Rien que sur la baguette, qui est le pain le plus vendu chez nous, le chiffre a de quoi donner le tournis. Chaque année en France, 6 milliards de baguettes sont produites. Et pourtant, au fil du temps, la consommation de pain n'a cessé de décroître. Selon la *Fédération des entreprises de boulangerie-pâtisserie françaises*, en 1950, chaque habitant consommait 325 g de pain par jour. Aujourd'hui, ce chiffre est descendu à 130 g. Conséquences, bon nombre de boulangeries ont mis la clef sous la porte. Malgré cela, 9 Français sur 10 achètent tous les jours du pain.

L'artisan-boulangier n'est donc plus le seul à en vendre. Aujourd'hui, l'offre s'est étoffée et la demande aussi. Ainsi, le consommateur recherche un pain spécifique pour telle ou telle occasion, en fonction de ce qu'il désire manger. La liste des pains spéciaux est impressionnante. Des pains dont la farine est déjà toute prête. Appelée "mix", cette préparation est ensuite panifiée (transformation de la farine en pain) par l'artisan-boulangier. Et puis, il faut savoir qu'un quart des consommateurs mange quotidiennement du pain issu d'une boulangerie industrielle. Et cela, sans toujours s'en rendre compte. Et pourtant, les méthodes de fabrication sont telles que la qualité s'en ressent forcément. Mais il semblerait que le palais de ceux qui l'achètent s'en accomode. Voyage dans l'arrière-boutique d'un métier...

Les médias consomméristes

Cette année, outre la publication de la liste officielle des fermes-auberges, *Le Consommateur d'Alsace* s'est intéressé aux fermes pédagogiques. Animaux d'élevage, cultures, modes de production, produits de la ferme à emporter..., nous vous proposons de partir à la découverte des fermes pédagogiques alsaciennes.

Comme tous les ans, à pareille époque, *Le Consommateur d'Alsace* dresse la carte 2016 des fermes-auberges agréées dans la région. Outre cette liste, le lecteur est invité à visiter huit fermes pédagogiques (les temps de parcours les séparant des fermes-auberges sont indiqués). Chacune de ces fermes pédagogiques est typique. Elevage d'autruches, de vaches, chèvres, lapins, poules..., ces visites sont idéales pour les sorties en famille. Beaucoup d'activités sont destinés aux enfants,

c'est dire s'ils sont les bienvenus.

Les fermes pédagogiques "Sundgau Autruche", "Judenmatt", "Traits'anes", "Luppachhof", "Im Berg", "Entzenbach", "Pfafenberg" et "Humbert" sont réparties un peu partout en Alsace avec une plus forte densité dans le Haut-Rhin, comme c'est le cas pour les fermes-auberges.

Une carte avec la situation géographique des fermes-auberges et des fermes pédagogiques permet au lecteur de les situer très rapidement.

Enfin, profitez de tous ces établissements, soit pour goûter leur cuisine, soit pour emporter les produits qu'ils proposent. Ils sont issus directement des exploitations et pour certains d'entre eux, ils bénéficient même du label AB (Agriculture bio).

Isolation des combles, changement des fenêtres, installation d'une chaudière à condensation..., de plus en plus de particuliers font réaliser des travaux d'économie d'énergie. L'objectif est de réduire les dépenses et d'améliorer son confort. Le premier *Espace Info-énergie (EIE)* en Alsace a ouvert en 2001. Aujourd'hui, on en compte 17, dont un à la *Chambre de Consommation d'Alsace (CCA)*. Tous assurent une mission de conseil auprès des consommateurs, en partenariat avec l'ADEME, Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, et la Région Grand Est dans le cadre du programme Energivie avec les collectivités locales, territoriales et les associations.

En 2015, les 17 conseillers EIE du territoire alsacien ont touché environ 7 000 personnes.

Concernant celui de la CCA, qui est le seul à apporter une aide juridique, il a reçu 1 029 demandes auxquelles s'ajoutent 1 243 personnes directement renseignées lors de foires, salons ou interventions. En tout, ce sont plus de 2 200 personnes qui ont été directement touchées par les conseillers EIE de la CCA. Outre les conseils pour faire des économies, il faut également être très prudent face aux nombreuses vraies "mauvaises" affaires, à des prix, parfois, très élevés par des entreprises peu scrupuleuses et peu concernées par les économies d'énergie.

