



Propositions en faveur du pouvoir d'achat



L'association de consommateurs et d'usagers CLCV

www.clcv.org

La question du pouvoir d'achat était déjà au cœur de notre action ; elle est aujourd'hui au centre des préoccupations des consommateurs et de l'actualité. Notre domaine de compétences est plus centré sur l'évolution des coûts et des prix que sur celle des revenus. Cependant, nous devons alerter sur le fait qu'ils sont insuffisants et en régression pour une majorité de Français. Nous avons analysé les relations économiques, les circuits de distributions, la formation des prix, des marges, et l'évolution même des produits et des services.... Ce travail nous a permis de souligner nombre d'incohérences et a mis en exergue, une fois encore, des rapports économiques déséquilibrés au détriment des consommateurs.

Une réalité mal mesurée

La question du pouvoir d'achat mérite d'être analysée dans toutes ses dimensions. Déjà, au début des années 2000, nous alertions les pouvoirs publics sur l'affaiblissement du pouvoir d'achat des consommateurs en soulignant les hausses injustifiées de nombreux produits qui ont accompagné le passage à l'euro, le renchérissement des prix de l'immobilier et l'accroissement continu des charges fixes sur le budget des ménages. Face à nos arguments, pendant très longtemps, on nous a opposé les statistiques rassurantes de l'Insee. Ici encore, notre expertise du terrain et les innombrables témoignages recueillis dans nos permanences étaient battus en brèche par l'expertise technique et académique. Ce n'est que récemment que les experts et les pouvoirs publics ont enfin convenu que l'indice officiel des prix ne mesurait pas la réalité des dépenses des ménages, ni l'évolution de certains phénomènes. En effet, l'indice de l'Insee a vocation à mesurer l'inflation et la hausse générale des prix, sur la base de 160 000 relevés de prix. Dès lors, un constat s'imposait : cet indice n'est pas celui du coût de la vie et ne peut mesurer le pouvoir d'achat de la diversité des consommateurs.

Une augmentation forte des dépenses du quotidien

Face à cette réalité statistique, une autre réalité s'impose : le prix des produits consommés chaque mois par chacun et que l'on appelle les « dépenses contraintes » (logement, carburant, énergie, alimentation, santé...) ont explosé. Les achats courants et répétitifs connaissent des augmentations bien plus fortes que la moyenne relevée par l'Insee. Le sentiment de hausse du coût de la vie est alors d'autant plus fort que l'ensemble des classes moyennes, soit la majorité de la population, est aujourd'hui concerné. Nous nous sommes fortement mobilisés autour de la question de l'explosion des dépenses contraintes et avons su démontrer l'urgence qu'il y avait à intervenir sur certaines questions comme le logement, l'énergie, les relations avec les banques ou encore les relations fournisseurs/distributeurs dans le secteur de l'alimentation ou des communications. En matière d'énergie, si des marges d'économies peuvent exister, on remarque néanmoins que très souvent les particuliers ont depuis longtemps adapté leur comportement, notamment en logement individuel, pour faire des économies. On note également un désengagement de l'Etat sur certains services essentiels comme la santé, l'éducation (inscriptions universitaires,...) etc, dont les conséquences financières se font ressentir sur le budget des ménages.

Les derniers chiffres de l'Insee indiquent que notre pays comptait en 2009 plus de 8 millions de personnes vivant avec moins de 950 € par mois. Les organisations caritatives annoncent plus de 2 millions de repas distribués par jour. Si le pouvoir d'achat moyen a progressé en 2010, il a régressé pour la majorité des Français.

En août 2011, les indicateurs économiques informaient en parallèle que la consommation des ménages régressait. Or, cette dernière constitue depuis longtemps le moteur de la croissance économique de la France. Cette situation impose de prendre des initiatives pour consolider le pouvoir d'achat des consommateurs.

Fidèle à sa mission de défense des intérêts des consommateurs, mais aussi sensible aux questions d'endettement, notre association souhaite mettre en avant des mesures en faveur du pouvoir d'achat qui ne grèveraient pas pour autant les finances publiques et qui contribueraient à une croissance compatible avec les logiques de développement durable.

