



CONSO MM ACTEUR

Bulletin de Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs / N°68 , mars 2007

Campagne présidentielle

Les membres du conseil d'administration de notre association ont souhaité le 14 mars 2007 adresser un courrier aux candidats à l'élection présidentielle d'avril 2007, les interpellant sur la place donnée à une politique de la consommation dans leur programme et en attirant leur attention sur les sujets qui les préoccupent. Vous trouverez ci-après le contenu de ce courrier.

Madame (ou Monsieur),

Vous êtes candidat(e) à l'élection présidentielle du printemps 2007. En conséquence, vous sollicitez les suffrages des citoyens à partir des propositions contenues dans votre programme. A chaque élection présidentielle, la dimension consumériste est absente ou presque toujours absente du débat alors que l'ensemble des citoyens sont des consommateurs comme vous et moi et que l'acte de consommer est pratiqué tous les jours, par nous tous, quel que soit notre âge, notre religion, nos engagements philosophiques ou politiques. Vous avez un programme, et forcément celui-ci fait l'objet d'un chiffrage. Mon intention n'est pas de commenter le coût de vos propositions, mais d'insister sur le volet de la croissance et de son niveau qui sont tous les deux des éléments moteurs du développement économique de notre pays. En effet, le niveau de la croissance engendre des retombées sociales différentes selon que celle-ci est forte, faible ou moyenne. Comme vous le savez, l'un des éléments de la croissance est la consommation des ménages et il n'y a pas de croissance sans consommation développée et sans confiance retrouvée des consommateurs. Cette confiance passe, nécessairement, par des mesures en faveur des consommateurs et de leurs représentants organisés en associations de défense des consommateurs. Celles-ci sont urgentes et nombreuses. Il n'est pas nécessaire, ici, de vous en dresser le catalogue mais plutôt de vous tracer trois grands axes prioritaires :

LE DROIT DES CONSOMMATEURS :

Les pratiques des consommateurs évoluent avec le marché et le progrès des nouvelles technologies. En effet, le commerce électronique, les téléphones portables et les offres des fournisseurs d'accès à Internet sont, aujourd'hui, en développement constant et génèrent une multitude de litiges avec les professionnels.

Pour éviter un flot incessant de procédures amiables ou judiciaires, le Gouvernement, à la demande des associations de défense des consommateurs et du Président de la République, a mis en chantier un projet de loi, qui devait permettre aux consommateurs de se regrouper pour défendre leurs droits. Ce dernier a été retiré, sous la pression des lobbys des professionnels. Dans ce projet de loi, il était prévu la création d'une action de groupe ou « class action », ce qui aurait été une réelle avancée, mais elle n'a pas vu le jour. Notre association souhaite que la mise en place de cet outil de défense des consommateurs lésés soit un des premiers actes législatifs de la future assemblée nationale.

LA RECONNAISSANCE DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS :

Les associations de consommateurs détiennent un double agrément du Ministère de la Justice et du Ministère de l'Économie et des Finances qui leur est accordé pour une durée

Campagne présidentielle (suite)

de 5 ans. Les conditions d'octroi de cet agrément font l'objet, à chaque renouvellement, de multiples interprétations de la part des ministères de tutelle. Les Ministres, par l'intermédiaire de leurs cabinets et de leurs fonctionnaires, n'ont pas de doctrine claire et font des pressions inadmissibles pour tenter de modifier la gestion, le fonctionnement et l'organisation de nos associations. Nous souhaitons, là encore, que ce texte soit réexaminé, pour éviter toute interprétation, avec comme seul objectif, la reconnaissance des associations à partir de leur travail consumériste et non pas sur la manière dont elles ont décidé, démocratiquement, de s'organiser.

Le budget de l'État consacré au développement et à l'aide au mouvement consumériste est notoirement insuffisant au regard de la prise en charge considérable que suppose ce secteur d'activité. Ces associations, relais sociétaux intermédiaires essentiels, perçoivent un des plus petits budgets consacrés par l'État, au regard justement de tous les autres secteurs associatifs. L'administration de tutelle (DGCCRF) doit en être, depuis 20 ans, à sa 10^{ème} nouvelle proposition de répartition des subventions. La question essentielle, pour nous, c'est bien le montant global de l'enveloppe budgétaire.

Nous demandons la prise en compte de l'ensemble de nos missions et une corrélation entre ces missions et un financement suffisant à les assurer, et ce dans le cadre d'une convention pluriannuelle d'objectif prévoyant des règles du jeu claires et des indicateurs d'évaluation.

VIE CHÈRE ET POUVOIR D'ACHAT:

Les citoyens consommateurs subissent de plein fouet l'augmentation des prix, depuis la mise en place de l'Euro. Nous n'avons aucun moyen d'agir sur l'augmentation des prix, car depuis, une ordonnance de 1986, les prix sont libres et le marché doit tout réguler.