Le Consommateur d'Alsace fait le point dans ce dossier. De nombreux conseils pour éviter l'arnaque, mais aussi pour bénéficier des aides qui existent, sont également proposés dans ce numéro.

Le Consommateur d'Alsace donne la parole à quatre grands chefs alsaciens, tous étoilés au *Guide Michelin*. Ils parlent de leur métier, de la malbouffe ; mais aussi de bons produits. Recettes de chefs et bonnes adresses de fournisseurs, tel est le menu du jour ! Les chefs sont des artistes ; leurs fourneaux des instruments. Et quand ils donnent de la voix, ce n'est pas pour pousser la chansonnette, mais pour motiver leur brigade quand les commandes arrivent sur le coup de midi. Mais quand le coup de feu est passé, et que la tension est redescendue, ils savent aussi s'asseoir et parler de leur métier. Les quatre chefs que nous avons rencontrés oeuvrent dans le monde de la gastronomie où la seule règle de conduite est la qualité. Quand on leur demande quelle est la différence entre une

bonne cuisine et la cuisine gastronomique, ils répondent sans hésiter : "Tout d'abord, le choix des fournisseurs". En acceptant de donner leurs bonnes adresses, pour la plupart en Alsace, les lecteurs pourront, eux aussi, s'approvisionner chez les meilleurs producteurs de la région. Michel Husser, Pascal Bastian, Jean-Marc Kieny et Jean-Michel Eblin, cinq étoiles au *Guide Michelin* à eux quatre, se laissent aller à parler de leur cuisine. Chacun propose également une recette festive et facile à réaliser, peut-être pour les fêtes de fin d'années. Ces "experts" de la cuisine gastronomique ont un regard affûté sur nos modes de consommation. Des avis qui intéresseront ceux qui aiment bien manger et ceux qui ont envie de comprendre comment ces hommes de l'excellence travaillent...



Numéro 229
(juillet-août 2016)
Spécial fermes-auberges



Numéro 230
(septembre-octobre 2016)
Rénovation et énergie, aides financières et arnaques



Numéro 231
(novembre-décembre 2016)
Recettes et approvisionnements, secrets de chefs

Les médias consuméristes



Le mot de la Directrice de publication

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

anime l'équipe chargée de l'information depuis 2008. « Chaque année qui passe est un défi que nous relevons face aux difficultés actuelles de la presse écrite. Nous continuons à penser que nous devons exister sans céder aux sirènes de la publicité qui nous feraient perdre notre indépendance. Concernant le support en lui-même, le papier, nous savons qu'une partie de notre lectorat continue de privilégier ce type de support. Malgré tout, nous réfléchissons de plus en plus à une formule électronique qui ne soit pas synonyme de piratage de notre travail.

En 2016, *Le Consommateur d'Alsace* a continué à collaborer avec toute la presse régionale écrite (*DNA* et *L'Alsace*) avec une tribune hebdomadaire. De même, nous intervenons toujours sur *France 3 Alsace* (tous les lundis matin). « Ces longues collaborations, continue Marie-José Fignier, prouvent que notre travail est sérieux et reconnu. Et ça, pour une revue comme la nôtre, c'est ce qu'il y a de plus important. »

LES VENTES EN 2016

Le Consommateur d'Alsace subit la crise de la presse écrite mais tente de résister en proposant un travail d'investigation dans chacun de ses dossiers.

En 2016, la *Chambre de Consommation d'Alsace* a vendu 25 582 exemplaires de son magazine régional.

Bien que le numéro consacré aux *Fermes-auberges* ait connu moins de succès, globalement, le volume de nos ventes en kiosque a progressé de 4 %.

LES FAITS ET LEUR ANALYSE... C'EST NOTRE DEVISE !