Des exemples de hausses récentes qui grèvent le pouvoir d'achat

- **Gaz** : + 50 % en 5 ans
- **Loyers** : l'indice général des loyers montre, depuis 2000, une augmentation de plus de 30 %.
Sur la même période, dans le secteur privé, les loyers ont augmenté sur Paris de plus de 50 % et de plus de 45 % en Province (sources : DGALN).
- **Electricité** : + 6 % en un an
- **Carburants** : + 15 % en un an
- **Assurances complémentaires santé** : + 4 % à +8 %
- **Assurance habitation** : de + 3 % à + 6 %
- **Assurances voiture** : de + 4 % à + 6 %
- **Coût des transports, déremboursement des médicaments, renchérissement de l'hospitalisation, etc.**

88

Propositions en faveur du pouvoir d'achat des consommateurs

DES MESURES TRANSVERSALES

Créer un portail internet permettant de comparer les offres sur l'ensemble des principales dépenses contraintes

Téléphonie, internet, énergies, assurances..., dans bien des services, les offres sont toujours plus segmentées et de moins en moins comparables. Cette situation, soigneusement entretenue par les professionnels, ne permet pas aux consommateurs de faire jouer réellement la concurrence.

1

Mettre en place un portail public « officiel » regroupant plusieurs comparateurs qui recensent, pour chaque service, toutes les offres disponibles, présentées sous forme de fiches d'information identiques. Avec obligation, pour les opérateurs des services, d'actualiser les données mises en ligne sous 48 heures. Le consommateur pourrait ainsi s'informer et comparer les prestations avant de faire son choix. Ce portail pourra être géré paritairement par les représentants des consommateurs et des professionnels, sous le contrôle de l'administration ou toute gouvernance impartiale, afin de prévenir toute « instrumentalisation » potentielle par des professionnels.

Donner les moyens aux consommateurs d'obtenir réparation dans le cadre de litiges de masse

La protection des consommateurs ne peut être effective s'ils ne disposent pas des moyens adéquats pour faire valoir leurs droits en cas de pratiques abusives de la part des professionnels. Or, actuellement, aucune procédure ne permet à tous les consommateurs victimes d'une même pratique d'obtenir réparation du préjudice qu'ils ont subi. De multiples exemples (ententes dans le secteur de la téléphonie, dans le domaine bancaire, affaire Mediator...) témoignent de la nécessité de disposer d'une action adaptée aux litiges de masse. Il est évident qu'une telle procédure préviendra certains abus et favorisera la juste indemnisation des préjudices subis, ce qui dans les deux cas confortera le pouvoir d'achat des consommateurs.

2

Créer une action de groupe équilibrée, encadrée par le juge.

Lutter contre les clauses abusives

Trop souvent, des clauses abusives pèsent sur l'équilibre des contrats. Il importe de prévenir ces clauses et de les éliminer, car elles pèsent lourdement sur l'économie des contrats et donc sur le pouvoir d'achat des consommateurs. Pour les clauses déjà considérées comme abusives par le code de la consommation, la mise en place de sanctions financières dissuasives, proportionnées au chiffre d'affaires des entreprises en cause, nous paraît indispensable.

3

Prévoir des sanctions financières lorsque des clauses considérées comme abusives sont insérées dans les contrats.

Améliorer l'affichage des prix

Les soldes sont devenus une institution. Réglementés par la loi, ils permettent aux commerçants des « ventes à perte ». Dans la réalité, ils sont plus une opération commerciale orchestrée par le marketing que de réelles « ventes à perte » au profit du consommateur. Le développement d'internet, des ventes promotionnelles, des soldes privés, etc., mais aussi la multiplication des collections tout au long de l'année, posent la question de l'opportunité du dispositif actuel.

4

Assouplir la réglementation sur les soldes et autoriser les professionnels à les proposer quand ils le souhaitent, au cours de l'année.

