



ORGANISATION GENERALE DES CONSOMMATEURS

Siège national - 64 Avenue Pierre Grenier - 92100 Boulogne-Billancourt – France

Tél : (33) 01 46 08 60 6 0 - Télécopie : (33) 01 46 08 00 44

Courrier électronique : contact@orgeco.net

Site internet : <http://www.orgeco.net>

ASSISES DE LA CONSOMMATION

CONTRIBUTION DE L'OR.GE.CO

Aujourd'hui 17 associations de structure différente, de culture différente sont dévouées à la cause du consommateur grâce à leur diversité et leur caractère pluraliste.

Faut-il rappeler les heures de permanence groupées dans l'héxagone, les réunions auxquelles elles participent, les litiges traités à l'amiable et dans la plupart des cas grâce à l'intervention de bénévoles de plus en plus difficiles à recruter sans contre partie financière.

Néanmoins, ne faut-il pas se poser des questions essentielles ?

- Qu'est ce qu'une association de consommateurs ?
- Qu'attend-on d'elle ?
- Que souhaitent les consommateurs de plus en plus exigeants et qui attendent des résultats ?
- Le monde associatif est-il bien adapté ?

Ne faut-il pas rappeler que les Associations de consommateurs ne sont pas des associations caritatives ?

Dans les départements on constate que les relations mènent quelques fois a plus de solidarité que de productivité.

Or, il faut maintenant professionnaliser . (Envisager peut être des moyens identiques à ceux des associations européennes.) Le secteur de la consommation n'attend pas d'actions de « solidarité », il attend du résultat, de l'efficacité et de la compétence.

L'OR.GE.CO est favorable à des réformes pour renforcer le mouvement consumériste, mais celles-ci doivent tenir compte des structures en place, de la diversité des compétences (richesse), de la diversité des demandes, du travail effectué sur le terrain.

Néanmoins l'inquiétude est là et l'objectif partagé par l'ensemble des associations reste « le consommateur ».

Si toutes les associations ont des adhérents, c'est que ceux-ci y trouvent leur compte.

Les pistes pour une méthode d'appréciation de l'activité consommériste fournies en document de travail méritaient une analyse réfléchie et non des commentaires à chaud.

1- Activités de la tête de réseau

Domaine 1 - L'activité de représentation européenne est absolument indispensable

Domaine 2 - Pourquoi limiter la participation aux réunions des instances et groupes du CNC ? Ne pas se limiter aux 3 premières associations.

Domaine 3 - Et les sites ? les Newsletter ? Pourquoi se limiter aux conférences de presse, il existe aussi les communiqués.

Domaine 4 - Ce domaine ne semble pas nécessaire. Quelle en est la vraie utilité ?

Domaine 5 - Libre choix de chaque association et en fonction de ses moyens. D'autre part, ne faut-il pas éviter les redondances proposées aux consommateurs. 60 Millions - UFC que choisir. Comment homogénéiser ? et les subventions ?

Domaine 6 - La formation est nécessaire, de même que les soutiens, les conseils et les contrôles en fonction des responsabilités financières attribuées au National pour la répartition des subventions.

Domaine 7 - Le soutien juridique est obligatoire.

2 - Activités des Associations locales

Domaine 8 - Les activités de représentation et toutes les activités de négociation sont des activités nécessaires

Domaine 9 - La coopération transfrontalière est plus du domaine de National en politique et du domaine des locaux pour la résolution des différends

Domaine 10 - L'accueil dans les permanences ne doit pas être limité. Il y a aussi des courriers et les mails. C'est un critère fondamental. Pourquoi mettre des limites ,

Attention les locaux d'accueil ne sont forcément libres tous les jours (maisons des associations, mairies ..) les bénévoles non plus. Quand aux dossiers remis aux médiateurs, ne pas oublier maintenant les saisines directes.

Domaine 11 - Pour les parties civiles, il est difficile de ne pas avoir recours à un avocat quand la partie adverse en a un. Trouver un avocat bénévole !!!!!

Domaine 12 - Les activités d'éducation du consommateur sont nécessaires.