L'ALSACE

Le Consommateur d'Alsace et le quotidien L'Alsace

Depuis neuf ans, *Le Consommateur d'Alsace* collabore avec le quotidien *L'Alsace*. Mise en place depuis 2015 en parallèle avec le quotidien *les DNA*, la publication d'un article consumériste tous les mardis : la Tribune du consommateur. L'information est reprise sur le site de *L'Alsace*. Quant au vendredi, le *Quotidien* publie une "question conso" qui traite d'un problème bien particulier dans le lequel les juristes de la CCA répondent.

DNA

DERNIÈRES NOUVELLES D'ALSACE

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

Cela fait deux ans que nous avons mis en place une collaboration avec les *DNA*. Tous les mardis, dans le cahier "région", un sujet consommation est proposé par *Le Consommateur d'Alsace*. 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

Appareils auditifs : des prix trop élevés

Beaucoup de patients ne se dotent pas d'appareils auditifs, découragés par leur prix. L'Autorité de la concurrence propose différentes mesures pour faire baisser le coût de cet appareillage

Richard Nicolini, rédacteur en chef du « *Consommateur d'Alsace* »

On considère qu'un tiers des malentendants ne serait pas doté d'un appareil auditif à cause du prix trop élevé. L'Autorité de la concurrence, consciente du problème, propose différentes mesures pour faire baisser le coût. Plusieurs pistes de réflexion ont été lancées. Elles vont du découplage entre l'achat de la prothèse auditive et les prestations de suivi du patient, en passant par une meilleure prise en charge par l'assurance maladie, jusqu'au développement des réseaux de soins.

Actuellement, sur les 3 millions de malentendants que compte notre pays, environ 2 millions sont équipés en prothèses auditives. Leur coût très élevé explique ce sous-appareillage. En effet, le reste à charge pour un patient est d'environ 1 000 € par oreille, après remboursement de l'assurance maladie (120 €) et de la complémentaire santé. En moyenne, le coût d'un appareil s'élève à 1 500 € par oreille.



La France compte 3 millions de malentendants, dont 1 million sans appareil. DR

baisse du reste à charge profite pleinement aux patients.

Depuis 2009, pour maîtriser le coût de l'appareillage auditif, les mutuelles ont créé des réseaux de soins et passé des accords sur les prix avec des professionnels de santé. L'Autorité de la concurrence souhaiterait que ce type d'accord se généralise. Pour elle, tout le monde y serait gagnant : l'audioprothésiste, puisqu'en étant adhérent au réseau de soins, il a la possibilité de développer une nouvelle clientèle, et le patient, qui bénéficie

Rhin, l'assurance maladie ne s'est pas encore exprimée sur le sujet, mais la Caisse nationale (CNAMTS) avait indiqué, dès le mois de mars, être prête à travailler avec les professionnels du secteur dans le but de « garantir une diminution réelle du reste à charge pour les patients ». Ce qui devrait être fait dans les semaines à venir, puis que le ministère de la Santé a annoncé le 5 décembre que « l'accès aux audies prothèses sera facilité par la révision de la nomenclature, la définition d'un prix limite de vente et le relèvement du tarif de prise en charge par l'assurance maladie. Ce chantier sera lancé dès le premier semestre 2017 ». Une chose est sûre, la CNAMTS redoute qu'une augmentation de ses remboursements entraîne une augmentation mécanique des tarifs des appareils. D'ailleurs, pour qu'elle accepte de revoir ses taux de remboursement, il lui faut des garanties de la part des professionnels du secteur. Et ce pourrait être plus difficile qu'on ne le pense...

SOURCE : Chambre

Les médias consomméristes

LE SITE INTERNET DE LA CHAMBRE DE CONSOMMATION D'ALSACE A OBTENU LE RENOUELEMENT DE SON AGRÉMENT OFFICIAISANT SON RÉFÉRENCIEMENT DANS LA LISTE DES JOURNAUX EN LIGNE.



La Chambre de Consommation d'Alsace (CCA) s'est dotée d'un véritable journal en ligne en 2013.