La seule réponse à cette situation, pour l'ensemble des candidats, est l'augmentation du pouvoir d'achat. C'est un peu court et surtout peu crédible ; c'est pourquoi nous proposons d'agir sur la maîtrise des prix.

Cela suppose des décisions sur le plafonnement des montants des loyers sociaux et la renégociation de l'ordonnance de 1986 avec, comme objectif, et lorsque c'est nécessaire, le blocage des prix de certains produits. Ces produits constitueraient la base d'une liste de produits de première nécessité qui détermineraient un nouvel indice des prix et qui se verraient appliquer un taux de TVA réduit (5,5% par exemple).

Par ailleurs, les tarifs bancaires doivent être encadrés et ne doivent plus faire l'objet d'une augmentation galopante.

Aussi, les organismes de crédit et les banques doivent mettre en œuvre un code de déontologie où seront clairement fixées les obligations de conseils des prêteurs. Ces mesures pourraient réduire, de façon significative, le nombre de ménages surendettés. Il me semble que le thème de la vie quotidienne des Français, tel celui du consumérisme, ne peut rester sur les bords du chemin de cette campagne présidentielle. Nous ne souhaitons pas, comme l'ont fait certains, à une époque, sauter le pas de l'associatif au politique pour nous faire entendre.

C'est pourquoi, au nom de l'Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs et de son conseil d'administration que je préside, je souhaite pouvoir m'entretenir directement de ces propositions avec vous ou avec de l'un de vos représentants.

Dans l'espoir de vous lire et de vous rencontrer, je vous prie d'agréer, Madame (ou Monsieur), l'assurance de ma considération.

**Le Président
Marc LAGAE**

Nouvelle stratégie européenne de protection des consommateurs

La commission européenne vient de présenter sa nouvelle stratégie de protection des consommateurs pour la période 2007-2013, une stratégie qui consiste aujourd'hui en une vingtaine d'initiatives législatives ou volontaires, visant à renforcer le commerce de détail au sein du marché intérieur, sachant que les dépenses de consommation représentent 58% du Produit Intérieur Brut (PIB) de l'Union Européenne.

La commission entend dé-

ployer une stratégie fondée sur cinq « piliers » :

- l'actualisation du droit ;
- la mise en place des voies de recours et des mesures coercitives fortes ;
- la consolidation du système RATEX de surveillance des marchés et d'alerte rapide de l'UE permettant la notification des produits dangereux ;
- le renforcement des liens politiques entre politique des consommateurs et les autres politique de l'UE ;
- l'amélioration de l'information des consommateurs.

Concernant l'actualisation du droit, la priorité ira à la révi-

sion de plusieurs directives essentielles portant aussi bien sur les garanties aux consommateurs que sur la livraison. Les autres priorités d'action seront notamment :

- la directive sur la multipropriété ;
- une nouvelle directive sur le crédit à la consommation ;
- un rapport sur la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs ;
- un rapport concernant l'application de la directive sur la sécurité générale des produits.

Yves Huguet

Régions

Les consommateurs mécontents

Comme nous l'indiquons sur notre site internet, nous ne répondons pas individuellement à tous les consommateurs qui nous saisissent par le biais de notre rubrique « Vous nous alertez, nous réagissons ensemble ». Cependant, chaque mois, nous tentons de répondre à des courriels de consommateurs relatifs aux problèmes qu'ils rencontrent.

Une question: je me suis rendu avec mon épouse à Madrid par le biais d'une compagnie aérienne. Au retour, je me suis présenté à l'aéroport une heure avant le décollage; on m'a baladé de guichet en guichet pour, au final me dire qu'il était trop tard pour embarquer. J'ai dû racheter mon billet retour à une autre compagnie (387€).

Je soupçonne l'agence d'avoir vendu ma place d'avion à une autre personne. On m'a proposé d'attendre deux jours de plus et un surcoût de 150€ ce que j'ai refusé car je devais rentrer à la date prévue. Comment me défendre dans cette situation?

Léo répond: Vous avez été victime de « surbooking ». Vous pouvez prétendre au remboursement du prix du billet ainsi qu'à une indemnisation en raison du préjudice subi (article 1147 du code civil). De plus, en cas de vol européen, vous pouvez vous prévaloir des dispositions du règlement européen du 17 février 2005 qui prévoit une indemnisation forfaitaire qui est fonction de la longueur du trajet et du retard en cas de réacheminement.

Une question: j'ai payé mon assurance habitation

avec 3 mois de retard. Le service contentieux a accepté de m'accorder des délais de paiement. J'ai réglé les 2 premières échéances mais je me suis aperçue que je n'étais plus assurée. Je n'ai pas voulu payer la 3ème échéance. Comment se fait-il qu'en payant l'année en cours même en retard, je ne sois pas assurée?