Nombreuses sont les promotions et autres initiatives visant à mettre en avant les baisses de prix sur les produits essentiels. Cependant, trop souvent, ces initiatives sont « instrumentalisées » par le marketing et/ou peu visibles dans les lieux de vente.

5

Imposer à la grande et moyenne distribution de positionner toutes les promotions dans un endroit visible et dédié du magasin.

Nos enquêtes, confirmées par les contrôles de la répression des fraudes, ont mis en lumière de nombreuses entorses à la réglementation lors des promotions. Les défauts d'affichage de prix, la vente par lots forcée ou les ruptures de stocks de produits annoncés « en promo » sur les catalogues sont très fréquents. Il s'avère donc impossible de savoir s'il s'agit d'une promotion, ou pas.

6

Renforcer les sanctions en cas d'entorses à la réglementation sur les promotions afin d'avoir un réel pouvoir dissuasif sur les distributeurs et surtout veiller à ce qu'elles soient appliquées. Imposer en cas de promotion un double affichage du prix « hors » et « avec » promotion.

Très souvent, dans le cadre de la mise en avant de promotions, la grande distribution procède à des ventes de produits par lots à des prix présentés comme promotionnels. Or, l'expérience nous a démontré qu'il ne faut pas s'arrêter au prix affiché mais s'assurer qu'il est bien inférieur à celui de l'ensemble des produits contenus dans le lot.

7

Dans les ventes par lot, afficher les prix unitaires des produits vendus dans le lot.

Trop souvent, dans les zones touristiques, pendant les vacances ou les jours d'affluence, les prix grimpent.

8

Imposer le double affichage des prix en cours et hors saison ainsi qu'un plus fort contrôle pour prévenir les abus.

La construction des prix et la répartition de la valeur ajoutée entre production, transformation et distribution est une question essentielle. Les consommateurs ne comprennent pas les écarts parfois considérables entre les prix payés aux producteurs et ceux en rayon. Sur ce sujet épineux, la mise en place de l'Observatoire des prix et des marges constitue un premier pas en avant mais les efforts doivent être poursuivis.

9

Renforcer les moyens de l'observatoire des prix et des marges et passer d'une comparaison des seules marges brutes à une comparaison des marges nettes au sein des filières.

10

Inciter le commerce traditionnel à afficher les prix d'achat et de vente tout au long de la chaîne de distribution, à l'image de certains circuits courts de distribution co-gérés entre producteurs, distributeurs et consommateurs.

Dans nombre d'enseignes de la distribution, les vendeurs sont financièrement « intéressés » distinctement pour tel ou tel produit, telle ou telle marque. Dès lors, ils orientent leur argumentaire et comportement pour vendre le produit qui leur est le plus profitable. L'intérêt du vendeur peut ne pas être celui du consommateur et comme très souvent, celui-ci n'est pas un fin connaisseur du produit concerné, l'influence du vendeur est grande et ses arguments pas toujours impartiaux et vrais.

11

Obliger les enseignes à indiquer les produits sur lesquels les vendeurs sont commissionnés. Cette information rééquilibrera la relation commerciale vendeur/client.

Les politiques publiques ont créé des labels distinctifs pour inciter les consommateurs à acheter certains produits « vertueux » (écolabels, bio, équitable, par exemple). Or, trop souvent, ces produits ont des différentiels de prix qui ne s'expliquent pas.

12

Pour ces produits, rendre obligatoire le double affichage prix d'achat et prix de vente et former les vendeurs afin qu'ils puissent mieux informer les consommateurs. Cela pour prévenir une « instrumentali- sation » marketing de ces produits par les enseignes.

Créer les conditions d'une réelle concurrence

La concurrence sur le terrain connaît des intensités variables. Elle doit s'apprécier non pas au niveau global, ni même par département, mais au plus près du consommateur, c'est-à-dire dans les zones de chalandise. Elle doit également aller au-delà des seules enseignes dont plusieurs peuvent appartenir au même groupe.