Des articles sont publiés trois fois par semaine (lundi, mardi et jeudi). Bien entendu, si l'actualité l'exige, d'autres publications peuvent s'ajouter. Les internautes peuvent également visionner des vidéos et télécharger des documents (pdf). Ces supports permettent d'enrichir le contenu rédactionnel de la revue *Le Consommateur d'Alsace* et de créer une interactivité puisqu'à l'intérieur de celui-ci, bon nombre de références renvoient le lecteur au site *Internet*.

CONTENU RÉGULIÈREMENT PUBLIÉ

A chaque sortie de numéro, des vidéos sont publiées. Elles complètent le dossier proposé dans *Le Consommateur d'Alsace*.

De même, le service juridique de la CCA met en ligne une fiche juridique mensuelle que l'internaute peut télécharger librement.

Bien évidemment, afin de faciliter le travail de recherche de nos "visiteurs", de nombreux liens vers d'autres sites sont disponibles. De fait, nous sommes en "relation" avec toute l'actualité consommériste très complète et ce, de façon numérique.

Une page présentant la CCA et ses services sont consultables. Les coordonnées de toute l'équipe travaillant au sein de la CCA sont à la disposition du public. On peut également télécharger les rapports d'activité. Enfin, toutes les associations de consommateurs alsaciennes membres de la CCA sont présentées. Un lien *Internet* relie notre site aux leurs.

ON PARLE AUSSI CONSOMMATION À LA RADIO !

Que ce soient les juristes ou les conseillers de l'Espace Info Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace (CCA), nous sommes également présents sur les ondes de *France Bleu Alsace*. Régulièrement, nous participons à des émissions diffusées en direct. 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. Ils obtiennent des réponses instantanément et si la question nécessite des recherches, le consommateur est soit pris hors antenne, soit il est invité à se rendre dans les locaux de la CCA.



La Chambre de Consommation d'Alsace possède une page Facebook depuis 2014, régulièrement animée depuis 2015. Elle permet de relayer les publications du site Internet de la CCA et donc de générer du trafic. C'est aussi un outil de promotion du journal "Le Consommateur d'Alsace".

Facebook sert également à effectuer un travail de veille sur l'actualité consommériste ainsi qu'à faire la promotion d'événements phares, comme le lancement du défi des familles à énergies positive, l'inauguration du Marché OFF de Noël et diverses animations grand public menées au cours de l'année.

Alimentation et santé

En 2016, la Chambre de Consommation d'Alsace a poursuivi son travail de veille de l'actualité dans les domaines étroitement liés de l'alimentation et de la santé, tout en proposant davantage de rencontres avec les acteurs locaux dans le cadre de sa mission de clarification de l'information.

LA COMMISSION ALIMENTATION

Réunie en janvier et en octobre 2016, la commission Alimentation a abordé différents sujets en lien avec l'actualité du moment :

- la lutte contre le gaspillage alimentaire, avec en ligne de mire la loi du 11 février 2016 organisant la prévention du gaspillage, l'utilisation des invendus par le don ou la transformation, la valorisation destinée à l'alimentation animale, l'utilisation à des fins de compost pour l'agriculture ou la valorisation énergétique par méthanisation ;

- la mise en place annoncée du logo nutritionnel débutant par une expérimentation lancée dans 60 supermarchés et portant sur l'évaluation de 4 systèmes différents d'étiquetage nutritionnel. Ce travail de veille a été complété par des rencontres sur le terrain. La première a permis de visiter l'exposition itinérante sur le fonctionnement, la nature, la qualité de la nappe phréatique du Rhin supérieur dans les locaux du Syndicat des eaux et de l'assainissement (SDEA) d'Alsace-Moselle.

La seconde a porté sur la thématique : 'Champignons, quels risques pour le consommateur ?' avec l'intervention d'un passionné, Monsieur Jean-Pierre AUGST, secrétaire général de la Société de Mycologie de Strasbourg, vice-président de la Fédération de Mycologie de l'Est et correspondant mycologie des Centres anti-poisons.

LA COMMISSION SANTÉ

La commission Santé s'est réunie à trois reprises en 2016, le 1^{er} mars, le 7 juillet et le 26 septembre.

