

Le 14 octobre 2009,

Assises de la consommation

Groupe 2

Contribution ALLDC

Les secteurs nécessitant une amélioration

- [Accident de la vie courante](#)

Au regard du nombre d'accident de la vie courante touchant les personnes les plus fragiles (enfants, personnes âgées, porteuses d'un handicap...), la prévention et la sensibilisation sont des priorités. Les accidents de la vie courante couvrent un grand nombre d'évènements : accidents domestiques à la maison, accidents extérieurs à la maison, accidents scolaires, accident de sport et accidents de vacances et de loisirs.

Le champ d'action étant très vaste, des partenariats et des moyens financiers doivent être trouvés comme par exemple l'éducation nationale, des associations oeuvrant dans le secteur de l'éducation populaire et prenant en charge les enfants pendant leurs temps libre, les structures d'accueil des personnes âgées mais également les professionnels (magasins de bricolage, fabricants de piscine, fabricants d'équipements en sports et loisirs) peuvent être associés pour toucher un grand nombre de personnes.

Des actions ont été entreprises pour sensibiliser les citoyens et interpeller les pouvoirs publics comme par exemple la réalisation en septembre 2008 du livre blanc « prévenir les accidents de la vie courante ».

Signataire de la charte pour la prévention des accidents de la vie courante, l'ALLDC demande aux pouvoirs publics de déclarer la lutte contre les accidents de la vie courante comme grande cause nationale. Ainsi, des moyens financiers pourront être octroyés pour mener des actions de sensibilisation, élaborer des outils pédagogiques à destination de la population. En effet, les actions menées actuellement sont positives mais elles sont trop ponctuelles.

- [Syndic de copropriété](#)

Les copropriétaires se questionnent beaucoup des sujets liés à la conservation de leur bien comme par exemple le coût de la rénovation des ascenseurs, l'impact des normes écologiques et surtout sur le choix du syndic de copropriété. Le problème récurrent est celui de la fixation des tarifs des syndicats de copropriété et les honoraires injustifiés de ces derniers. Or, la transparence des tarifs permettraient aux copropriétaires d'effectuer des comparaisons et ainsi de réguler le marché.

Le 27 septembre 2007, suite à la tenue d'un groupe de travail, le CNC a rendu un avis sur les syndicats de copropriétés contenant des propositions qui ont trouvé un consensus entre professionnel et consommateurs. Des contrôles réalisés par la DGCCRF en 2008, font état de 89% de contrats conformes à l'avis du CNC. Nous restons septiques quand aux résultats de ces contrôles car, ces enquêtes sont contraires à la réalité du terrain que nous rencontrons lors de nos permanences. De plus, selon différentes enquêtes d'associations de défense des consommateurs et de l'INC (60 millions de consommateurs avril 2009), les professionnels n'ont pas dans la majorité des cas repris et respecté les recommandations de l'avis. Ainsi force est de constater que les améliorations sont encore faibles.

Il ne s'agit pas ici dans le cadre des assises de refaire le travail qui a été effectué par le groupe de travail du CNC. Mais, force est de rappeler que les avis du CNC n'ont pas de pouvoirs contraignants. L'ancien ministre de la consommation, Luc Châtel avait menacé de prendre un arrêté, instituant ainsi les propositions du groupe de travail du CNC, en cas de non respect par les syndicats de copropriété de l'avis. Ainsi, nous profitons de l'opportunité qu'il nous est donné dans le cadre de ces assises de réaffirmer la position des associations de défense des consommateurs. **Ainsi, ALLDC demande aux pouvoirs publics de prendre un arrêté pour rendre obligatoire cet avis du CNC.**

- [Sur la faillite des sociétés](#)

La feuille de route des assises de la consommation, nous propose de réfléchir à la protection des consommateurs victimes de la faillite de société de vente à distance. En effet, les multiplications des faillites de plusieurs sociétés de vente à distance comme la Camif, showroom 21 ou le magiciendesprix, a le mérite de permettre de réfléchir aux mesures pour protéger le consommateur. Force est de constater que ce problème ne concerne pas simplement les consommateurs ayant acheté sur internet. La faillite de la société magicday et du transporteur aérien skyEurope, démontre bien que peu importe le circuit de vente, il est urgent d'envisager des solutions.