13

Créer des systèmes d'information dans chaque zone de chalandise permettant de connaître la part de chiffre d'affaires détenue par chaque groupe.

Prévenir les tensions sur les marchés des matières premières

Les poussées inflationnistes sur l'énergie, les transports et l'alimentation s'expliquent au moins en partie par des tensions accrues sur les matières premières. Il est du rôle de l'État d'intervenir à bon escient pour les prévenir lorsque cela est possible et d'enrayer les phénomènes spéculatifs qui exacerbent les hausses de prix.

14

Intégrer dans les politiques de l'énergie, des transports et de l'agriculture, le contexte de tensions croissantes sur les matières premières en diversifiant les sources d'approvisionnement et en adaptant les capacités de production pour faire face à la demande croissante.

15

Mettre en place des outils de régulation permettant d'anticiper les tensions sur les marchés (la gestion concertée des stocks agricoles au niveau européen, voire international, par exemple) et d'intervenir contre les phénomènes spéculatifs.

Assouplir l'environnement de certaines professions réglementées

Au fil du temps, de nombreuses professions dans les secteurs du droit, de la santé mais également certaines activités spécialisées (taxis, hôtellerie etc) ont développé des mesures de protection (charges, numerus clausus, etc). Ces réglementations sur l'offre ont un impact sur les prix.

16

Organiser une mise à plat des réglementations touchant de nombreuses professions prenant mieux en compte les nouvelles nécessités du pouvoir d'achat et de l'emploi.

Créer un dispositif de solvabilisation permettant l'accès pour tous aux services essentiels

Concernant l'accès aux services essentiels (eau, assainissement, énergies, multimédia, déchets ménagers), on assiste à la multiplication des tarifications sociales, et la part croissante prise par les abonnements et forfaits pénalise fortement les petits consommateurs, les ménages modestes et ceux qui répondent aux sollicitations publiques de comportements vertueux. Chaque tarif social obéit à un modèle économique particulier et supporte des coûts de gestion propres et contribue à accroître l'assistantat et le marquage social. Pour être plus efficaces mais aussi moins coûteux, ces derniers pourraient être regroupés et harmonisés au sein d'un dispositif global de solvabilisation des ménages, via le « forfait charges » des aides au logement. Le poids économique de ces dernières ne serait pas augmenté, seul le mécanisme de distribution serait réformé. Le fait de sortir d'une logique de gestion service par service simplifierait les démarches et permettrait de réaliser des économies d'échelle.

Il s'agit donc de modifier les conditions d'accès aux services et les structures tarifaires et de développer les mesures d'aide à l'investissement qui permettraient de réduire les consommations, notamment d'eau et d'énergie, et de mettre en place un dispositif de solvabilisation.

17

Généraliser, comme cela est déjà possible pour l'eau, une tarification vertueuse sans part fixe, progressive et modulée en fonction de la composition des ménages.

18

Créer un dispositif de solvabilisation pour l'accès aux services essentiels. Concrètement, à partir du moment où le total « loyer ou remboursement d'emprunt + accès aux services essentiels » dépasse un certain seuil des revenus, une revalorisation des aides au logement prendrait ce dépassement en charge. Ce dispositif serait financé en mutualisant les fonds aujourd'hui affectés pour financer les différents tarifs sociaux existants et une contribution des services publics, opérateurs et fournisseurs concernés.

Réformer la fiscalité

La fiscalité - faut-il le rappeler - n'est qu'un outil au service de la politique économique. Si le niveau des prélèvements obligatoires n'autorise plus d'augmenter les impôts, il est possible et même essentiel de les réformer pour s'adapter sans cesse à la situation économique et sociale.

Au cours des dernières années, les impôts directs et notamment l'impôt sur les revenus n'ont cessé de décroître sous l'influence des niches fiscales et autres exonérations. Dans le même temps, et en proportion, les impôts indirects au premier titre desquels la TVA se sont renforcés. Or, si l'impôt sur le revenu est progressif, la TVA ne l'est pas et pèse proportionnellement beaucoup plus sur les consommateurs les plus modestes.