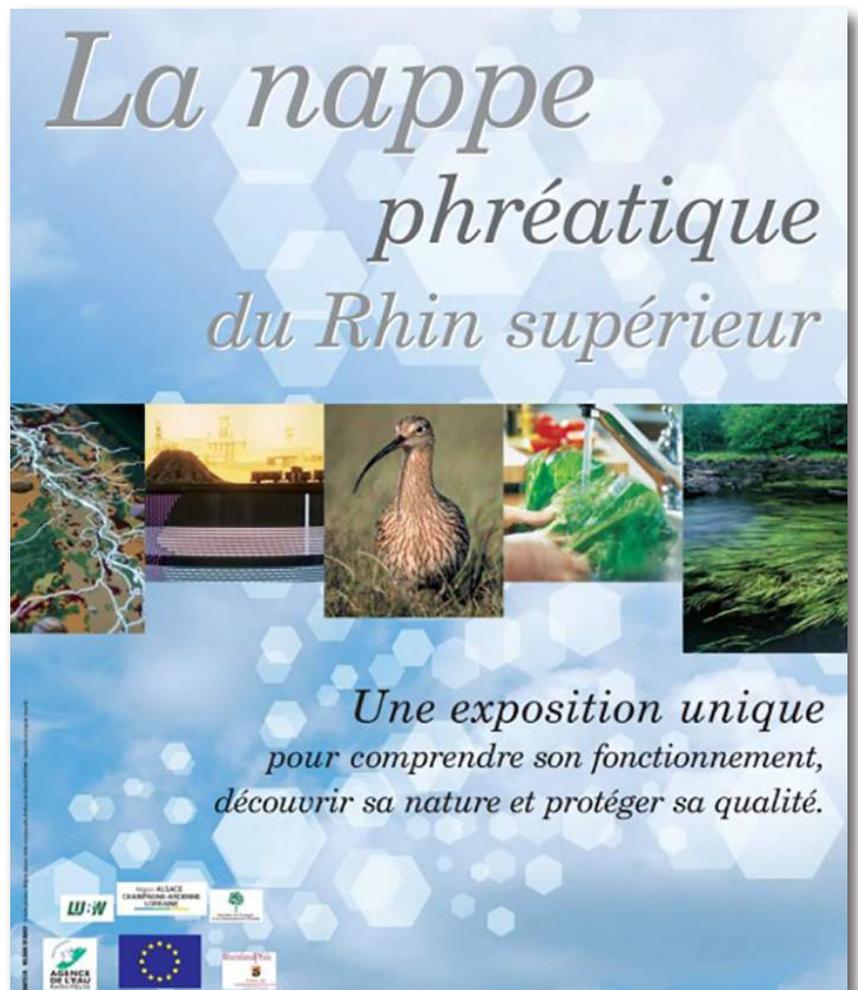
Les membres se sont retrouvés notamment pour une visite très intéressante de la Clinique du Diaconat-Roosevelt à Mulhouse.

Lors des commissions, différents sujets d'actualité ont été évoqués, comme le décret du 1^{er} juin 2016 relatif à la nouvelle commission des usagers des établissements de santé, ainsi que la fusion des hôpitaux, ou encore la mise en place des Groupes Hospitaliers de Territoires.

Par ailleurs, une réunion d'information Santé a rassemblé le 30 novembre 2016 les représentants des usagers de l'Udaf 67, de l'Udaf 68 et de la CCA, rencontre au cours de laquelle le Président du CISS Alsace, Jean-Michel MEYER,

a présenté les évolutions à venir des institutions de la démocratie sanitaire en région.

Les membres bénévoles des associations de consommateurs réunies au sein de la Chambre de Consommation d'Alsace ont participé en 2016 à quelque 75 instances hospitalières ou de santé en tant que représentants des usagers, que ce soit au niveau local, départemental ou régional.



Eco-consommation et énergie

Concilier économies, santé, maintien d'emplois dignes, accessibilité des produits ou services et respect de notre environnement à travers nos choix de consommation s'apparente à un vaste casse-tête pour les consommatrices et consommateurs ! Notre travail d'équipe, avec la participation active de publics toujours plus nombreux, a permis d'identifier de très nombreuses solutions concrètes aux problèmes que chacun rencontre au quotidien, et de les faire connaître largement à travers l'Alsace.