En l'état actuel du droit, en cas de faillite d'une entreprise, le consommateur qui a réglé son achat devient créancier de la société, tant qu'il n'a pas reçu la marchandise. A compter la publication du jugement, le consommateur, dispose de deux mois pour produire sa créance auprès du liquidateur (copie du contrat, facture...). Le consommateur, dont la créance ne possède aucun privilège, a peu de chances de pouvoir récupérer le prix payé ou l'acompte versé car c'est un créancier chirographaire.

Deux solutions s'offrent aux consommateurs soit sur le fondement de l'article L.131-35 du code monétaire et financier qui prévoit que l'émetteur d'un chèque peut faire opposition en cas de redressement ou de liquidation de l'entreprise bénéficiaire, soit en cas de paiement en carte bleue, de faire opposition aux opérations réalisées 70 jours avant la liquidation (article L132-2 du code monétaire et financier). Le consommateur peut tenter de récupérer son bien auprès du transporteur sur les bases de l'article 1603 du code civil. Mais, en pratique il s'agit de mesures trop tardives et le consommateur est seul dans cette jungle. En outre, cette situation soulève d'autres problèmes comme la mise en application des garanties légales et commerciales ou encore des achats financés à crédit.

Suite à cette multiplication des faillites d'entreprises, des propositions de loi ont été formulées par des députés. La proposition n°1339 du 18 décembre 2008, a pour objet d'imposer un paiement à l'expédition. La seconde proposition du 18 décembre 2008, propose de modifier l'article L.132-6 du code monétaire et financier et ainsi de porter à 120 jours le délai légal durant lequel le consommateur pourrait faire opposition au paiement dans le cas d'une situation de redressement ou de liquidation judiciaire.

La troisième proposition du 29 septembre 2009 envisage deux aspects. Les députés proposent de renforcer les pouvoirs de la DGCCRF pour suspendre ou limiter la prise de nouvelles commandes par des vendeurs à distance dans l'incapacité les honorer et également la possibilité d'alerter le tribunal de commerce sur les difficultés financières d'une entreprise. Le deuxième volet vise à exclure l'action directe des transporteurs contre les consommateurs pour les contrats de vente à distance.

Or, les trois propositions ciblent les clients de vente à distance. En effet, selon les propositions, la vente à distance implique dans la majorité des cas un délai de livraison, qui constitue une période à risque pour les consommateurs ayant déjà réglés leurs achats.

Mais l'acheteur d'un coffret cadeau qui ne pourrait pas bénéficier de son service ne peut-il pas bénéficier des mêmes protections que l'acheteur sur Internet ? Les propositions créeraient un morcellement des législations par catégorie d'acheter.

Par conséquent, l'ALLDC propose la création d'un groupe de travail du CNC qui viserait à réfléchir à des solutions pour le consommateur confronté à la faillite d'une entreprise, quelque soit le secteur d'activité de celle-ci ou de ses modes de commercialisation. Si certains secteurs devaient être privilégiés, l'attention du groupe de travail devrait se porter sur le PME oeuvrant dans le secteur du bâtiment.

- [Secteur de l'énergie](#)

La directive européenne instituant la libéralisation du secteur de l'énergie a été transposée par une loi du 10 février 2000. Depuis, la loi du 10 février 2000, transposant la directive européenne sur la libéralisation du secteur de l'énergie, le paysage de l'énergie a été bouleversé. De nombreux fournisseurs ont vu le jour et des offres prolifèrent dans le secteur. Or, fort de notre présence auprès des consommateurs, nous avons pu constater que les usagers ne paraissent pas suffisamment informés du nouveau paysage de l'énergie.

La libéralisation du marché de l'énergie a vu naître des nouveaux fournisseurs d'énergie (pweo, directe énergie), de nouvelles offres de ces fournisseurs et également des abus (vente forcée, augmentation des tarifs ...). En outre, le premier rapport d'activité du médiateur de l'énergie fait état de nombreuses mauvaises pratiques des fournisseurs d'électricité et de gaz, comme par exemple l'augmentation abusive des mensualités d'un client, la difficulté de vérifier les factures et les tarifs mais également le problème du traitement des réclamations auprès des fournisseurs d'énergie.

