

Les principaux RDV de juin

2/06: Table Ronde « **Qualité sociale des filières d'approvisionnement** », Éthique sur l'étiquette

7/06 et 29/06: CA **Conso-France**

8/06: Formation **Éducation à une consommation responsable**

9/06 et 28/06: **CNC** ouverture

9/06: Clicoss « **Surendettement et addiction** »

10/06: **Congrès ALLDC**

15/06: **AFNOR COS 15** (Loisirs—consommation - Sports)

16/06: **AG CTCR**

17/06: Comité particulier de la **vente directe**

20 au 24/06: **Stage National Consommation**

21/06: **AG AFNOR**

22/06: **Bureau CNC**

24/06: **CA CPCA**

29/06: **COP AFNOR**

30/06: Collège consommateur

30/06: **AFNOR écolabels**

30/06: Réunion **Accidents de la Vie courante**

Il y a eu la semaine du développement durable, la quinzaine du commerce équitable et sur ces questions nous avons participé à deux événements, l'un interne et l'autre externe qu'il nous faut signaler.

A l'interne, suite à plusieurs conventions régionales et nationale, notre congrès fédéral des 5 et 6 mai 2005, à Pau, a adopté différents textes dont un en particulier intitulé « Charte 21 » qui affiche l'intérêt porté par le mouvement Léo Lagrange dans son ensemble sur les questions relatives à l'avenir de la planète, indique des intentions, suscite des initiatives que chacun devrait prendre à tous les niveaux de notre fédération.

A l'externe, en plein débat sur l'Europe, sur le marché mondial et la question chinoise, le collectif *De l'éthique sur l'étiquette* a organisé à Lille le 3 juin 2005 une table ronde sur « La garantie de la qualité sociale des filières d'approvisionnement et la concertation entre parties prenantes ». Afin d'éviter des initiatives plus ou moins sérieuses, nous avons interpellé les professionnels et leur avons demandé de rejoindre la table de négociation, d'en accepter sa composition multipartite, afin d'imaginer des systèmes permettant de garantir sur le marché des produits réellement éthiques.

Yves HUGUET
Délégué Fédéral à la Consommation

Conditionnement des produits

Les quantités nominales des produits sont-elles un frein au commerce pour vouloir une déréglementation ?

Une proposition de directive du parlement européen touchant aux règles des quantités nominales des produits en pré emballage veut, pour une meilleure libre circulation des produits, déréglementer les conditions de présentation des produits, sauf pour les vins et spiritueux qui possèdent déjà une harmonisation.

Ce nouvel objectif fait craindre pour le consommateur, bien que l'indication du prix au kilo reste obligatoire, l'émergence d'une difficulté pour faire son choix au moment de l'achat.

On pourra alors avoir des présentations différentes avec des quantités difficilement comparables ou des présentations identiques avec des poids différents.

Lorsqu'il s'agira de visualiser le prix, le consommateur sera très perturbé. Nous connaissons déjà les promotions avec le même emballage et les pourcentages de produit dit « gratuit ».

On peut craindre également des choix de conditionnement outrancier pour vendre davantage et que dire pour défendre des offres pour personnes seules.

Il est préférable d'avoir un marché avec des règles communes comme dans le domaine de la distribution des vins et liqueurs où le consommateur reconnaît la capacité de son conditionnement, quelque soit le pays, ce marché ne souffrant pas d'un frein à la libre circulation de ce type de produit.

Gérard SCHREPFER
Président de Léo Lagrange
Consommation Hauts de Seine

Service Après Vente de la SNCF

Pour vos réclamations concernant le transport ferroviaire sur le réseau national, une adresse unique :

SNCF
Relations Clients
62973 ARRAS Cedex 9

Un conseil, si votre réclamation porte sur un billet, envoyez l'original, vous gagnerez du temps dans le traitement de votre dossier.

Pour les parisiens, la relation clientèle du Transilien est traitée par :

SNCF
Centre Relation Clients
Transilien
75571 Paris Cedex 12

La garantie de conformité

L'ordonnance du 17 février 2005 transpose en droit français la directive européenne 99/44/CE du 25 mai 1999 sur « certains aspects de la vente et des garanties des biens de consommation ».