19

Introduire une TVA majorée pour les produits de luxe et les produits ne respectant pas les normes sociales et environnementales reconnues, destinée à compenser une augmentation des produits éligibles à la TVA à taux réduit.

20

Rééquilibrer la fiscalité en renforçant la part de la fiscalité directe des hauts revenus.

21

Réformer la fiscalité pour mieux tenir compte des impacts négatifs de certains produits supportés dans un second temps par les particuliers et accroître l'attractivité de produits reconnus par des labels officiels.

La taxe copie privée sur les produits permettant le stockage d'œuvres intellectuelles a été instaurée pour financer les ayants droit (professionnels de la création). Le montant de cette redevance et son mode de calcul (elle intervient avant l'application de la TVA) concourent à faire de la France le pays d'Europe où les produits électroniques sont les plus chers. La multiplication de ces produits, du numérique, l'effet des taxes sur les prix des produits imposent une remise à plat du dispositif.

22

Réaliser une remise à plat du dispositif dit « copie privée ».

Favoriser le développement d'associations de consommateurs indépendantes dotées des moyens d'actions nécessaires pour mieux défendre les intérêts spécifiques des consommateurs

Aux côtés des représentants socio-économiques traditionnels que sont les organisations professionnelles, les syndicats de salariés, le secteur de l'économie sociale et les associations familiales, les associations de consommateurs et d'usagers ont des approches et des valeurs complémentaires et spécifiques. Elles représentent les intérêts spécifiques des consommateurs sur de nombreux sujets et participent largement à fonder le nécessaire rapport de confiance qu'exige toute activité économique. Leur présence et leur analyse sont sollicitées par un nombre croissant d'acteurs économiques, mais également par les pouvoirs publics qui se doivent, dans les compromis à arrêter, d'entendre les intérêts des représentants des consommateurs. Si, dans les faits, elles jouent un indéniable rôle d'acteur socio-économique, elles n'en ont pas les moyens.

On constate cependant un fort déséquilibre des forces et des intérêts au profit des professionnels. Cela apparaît notamment à travers la puissance du marketing, de la publicité et des conditions de mise sur le marché des produits et des services. Cette situation est encore aggravée par l'existence de nombreuses organisations et structures techniques qui défendent les intérêts des professionnels et qui sont largement financées par diverses taxes payées « in fine » par les consommateurs. Il est nécessaire de moderniser et de rééquilibrer les moyens disponibles au profit des consommateurs. Actuellement, les associations de consommateurs n'ont pas les moyens suffisants pour apporter la contre-expertise nécessaire dans tous les domaines qui sont les leurs pour une meilleure information des consommateurs et une meilleure conception des produits et services.

23

Reconnaître leur rôle socio-économique ce qui implique que les financements publics dont elles doivent bénéficier soient équivalents et aussi pérennes que ceux dont disposent les autres acteurs socio-économiques, et soient basés sur des mécanismes négociés et institutionnalisés. Il s'agit également de faire réellement respecter des critères de représentativité.

DES MESURES SECTORIELLES

Education

Le coût de la rentrée scolaire ne cesse de croître et ne cela n'est pas uniquement dû au renchérissement des matières premières. De nombreux frais sont générés par les exigences des enseignants, notamment dans l'enseignement technique. Par ailleurs, les politiques de soutien des collectivités locales sont disparates et de nature à créer des situations fort différentes selon les lieux d'habitation.

24

Harmoniser et rationaliser les listes de matériel à acheter lors de la rentrée et généraliser l'organisation par les établissements scolaires et les parents d'élèves d'achats groupés.

Les prestations en matière de soutien scolaire ont explosé ces dernières années. Or, trop souvent, les engagements sur la qualification des enseignants sont flous. Or, cette donnée est primordiale pour déterminer la valeur du service et en évaluer le prix. Les sociétés ne rémunèrent pas de la même manière un professeur agrégé expérimenté ou un étudiant, car les compétences notamment pédagogiques ne sont pas les mêmes.