Léo répond: En l'absence de paiement des cotisations à l'échéance, l'assureur met l'assuré en demeure de payer sa prime. Dans les 30 jours, à défaut de régularisation de l'impayé, la garantie est suspendue. Dix jours plus tard, en l'absence de règlement le contrat est résilié. Selon l'article L113-3 du code des assurances l'assuré doit régler l'intégralité de la prime même s'il ne bénéficie plus de la garantie.

Bienvenue au Club!

« **O**n se connaît donc on peut dialoguer » telle est la devise que s'est fixée Boulogne infoconso, association créée en septembre 2005 et affiliée à notre association.

C'est la dernière née des associations de consommateurs à Boulogne sur Mer aux côtés de la CLCV, de l'UFC, de la CSF, de la CNL qui, grâce à un ensemble de compétences, intervient dans les domaines du bâtiment, de l'assurance, du secteur automobile, de l'hygiène alimentaire, de la grande distribution. Son champ d'action s'étend de Calais à la Baie de Somme, ainsi que l'Audomarois. Aujourd'hui Boulogne infoconso c'est 452 adhérents.

Contre vents et marées et malgré de nombreuses tentatives de déstabilisation, le résultat est là aujourd'hui et l'association est en plein essor.

Boulogne infoconso se veut un acteur de proximité auprès des consommateurs et développe un consumérisme qui prend en compte la dimension sociale et environnementale dans un contexte de plus en plus européen.

Les principales missions de l'association sont :

- une permanence téléphonique en droit de la consommation est assurée du lundi

au samedi de 8h à 20h (1) et des permanences physiques sur 12 sites sans des mairies et des centres sociaux (voir site internet : www.leolagrange-conso.org) ;

- des animations dans les galeries marchandes de Grandes Surfaces Auchan Calais – Atac Etaples – Leclerc Lumbres – Intermarché Marquise Saint Etienne au Mont,

- des enquêtes micro trottoirs à thème : « ne soyez pas le maillon faible de la chaîne du froid » - « les marchés forains vu à la loupe » - pas vu pas pris au niveau de la publicité des prix » - « vivement dimanche » - « ne boudez pas le poulet » ;

- des actions concernant les antennes relais, les aires des gens du voyage, les lisiers en milieu rural ;

- une action « jeune consommateur » avec un Lycée d'Enseignement Professionnel (LEP) à propos de la chaîne du froid ;

- un observatoire des prix et la publication d'un panier de la ménagère ;

- une action spécifique au niveau de l'hygiène alimentaire et de la chaîne du froid et du chaud.

Boulogne infoconso conduit deux actions jugées prioritaires :

- un administrateur itinérant chargé de la ruralité à la disposition des usagers, des

personnes non valides âgées, œuvre sur le terrain avec une passion farouche sillonnant tous les villages des cantons de Montreuil Etaples, Hucqueliers, Hesdin Fruges parcourant en moyenne plus de 800 kilomètres par mois;

- un médiateur du commerce traditionnel en relais avec les chambres de commerce et d'industrie, bien connu dans le tissu économique local.

Des contacts ont été pris avec des associations de consommateurs britanniques pour répondre aux sujets de sa Majesté qui sont confrontés à diverses tracasseries de la vie quotidienne car la région est une plaque tournante de plus de deux millions de passagers chaque année avec le tunnel sous la Manche, les Cars Ferries.

Boulogne infoconso depuis sa création jusqu'à son Assemblée Générale en octobre 2006 c'est 1473 appels téléphoniques, c'est la prise en charge de 597 dossiers, avec un taux de réussite de 78 %.

(1) Boulogne infoconso Assistance juridique téléphonique du lundi au samedi de 8h à 20h
Adresse postale BP 166 -62203 Boulogne sur mer Cedex Réceptions sur RDV : tél : 03 21 92 37 09 - fax : 03 21 32 85 30 - courriel : 62@infoconso.org

A . R / Y . H

L'équipe de l'ALLDC souhaite la bienvenue à Arthur né le 7 mars dernier et adresse à sa maman , Marie-Laure Davy, ses félicitations.



De la responsabilité sociétale

Notre association depuis toujours revendique des initiatives concertées entre les pouvoirs publics, les professionnels et les représentants de la société civile (associations de consommateurs, environnementales, syndicats) dans le domaine de la responsabilité sociale des entreprises et du développement durable.

Nous avons participé en particulier à la mise en place de groupes de travail dans le cadre d'AFNOR sur ces sujets où nous nous sommes très impliqués.