Aux termes de ce texte, le vendeur est responsable pour tout défaut de conformité existant au moment de la délivrance du bien du consommateur. Il est également tenu des défauts de conformité résultant de l'emballage, des instructions de montage ou de l'installation mise à sa charge par le contrat ou réalisée sous sa responsabilité.

Tout défaut qui apparaît dans les six mois de la délivrance du bien est présumé avoir existé au moment de la livraison. C'est au professionnel d'apporter la preuve contraire.

L'action en garantie de conformité doit être intentée dans un délai de 2 ans à compter de la délivrance du bien. Le consommateur peut ainsi soit obtenir la réparation du bien soit son remplacement soit la résolution de la vente.

Toutefois, ces nouvelles dispositions insérées aux articles L.211-4 et suivants du code de la consommation ne privent pas le

consommateur de l'action en garantie des vices cachés prévue par les articles 1641 et suivants du code civil, qui doit être désormais intenté dans les 2 ans.

Les actions en garantie de conformité et des vices cachés participent ainsi à une plus grande protection du consommateur, ce dont nous nous réjouissons.

Mélissa HOWARD-MAURICE
Juriste

La charte du contribuable

Le comité national des usagers s'est réuni le 17 mai 2005, présidé par J.F. COPE Ministre du Budget, pour étudier le projet de Charte du Contribuable proposée par le Gouvernement.

L'ALLDC était présente à cette réunion au titre de la représentation des usagers de l'Administration fiscale.

Objectif de la Charte

Le Ministre souhaite inscrire dans le marbre un guide de bonnes pratiques qui expose, en toute clarté et en toute transparence, les droits et les devoirs de l'Administration fiscale et du contribuable. Ce texte a vocation à devenir un élément de référence permanent et devra être consultable très facilement.

C'est, selon COPE, dans ce nouveau climat de confiance que s'inscrit cette charte à travers 3 notions clé : la simplicité, le respect et l'équité.

Les représentants des usagers ont tous salué la démarche, mais sont restés dubitatifs sur l'efficacité de cette proposition, pour Léo Lagrange ce texte bien trop compliqué sera pour l'utilisateur d'une réelle complexité d'utilisation. En effet, dans sa conception et son architecture générale ce texte amalgame l'ensemble des impôts ce qui conduit à fixer dans un même texte les droits et les devoirs fiscaux des entreprises et des particuliers ; ce qui le rend pratiquement inutilisable pour le contribuable lambda simplement soumis à l'impôt sur le revenu.

Après avoir entendu les représentants des usagers, le ministre quittait la séance pour aller, lors d'une conférence de presse, présenter aux médias le contenu de la charte du contribuable, ce qui tendait à démonter le peu de cas qu'il avait l'intention de faire des remarques des représentants des contribuables.

En conclusion, la charte devrait être définitivement adoptée en septembre 2005, et c'est bien dans la pratique que nous constaterons si ce document est bien un plus pour le contribuable citoyen dans ses rapports avec l'administration fiscale ou bien simplement un gadget supplémentaire faisant parti d'un plan média d'un ministre à un moment donné.

Marc LAGAE
Président de l'ALLDC

Consomag: La certification des gares



Retrouvez-nous dans l'émission Consomag

« La certification des gares »

Sur **France 2**: les samedi 16 et lundi 18 juillet à 13h45

Sur **France 3**: les lundi 11, jeudi 14 et dimanche 17 juillet, à 20h20

Au sommaire, qu'est-ce que la certification de services, quel est le contenu du référentiel, les engagements de la SNCF.

Question écrite posée au gouvernement

En début d'année, nous avons sollicité le Président de la Fédération Nationale Léo Lagrange, Bruno Le Roux afin qu'il interroge le gouvernement sur sa politique d'éducation à la consommation. La réponse nous est parvenue fin mai dernier.