HALTE AU GÂCHIS

Les déchets que nous produisons nous coûtent, et si nous n'y prêtons pas vraiment attention, la facture s'élève très rapidement. C'est pourquoi nous avons développé la recherche des solutions pratiques, adaptées à chacun, pour réduire la quantité, le coût et la toxicité de nos déchets.

En 2016, nous avons notamment renforcé nos interventions sur le terrain auprès de groupes scolaires : notre animation Hop'la Feuille, destinée aux enfants d'écoles maternelles de l'agglomération colmarienne. Au total, plus de 2 575 élèves de 103 classes ont été ainsi sensibilisés de manière ludique au tri et à la réduction des déchets. De très nombreuses autres animations ou interventions sur mesure ont été réalisées sur le territoire de l'Eurométropole de Strasbourg, et à travers l'Alsace tout au long de l'année.

GASPILLAGE ALIMENTAIRE : ET TOI, TU FAIS QUOI ?

Le service Eco-consommation de la Chambre de Consommation d'Alsace - en partenariat étroit avec l'association Épices et la Mutualité Française Alsace - a développé un programme 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 de 45 interventions spécialisées sous forme d'ateliers pratiques et d'actions ludiques 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.

POUR UNE EAU DE QUALITÉ

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

Actions Eco-consommation 2016 (chiffres clé)

244 interventions publiques réalisées

155 interventions en milieu scolaire

89 interventions destinées aux jeunes et aux adultes

5 656 personnes directement rencontrées

17 394 utilisateurs directs de notre site ZIGetZAG.info pour des achats responsables en Alsace



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.

TOUS CONCERNÉS

En 2016 les associations de consommateurs en Alsace ont diffusé des outils d'information accessibles à tous, pour une meilleure connaissance des problématiques quotidiennes liées à l'eau.

Un partenariat étroit avec le Syndicat de l'Eau et de l'Assainissement Alsace Moselle (SDEA) ainsi qu'avec l'Eurométropole de Strasbourg, a permis de d'informer et d'éduquer différents publics : des enfants de 7 à 11 ans, des jeunes 12 à 25 ans et des adultes, sous des formats adaptés à chacun : dans le cadre scolaire, lors d'ouverture d'ouvrages de trai-



Eco-consommation et Energie

tement ou de captage d'eau, mais également dans le cadre de manifestations sportives en partenariat avec la Ligue de Football à travers l'Alsace.

www.ZIGetZAG.info – Le site Internet de référence pour des achats responsables en Alsace,



Pour des achats responsables en Alsace

et sa page Facebook, ont été actualisés en continu. Cette dynamique permanente est le fruit de l'implication de notre équipe et des partenariats étroits développés avec plus de 135 producteurs et 10 réseaux professionnels engagés en matière d'économie sociale et solidaire, de commerce équitable et du meilleur respect de notre environnement en Alsace.

DES ACTIONS TOUS TERRAINS

En 2016 nous avons tout d'abord réalisé 22 interventions spécifiques 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 lieux de production, mais également animations de journées "Achats responsables" pour la formation de jeunes volontaires en service civique impliqués sur des missions de lien social en Alsace.

Pour permettre au plus grand nombre de conclure l'année en beauté, nous avons largement appuyé la Chambre régionale d'économie sociale et solidaire (CRESS Alsace) dans la réalisation d'un marché de Noël entièrement dédié aux achats responsables. Du 1er au 24 décembre 2016, ce marché de Noël OFF qui a bénéficié d'un appui important de la ville de Strasbourg, a réuni 24 acteurs incontournables de la production et de la distribution responsable en Alsace dans un cadre original – place Grimmeisen, en plein cœur de Strasbourg. Vu le succès qu'a connu cette première édition, l'aventure du Marché OFF est relancée en 2017.