25

Imposer un affichage clair de la qualification et de l'expérience des enseignants.

Banque, services financiers, assurances

Trop souvent, pour renforcer leur attractivité marketing, les contrats d'assurances, services bancaires, cartes bancaires notamment, prévoient, par exemple, des services du type assistance juridique, dépannage automobile, perte de clés. Or, ces services, peu mis en avant, sont peu utilisés. Et les consommateurs engagent souvent des dépenses pour des services dont ils disposent déjà. De plus, ils sont présents dans tous les contrats et payés à chaque fois par les mêmes consommateurs qui détiennent sans le savoir le même service plusieurs fois.

26

Imposer aux professionnels qui offrent des « package » comprenant des services supplémentaires d'en rappeler régulièrement l'existence et le contenu aux consommateurs qui en bénéficient.

Les prix des assurances ne cessent de croître. Cette situation affecte particulièrement le pouvoir d'achat des consommateurs, car les assurances (habitation, voiture et même complémentaire santé) sont des dépenses contraintes. Le prix semble toujours la variable d'ajustement, alors que rien n'est dit sur les efforts à réaliser en terme de coût de gestion, de commercialisation, etc.

27

Demander aux assureurs d'informer sur les pourcentages des primes reversées aux assurés et affectés aux frais de commercialisation, gestion, etc.

Nous sommes confrontés à des hausses des prix alimentaires, au développement des mauvaises pratiques alimentaires (surpoids, obésité notamment), mais également à l'inefficacité de certaines aides financières qui se portent souvent sur des produits peu chers importés.

28

Obtenir un engagement réel des distributeurs sur le niveau des prix des produits jugés indispensables (réforme de l'opération « panier des essentiels »).

Le conditionnement par les quantités impacte directement le prix des produits, mieux segmenté il pourrait mieux répondre aux besoins des consommateurs.

29

Pour des produits alimentaires non périssables (pâtes, riz...), les produits d'entretien ou de beauté, généraliser des conditionnements en plus grande quantité par 10 kg/l ou 5 kg/l, à l'image des produits professionnels, pour abaisser le prix au kilo ou au litre.

30

A l'inverse, et pour un autre type de consommateurs, développer les ventes à l'unité.

31

Imposer une taille minimale de caractère pour l'affichage des prix du produit et des prix au kilo ou au litre qui permette réellement de comparer et soit lisible.

Le gaspillage alimentaire est une réalité non négligeable : selon une étude de l'Ademe, les Français jetteraient 7 kg de denrées alimentaires emballées par an. Ces pertes pourraient être réduites moyennant une meilleure prise en compte des besoins réels du ménage au moment des courses. Par ailleurs, la distinction entre denrées périssables (porteuses d'une date limite impérative) et non périssables (date limite indicative dont le dépassement est sans conséquence pour la santé) est loin d'être claire pour les consommateurs. Il est probable que d'importantes quantités de denrées consommables sont de ce fait détruites.

32

Mener une campagne d'information de grande envergure sur les dates limites et leur signification et sensibiliser le public à la problématique du gaspillage.

..... Téléphonie / internet

Ces dernières années ont été marquées par le poids croissant des dépenses en téléphonie mobile et internet, devenues une véritable contrainte dans le budget des ménages. Il importe de faire vivre une réelle concurrence dans ce secteur en facilitant l'arrivée de nouveaux opérateurs.

33

Les procédures d'appels à candidatures actuellement en cours dans les bandes 2,6GHz et 800MHz visant à l'attribution de fréquences dans le très haut débit mobile doivent favoriser une concurrence plus forte par l'arrivée de nouveaux opérateurs et/ou en veillant à prévenir toute position dominante d'opérateurs.

Nous demandons depuis de longues années une plus forte comparabilité des offres. Mais il importe également que les professionnels informent le consommateur sur la nature de sa consommation (durées, périodes etc...). Il ne doit pas s'abonner à des services en fonction des offres, mais prioritairement en fonction de ses besoins.

34

Obliger l'ensemble des opérateurs à informer le client sur sa consommation réelle avec une présentation normalisée.