25 janvier 2005.- M. Bruno Le Roux souhaite attirer l'attention de M. le Premier ministre sur la politique d'éducation des jeunes à la consommation et à l'environnement. En effet, cette question qui touche au développement durable de notre planète est une priorité annoncée du Président de la République et un rapport intitulé « De la consoméfiance à la confiance » suggère au Premier ministre de créer une fondation pour la formation, pour l'information et l'éducation du consommateur.

Pour autant, de nombreux acteurs, tant à l'éducation nationale, dans les organismes d'éducation populaire, que dans les associations de défense de l'environnement et du consommateur, nous interpellent sur l'efficacité de cette orientation, sur les décisions relatives à l'accompagnement et à la formation de l'encadrement et enfin sur les moyens donnés aux acteurs et partenaires associatifs pour agir dans

ce domaine. Par conséquent, un état des lieux semble indispensable afin de recenser aussi bien les programmes et les actions de formations que les moyens budgétaires dégagés. Cet inventaire pourrait donner naissance à un programme de formation et d'éducation à une consommation responsable. Aussi, à l'heure où l'on propose de réformer l'école, il semble opportun d'intégrer la « formation consumériste » dans les programmes de l'éducation nationale.

L'enjeu est primordial, en particulier pour les plus jeunes, auxquels il faut donner les moyens d'effectuer des choix responsables en consommant intelligemment avec un souci permanent d'éthique et de sauvegarde de la planète. Dès lors, il lui demande de bien vouloir préciser, en dehors des bonnes intentions de Gouvernement, quels sont les moyens et les financements qu'il va affecter à ce programme pour conduire quotidiennement, en direction des jeunes, des actions d'éducation à la consommation et à l'environnement sur le terrain. –

Question transmise à M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche.

Réponse. – Notre système éducatif a pour mission de contribuer à former de jeunes adultes responsa-

bles, capables de participer activement à la vie de la cité en faisant des choix éclairés grâce à un esprit critique et une véritable autonomie. Dans cet esprit, une éducation à l'environnement a été introduite il y a maintenant près de trente ans (circulaire du 29 août 1977).

Elle s'est depuis fortement développée et s'inscrit dans la perspective du développement durable : depuis la rentrée 2004, l'éducation à l'environnement pour un développement durable (circulaire du 8 juillet 2004) doit faire partie intégrante de la formation initiale de l'élève, tout au long de la scolarité, de la maternelle au lycée. Cette éducation est ancrée sur les enseignements et les croisements disciplinaires préconisés dans les programmes. Elle repose également sur des dispositifs transversaux et des temps de débats organisés, notamment dans le cadre de séance d'éducation civique ou de sciences économiques et sociales qui permettent d'aborder « les dimensions symboliques de la consommation ».

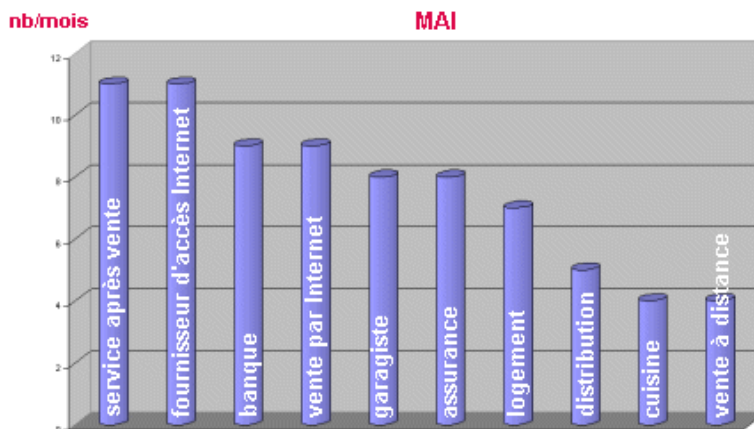
Le ministre met actuellement en place avec l'inspection générale un groupe de travail chargé de concevoir un accompagnement pédagogique aux actions très diverses impulsées dans les académies.

Vous nous alertez, nous réagissons ensemble

Par le biais de notre site Internet consulté par plus de 10 000 personnes par mois et grâce au formulaire d'alerte, tous les jours une dizaine de consommateurs nous font part des problèmes rencontrés.