Le consommateur a réellement besoin d'éclaircissement sur le fonctionnement de ce marché. Par ailleurs, la législation prévoit des aides pour les consommateurs. Le décret du 8 avril 2004, entré en vigueur le 1er janvier 2005 prévoit une tarification spéciale de l'électricité. Il s'adresse aux personnes physiques titulaires d'un contrat de fourniture d'électricité qui en demandent le bénéfice et dont les ressources annuelles sont inférieures ou égales à 5520 €. Le décret du 10 Août 2005 généralise à l'ensemble des fournisseurs le service maintien d'énergie (SME). Il s'agit d'une fourniture minimale d'énergie et d'une réduction de la puissance fournie. Enfin, en cas d'impayés de factures d'énergie, le fond de solidarité logement peut être sollicité.

Ces dispositions ne sont pas ou peu connues des consommateurs. Les partenaires relais, comme les services sociaux ou les points d'information multiservices doivent relayer et informer les consommateurs sur ces possibilités.

Force est de constater que les pouvoirs publics n'ont pas communiqué de manière suffisante sur les bouleversements du secteur de l'énergie, à la différence de la campagne très médiatique pour le passage à la télévision numérique.

L'ALLDC propose de communiquer auprès des consommateurs sur le marché ouvert auprès des consommateurs. La création d'un guide pédagogique pourrait être envisagée à charge pour chaque associations de consommateurs de le diffuser à son réseau de contacts (associations locales, partenaires, travailleurs sociaux...)

L'ALLDC sollicite des contrôles renforcés des opérateurs qui se livrent à des pratiques de démarchage abusifs, entraînant de réels préjudices pour les consommateurs.

- [Développement durable](#)

Le secrétaire d'état chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation, Hervé Novelli et la secrétaire d'état chargée de l'écologie, Chantal Jouanno se mobilisent pour promouvoir la consommation durable et responsable. Le 8 octobre dernier, une table ronde a eu lieu en présence des deux ministres sur deux thèmes : la promotion et la mise à disposition des produits « éco-responsables » et éco-labellisés.

Nous nous réjouissons que ces thématiques, qui sont au cœur de l'action de l'ALLDC, soient traitées par les pouvoirs publics. En effet, l'ALLDC s'est dotée d'un projet éducatif au service du consommateur, fondée sur le principe d'éducation du citoyen à une consommation responsable. Pour répondre à ce principe, le projet de l'ALLDC tend à lui donner les moyens de se repérer sur un marché des produits et services de plus en plus complexes, afin qu'il choisisse en fonction de ses besoins, de ses envies, de ses moyens financiers, mais aussi qu'il connaisse ses droits et ses devoirs et sache les faire valoir en cas de litige.

Léo Lagrange Consommation se mobilise aux côtés d'associations environnementalistes et solidaires, dans le cadre de collectifs, afin de promouvoir une politique transversale de la consommation intégrant les questions sociales, économiques, sanitaires et environnementales. Par exemple, Léo Lagrange est membre du Collectif National de «l'Ethique sur l'Etiquette». Ce collectif tend d'interpeller les acteurs notamment de la grande distribution sur les questions d'éthique sociale. Nous avons également participé activement depuis plusieurs années à l'élaboration de la norme ISO 26000 sur la responsabilité sociétale des organisations.

Ainsi, nous participons à la promotion des éco labels (éco label européen et marque NF environnement), afin d'aider le consommateur à mieux repérer les produits les plus respectueux de l'environnement. Des actions doivent être mises en place pour sensibiliser les consommateurs à ces questions. Mais, cette promotion ne doit pas permettre aux entreprises de surfer sur la vague écologique pour accroître leurs ventes. Cela ne doit pas devenir un produit marketing qui créerait une confusion dans l'esprit du consommateur.

L'ALLDC, compte tenu de son expérience et de son engagement de longue date dans ces secteurs considère que chacun des acteurs doit participer. Les produits doivent être mis à la portée d'un grand nombre de personnes et pas seulement à une catégorie aisée de la population compte tenu du coût des produits. Force est de constater que les projets législatifs actuels sur les questions environnementales font peser sur le consommateur le coût des changements environnementaux (taxe carbone, fiscalité écologiques sur les carburants, création de péages urbains). Le consommateur ne peut pas être l'unique partie à supporter la prise de conscience de protéger l'environnement. La grande distribution, les entreprises, les collectivités via les appels d'offres notamment doivent également participer de manière plus importante.

Si l'on souhaite traiter ces sujets en profondeur, nous considérons que les assises de la consommation ne sont pas le lieu adéquat pour débattre et qu'un travail à long terme attend les parties prenantes. Ces thématiques sont primordiales pour les consommateurs et les générations futures.