La loi Châtel précise que les offres de téléphonie mobile doivent être proposées selon 2 versions : sur 12 ou 24 mois selon des modalités commerciales non « disqualifiantes ». Or, tout est fait pour que les consommateurs s'orientent vers les offres de 24 mois d'abonnement : elles sont présentées en plus gros caractères que celles de 12 mois ; économiquement beaucoup plus attractives, elles sont souvent présélectionnées par défaut sur les sites internet des opérateurs. Il est par conséquent nécessaire de définir les termes de « modalités commerciales non disqualifiantes », de mettre en place des procédures de contrôle par les autorités compétentes et des sanctions éventuelles pour être à même de vérifier le caractère disqualifiant ou non des modalités commerciales.

35

Obliger les professionnels à afficher le coût de leur subvention du terminal justifiant la durée d'abonnement.

36

Créer des durées d'engagement limitées à 6 mois.

37

Obliger les professionnels à instaurer des dispositifs de rachat pendant les périodes d'engagement pour favoriser la mobilité.

Les consommateurs ignorent souvent les avancées que leur accorde la loi car elles sont noyées parmi des conditions générales d'abonnement toujours plus volumineuses. Une information loyale du consommateur impose que certaines de ces dispositions soient rappelées également dans l'information précontractuelle elle-même :

38

Pour les engagements de plus de 24 mois, les dispositions applicables à une résiliation anticipée à la fin du 12^{me} mois (facturation du ¼ des sommes restant à courir).

39

La majoration de moitié, applicable de plein droit, au dépôt de garantie non remboursé par le professionnel dans un délai de 10 jours à compter de la restitution de l'objet garanti.

Aujourd'hui, les motifs légitimes de résiliation varient selon les opérateurs ainsi que la nature des preuves à apporter. Si un accord entre certains opérateurs (FFT) vise l'harmonisation de motifs légitimes de résiliation, nous demandons qu'une liste de motifs a minima soit prévue par la loi et rédigée avec les associations de consommateurs. La nature des preuves devra elle aussi être encadrée.

40

Encadrer par la loi les motifs de résiliation a minima et la nature des preuves à apporter en cas de résiliation.

Les offres couplant téléphonie fixe et/ou mobile, accès à internet haut débit et télévision concentrent les prestations dans les mains d'un seul opérateur. Cela a pour conséquence de figer les consommateurs chez un seul prestataire et surtout de rendre tout un foyer dépendant d'un seul et même interlocuteur.

41

Faire en sorte que les modalités de résiliation soient des plus faciles aussi bien pour la totalité des services offerts que pour un des services constituant l'offre (harmonisation du délai de préavis pour chaque service à 10 jours), à des tarifs et selon des conditions « non disqualifiantes ».

42

Mentionner sur les factures mensuelles les frais dus en cas de résiliation et ce dans des formes identiques afin de permettre la lisibilité/comparabilité chez tous les professionnels ;

43

Pour l'ensemble des services détenus, y compris la télévision, la loi doit obliger les opérateurs à limiter tous les frais de résiliation au montant auquel ils ont dû faire face pour effectuer la résiliation. Nous souhaitons également que les «frais d'activation à perception différée» soient assimilés par la réglementation à des frais de résiliation.

..... Achats / réparations

Trop souvent, l'obsolescence des produits semble organisée, tout comme les arguments des services après-vente pour inciter à l'achat d'un nouveau produit et non à sa réparation.

44

Organiser des filières visant à réparer les produits (électroménager, ordinateurs, etc).

45

Inciter les professionnels à informer le consommateur, à l'achat, sur la durée de vie des produits, qui pourra devenir un critère de choix et inciter fortement les professionnels à apporter des garanties.

46

Créer un observatoire paritaire (géré par les représentants des consommateurs et des professionnels) des coûts, des prix et de la disponibilité des pièces de rechange.