Depuis maintenant 5 mois nous indiquons mensuellement le top 10 des secteurs d'activités les plus signalés par les internautes (Rubrique « Vous nous alertez, nous réagissons ensemble »).

Les résultats de mai 2005 :



Congrès 2005 à Pau

Les 5 et 6 mai derniers, s'est tenu le 22^{ème} Congrès de la Fédération Nationale Léo Lagrange. Le Congrès s'est préparé grâce aux conventions régionales et à la convention nationale qui se sont déroulés tout au long du début de l'année 2005. L'objectif principal de ces conventions était de proposer «Cent idées pour la jeunesse ». La méthode : « Si j'étais ministre de la jeunesse... ».

Nous vous présentons ci-dessous quelques idées en adéquation avec nos activités d'éducation à la consommation vers les jeunes :

- Les programmes scolaires sont à refondre, en y intégrant d'autres contenus, d'autres interventions pour :
 - S'initier au plus tôt, dès l'école primaire, à la philosophie, l'éthique, l'esprit critique,
 - Découvrir et pratiquer la création artistique, la citoyenneté, l'animation, l'interculturel,
 - Acquérir un mode de lecture critique des images en général et des médias en particulier,
 - Découvrir le monde autrement qu'à travers ces médias,
 - Prendre du recul par rapport aux modes et aux marques,
 - Être capable de consommer équitablement et avec responsabilité, sans se laisser manipuler,
 - Appréhender les nécessités de l'écologie et du développement durable,
 - Maîtriser l'essentiel des règles de la conduite des véhicules et de la sécurité routière,
 - Savoir gérer sa santé, résister aux addictions, exprimer et maîtriser ses difficultés et angoisses familiales, sentimentales, sexuelles...
 - Être formé au secourisme,
 - Parler plusieurs langues en les apprenant et en les pratiquant ailleurs que dans des cours (voyages, échanges, accès aux cultures du monde...),
 - Être préparés à développer et gérer efficacement des projets individuels et collectifs,
 - Utiliser davantage qu'aujourd'hui les technologies de l'information et de la communication, en refondant et redéfinissant en conséquence les rôles du temps scolaire et des enseignants,
- Découvrir concrètement la vie associative et l'économie sociale comme des réponses aux besoins collectifs et comme un autre modèle d'organisation du monde.
- Contrebalancer les aspects néfastes de la publicité, des modes, du marketing, des images, des médias ou de la réalité virtuelle.
- Les campagnes, semaines ou journées nationales portées par les associations avec l'aide des pouvoirs publics doivent être multipliées. Notamment en faveur de l'engagement des jeunes, de la consommation responsable ou de la vie associative elle-même. Des stars appréciées des jeunes pourraient même être mises à contribution pour vanter les causes citoyennes avec le même entrain qu'elles vantent les grandes marques de produits...
- Dans le cahier des charges des chaînes de radio et de télévision publiques seront prévues :
 - Des créneaux de grande écoute pour des émissions nationales et régionales éducatives conçues pour et par les jeunes.
 - Des temps d'antenne où les associations nationales de consommateurs pourront éduquer à l'image et critiquer les médias et les marques (dans la logique « de l'éthique sur l'étiquette »). Les jeunes adeptes du « no logo » ou exprimant du recul par rapport aux dictatures des marques et du marketing y seront valorisés.
- Les chaînes privées seront incitées à rentrer dans les mêmes logiques.
- Une taxe sur les recettes publicitaires permettra le financement proportionnel de campagnes éducatives et d'organisations de défense des consommateurs. Les dépenses marketing de l'industrie pharmaceutique seront surtaxées, dans le même esprit.
- Dans le cadre d'une meilleure traçabilité de la fabrication de tous les biens, les produits et services conformes à l'éthique et aux exigences du développement durable bénéficieront d'un taux réduit de TVA.
- L'octroi de crédits à la consommation à des personnes insolvables vaudra annulation des dettes concernées et sera pénalisée.