Suite au rapport présenté au Conseil National de la Consommation et dans le prolongement de l'avis adopté à l'unanimité par les professionnels et les associations de consommateurs au mois de février 2004 (http://www.finances.gouv.fr/DGCCRF/boccrf/04_02/a0020038.htm) nous avons soutenu le lancement de travaux internationaux à l'ISO dans le domaine de la RSE.

Où en sommes nous aujourd'hui ?

Priscilla CRUBEZY qui a pris le relais de Marie Laure DAVY représente notre association dans les travaux initiés par l'ISO sur la responsabilité sociale des organisations. Elle vous expose ici un rapport synthétique d'étape.

Et si vous étiez à l'origine d'ISO 26 000 ?

Dès 2000, un nombre croissant de consommateurs fait entendre son inquiétude au sujet de l'intégrité sociétale des entreprises dans le cadre de leurs opérations sur les marchés mondiaux.

C'est en réponse à ce mouvement qu'en 2001, le comité ISO chargé de la politique en matière de consommation, le COPOLCO, initie une étude de faisabilité par rapport à la normalisation de la responsabilité sociétale des entreprises et lance un forum pour recenser les attentes des parties prenantes. Hébergé par le bureau canadien de la consommation, ce forum doit faciliter un débat mondial sur le rôle potentiel de la normalisation dans la définition des composants de la responsabilité sociétale des entreprises.

En avril 2004 le comité consultatif chargé de cette étude a formulé ses recommandations : d'accord pour un guide non certifiable, mettant l'accent sur les résultats et la performance, tout en tenant compte de la diversité des contextes et de la complémentarité avec d'autres outils. Cible : tout type d'organisation.

Juin 2004, Stockholm, Suède : décision en faveur de l'élaboration d'une norme ISO de lignes directrices sur la RS. 2005, un groupe de travail, co-animé par la Suède et le Brésil, est mis en place pour élaborer la future norme ISO 26 000. L'objet est de produire un guide, en langage clair, compréhensible et pratique pour des non spécialistes sans but de certification.

Quelques mises en garde : ISO n'a pas de légitimité pour définir des attentes de la société ; en conséquence elle doit reconnaître et déroger aux instruments issus d'institutions politiques internationales, et aux compétences d'agences supranationales. Surtout, ISO devra revoir ses processus internes pour permettre une réelle représentativité des parties prenantes et des pays en développement.

Dès le début, un accord a été conclu entre l'ISO et l'Organisation Internationale du Travail (OIT) afin d'accorder à cette dernière un droit d'avis, préalable à chaque consultation, sur les futures versions du projet de document ISO. En décembre 2006, un accord similaire a été conclu entre l'ISO et le Global Compact des Nations Unies.

Chaque pays membre de l'ISO, via son institut de normalisation, doit être représenté par six

De la responsabilité sociétale (suite)

catégories d'expert : gouvernement, industrie, consommateurs, ONG, syndicats, consultants/chercheurs. Un quota d'observateurs est aussi admis. Une participation consultative au groupe de travail a également été ouverte à des organisations représentatives des parties prenantes - 34 organisations en janvier 2007.

S'ajoute au dispositif, des équipes linguistiques et culturelles agréées dont la mission est de disséminer les travaux dans les différentes régions du monde : Francophonie, Russie, Espagnol, Arabe.

Le groupe de travail s'est réuni en plénière au Brésil en mars 2005, en Thaïlande (septembre 2005), et au Portugal (mai 2006). Mais grâce à la technologie, le travail se fait en continu – mails, (pardon, courriels) téléconférences...Un premier, puis un deuxième projet ont déjà vu le jour.

La 4ème réunion plénière, organisée par *Standards Australia*, s'est tenue en tout début d'année 2007 à Sydney (29 janvier - 2 février). De l'avis de tous, c'était un tournant dans le processus d'élaboration de la future norme ISO 26000. Un climat de confiance s'instaure et un esprit de consensus s'établit parmi les nombreux partenaires présents - environ 275 participants venant de 54 pays membres de l'ISO, la participation des pays en développement en nette augmentation, la participation des femmes progressant aussi (38%) :

La délégation française est hébergée par AFNOR , précurseur sur ces sujets. Nourrie de son expérience, elle est bien positionnée pour apporter une contribution de qualité – publication en 2003 de SD 21000 « Guide pour la prise en compte des enjeux du développement durable dans la stratégie et le management de l'entreprise » ; guide d'aide à la hiérarchisation des enjeux du développement durable en entreprises (FD X 30-023, avril 2006).

Les travaux de rédaction d'ISO se poursuivent. Prochain rendez-vous à Vienne début novembre 2007. C'est l'institut autrichien de normalisation qui invite, avec le soutien du gouvernement autrichien, de l'Agence autrichienne pour le développement, du Pacte mondial des Nations Unies et de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI).

Pour plus d'informations www.iso.org/sr. Les documents de travail peuvent être consultés sur www.iso.org/wgsr