Pour contacter le Service Eco-consommation

Tél. 03 88 15 42 45

Email : fritz.fernandez@cca.asso.fr

L'ESPACE INFO ENERGIE DE LA CCA : DES CONSEILS OBJECTIFS ET INDÉPENDANTS

Dans le cadre de ses permanences régulières, l'Espace Info Energie de la CCA a reçu 646 demandes en 2016. A ces demandes s'ajoutent 1511 personnes directement sensibilisées lors de foires, salons ou interventions : ce qui porte à 2157 le nombre de personnes directement touchées par les conseillers EIE de la CCA en 2016. Les deux conseillers Espace Info Energie de la Chambre de Consommation d'Alsace ont participé à de nombreux salons - Forum Fac Verte, Salon de l'Habitat 2016, Foire Européenne, salon Maison et Travaux - ou organisé des temps de formation spécifiques pour des salariés d'entreprises, des membres associatifs, des personnes en service civique ou des écoliers et collégiens.

Pour la quatrième année consécutive, le défi des Familles à Energie Positive (FAEP) s'est déroulé en Alsace, pendant l'hiver 2015-2016. Ce défi annuel est relevé par des volontaires réunis en équipes qui font le pari de réduire d'au moins 8% leurs consommations d'énergie et d'eau ... 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 :

florent.rougier@cca.asso.fr

marie.franc@cca.asso.fr



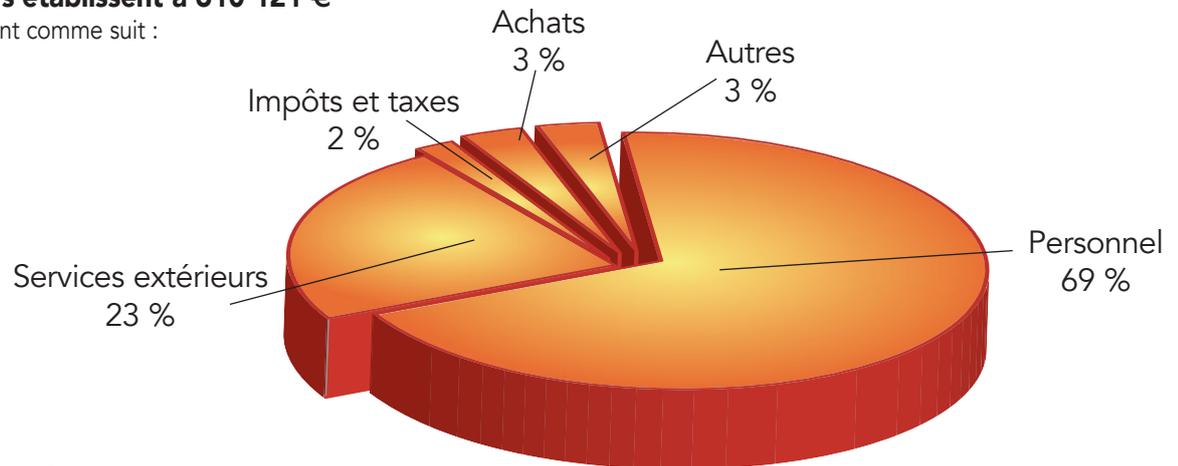
Le budget de la CCA

Le Compte de résultat

Le compte de résultat 2016 fait apparaître les données suivantes :