Congrès 2005 à Pau (suite)

- Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) sera invité à réguler très sévèrement, voire interdire les publicités radio télévisées ciblant les enfants et à être davantage rigoureux contre la promotion de la violence, de l'alcool, de la pornographie, de la vitesse...
- Toute publicité, directe ou indirecte, sera interdite dans le cadre scolaire.

Ce Congrès a aussi été l'occasion d'adopter une charte dite « charte 21 » revendiquant ainsi notre inscription dans le champ de l'économie sociale et dans celui du développement durable :

Charte 21 « S'associer pour que le monde progresse »

Par la présente charte, les militants de la Fédération Nationale Léo Lagrange veulent affirmer leur attachement au projet de développement durable pour l'humanité tel que défini et adopté au Sommet de la Terre à Rio en 1992. Par leur engagement dans l'économie sociale ils soutiennent la revendication d'une économie mise au service de l'Homme.

Parce que le système économique néolibéral qui veut s'imposer comme mode unique d'organisation des échanges entre les hommes provoque chaque jour davantage de dégâts parmi les groupes sociaux les plus vulnérables, au Nord comme au Sud :

Parce que la croissance mondiale du profit cache en fait l'accroissement incessant des inégalités au sein même des peuples et des générations ;

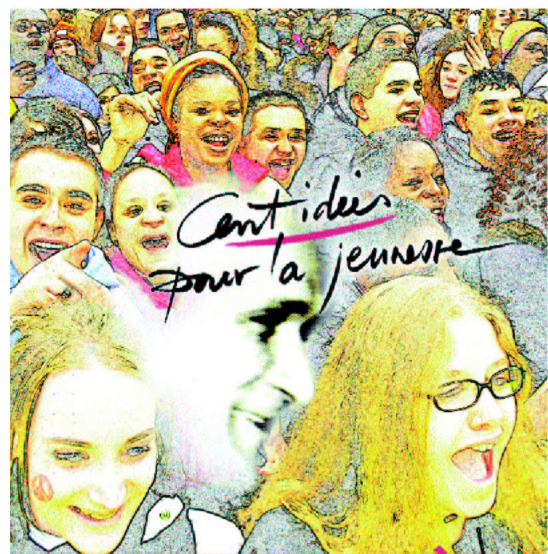
Parce que l'élargissement sans fin du marché n'est pas compatible avec les principes du développement durable ni d'ailleurs avec une véritable démocratie ;

- Les militants de la Fédération Léo Lagrange réaffirment avec force leur idéal et leur attachement aux valeurs du socialisme, au sens le plus élevé et le plus ouvert du terme, et agissent par leur action quotidienne pour que le monde progresse ! Ils s'associent pour réaliser le but que la Fédération s'est donné et qui motive leur engagement,
- De contribuer à l'avènement d'une société de progrès, la construction d'un monde plus juste et plus solidaire, la promotion de l'engagement personnel et collectif en faveur d'une Europe et d'un monde de citoyens, la démocratisation de la culture, des loisirs et de toutes activités éducatives, le rapprochement des femmes et des hommes dans un esprit de compréhension réciproque et d'amitié fraternelle.

A l'opposé de la mondialisation libérale qui entretient la promesse mensongère que le bonheur social est garanti par le marché et ignore les aspirations les plus profondes de l'humanité, le combat des militants de la Fédération Léo Lagrange vise également à démontrer qu'une autre économie est possible, qui repose sur le caractère désintéressé de l'accroissement des richesses sociales et le refus de la marchandisation des liens sociaux.

Leur projet appelle ainsi au renforcement de la démocratie économique.

Pour contribuer avec détermination à la réalisation d'une Europe civique et sociale, d'un monde de citoyens, multipolaire, qui rejette toute forme d'impérialisme et ne laisse pas guider son avenir par les seuls intérêts économiques et financiers, la Fédération Léo Lagrange choisit de s'organiser pour offrir une alternative crédible aux organisations marchandes, en conformité avec les valeurs de l'économie sociale auxquelles elles revendiquent son attachement.



Congrès
de la Fédération Nationale
Léo Lagrange
Pau, 5 & 6 mai 2005



DOSSIER DU DÉLÉGUÉ