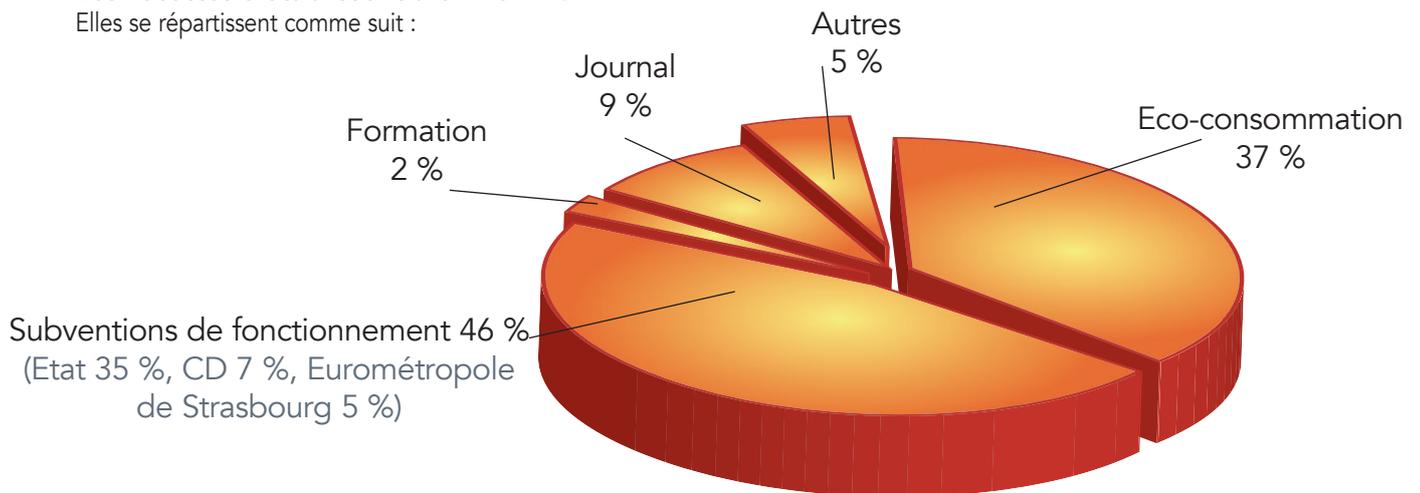
Les dépenses s'établissent à 610 121 €

Elles se répartissent comme suit :



Les recettes s'établissent à 611 644 €

Elles se répartissent comme suit :



Le résultat 2016

L'exercice 2016 présente un résultat positif de 1 523 €

Pour contacter notre Assistante de gestion :
Tél : 03 88 15 42 40
Fax : 03 88 15 42 41
Email : administration2@cca.asso.fr

Gouvernance et administration

Au 31 décembre 2016, 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 Conjointes 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 2016

Bureau

Michel BERNAULT	Assesseur	ASTUS
Claude BROBECKER	Assesseur	CDAFAL 68
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
Claude JOCHEM	Assesseur	FAVEC 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

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

Conseil d'administration

Michel BERNAULT	ASTUS
Claude BROBECKER	CDAFAL 68
Josy CAILLER	URAF
Daniel DIETRICH	FR-ORGECO Alsace
Marie-José FIGNIER	UFCS-FR 67 68
Michel FOU DRAT	FNAUT Alsace
Bernard GLAENTZIN	URAVEC Alsace-Lorraine
Laurence GRANDJEAN	ORGECO 67
Raymond HAEFFNER	CNL 67
Christiane HEINZ	AFOC Bas-Rhin
Cyrille JACQUOT	FR-ORGECO Alsace
André KARPOFF	AGF 68
Claude JOCHEM	FAVEC 68
Christiane KOBEL	CRAFAL Alsace
Marguerite KOCH	AGF 67
Bénédicte MARILLER	UFCS-FR 67 68
Marie-Rose MARZOLF	FAMILLES RURALES ALSACE
Baya MELLAH	UD-CSF 67
Micia NICOD	COLECOSOL
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	UD-CSF 67
Isabelle VOLOCHINOFF	CNL 68

... appuyés par l'équipe salariée

Vincent DORFNER : Secrétaire général

Nathalie SCHOTT : Assistante de gestion

Laurence LOËGEL : Responsable du Service Juridique Formation Documentation, Juriste

Jean-Jacques BAUD : Juriste

Juliette JACOBS : Juriste

Virginie GOBLET : Chargée de mission/Documentaliste

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

Chloé LETEMPLIER : Conseillère juridique Espace Info Energie

Florent ROUGIER : Conseiller Espace Info Energie

Marie FRANCOIS : Conseillère Espace Info Energie

Merci à Gilles DIDIER, qui nous a quittés à la fin de l'année pour réaliser un nouveau projet professionnel et à Gabin MIGLIORE, élève-avocat, qui a accompagné l'équipe de juillet à décembre 2016.

Nos Partenaires financiers

Nous remercions nos principaux partenaires financiers publics :



Région **ALSACE**
CHAMPAGNE-ARDENNE
LORRAINE



Ainsi que tous les autres partenaires qui nous ont, une fois de plus, accompagnés en 2016 dans la réalisation de nos missions et de nos projets.



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