..... Le logement

Le renchérissement des prix de l'immobilier est dû principalement au cumul de deux phénomènes : un défaut d'anticipation de la demande et à un déficit d'une offre économiquement accessible qu'aggrave l'absence de maîtrise du foncier depuis des décennies. Pour faire baisser la tension sur les prix en zone tendue, il est dès lors urgent de se doter d'outil d'anticipation de la demande, de construire une offre sociale de logements et de réduire la spéculation foncière.

47

Mettre en place un système partagé d'observation des besoins en logement et des demandes en cours, ainsi que des prix des loyers et de vente permettant d'anticiper la demande de logements, construire une offre de logements adaptée. Cette anticipation sera rendue publique et comparée avec l'offre produite. Une évaluation des politiques sera mise en œuvre.

48

En zone tendue et à forte spéculation foncière, créer, comme cela été fait pour les activités économiques, des « zones franches foncières » pour préserver les espaces nécessaires à une offre diversifiée accessible au plus grand nombre.

Pour qu'un marché soit efficient, il doit être suffisamment transparent pour les acteurs économiques. Or, les prix immobilier sont particulièrement opaques. Cette situation est préjudiciable à une bonne information sur les prix pour les particuliers et facilite la spéculation.

49

Obliger les agents immobiliers à laisser les annonces 3 mois après la transaction réalisée avec mention du prix de vente.

50

Créer une base de données publique accessible à tous indiquant les principales caractéristiques des transactions réalisées et leur prix ;

51

Rendre obligatoire l'indication, dans les annonces, du montant de la commission de l'agent immobilier.

La hausse de l'immobilier et notamment des loyers pèse de plus en plus sur le pouvoir d'achat de nos concitoyens. Alors même que cette situation est reconnue par tous les professionnels du logement, rien n'est réellement fait pour y remédier. La libre détermination des loyers à la relocation participe à cette spirale inflationniste de sorte que, par le biais des règles de réévaluation de leur montant, les loyers sont indexés sur... les loyers.

52

Encadrer les loyers des logements à la relocation tout en tenant compte, le cas échéant, des travaux d'amélioration que le propriétaire bailleur a pu réaliser.

53

Etendre le décret de limitation des hausses de loyer - applicable aujourd'hui à la seule région parisienne - à l'ensemble des zones à marché tendu.

Si les locations classiques nues sont encadrées et, dans l'ensemble, équilibrées dans les rapports locataire-bailleur qu'instaure la loi de 1989, il en va différemment des locations meublées. En effet, elles sont soumises à une réglementation spécifique lacunaire qui, dans les grandes lignes, renvoie à la liberté contractuelle.

Bien évidemment, le locataire ne peut négocier le bail, bien souvent imposé par le propriétaire. Ainsi, il n'est pas rare de voir des contrats imposer un dépôt de garantie de trois ou quatre mois de loyer, voire plus. Si la loi de 1989 limite à un mois de loyer le montant du dépôt de garantie, il nous paraît utile de porter cette limite à deux mois dans le cadre d'une location meublée afin de tenir compte de la présence du mobilier dans le logement.

54

limiter le montant du dépôt de garantie à deux mois de loyer hors charges dans le cadre des locations meublées et fixer un délai de restitution.

Pour un grand nombre de bailleurs privés, la perception du loyer est très importante car elle permet de couvrir le montant du prêt souscrit ou apporte un complément de retraite. De fait, tout défaut de paiement peut avoir des conséquences dramatiques. C'est pourquoi, il est nécessaire d'instaurer un mécanisme assurant les bailleurs de percevoir effectivement leurs loyers en toutes circonstances. La mise en place d'une garantie des risques locatifs, obligatoire dans le secteur privé, dont le fonds chargé de la mise en œuvre serait abondé par les dépôts de garantie versés par les locataires lors de la signature du bail, permettrait d'atteindre cet objectif. Par ailleurs, la création d'un mécanisme mutualisant le risque locatif aura pour conséquence de remettre sur le marché des logements vacants.

55

Mettre en place une garantie des risques locatifs réellement universelle et obligatoire dans le secteur privé.

Les relations copropriétaire-syndic sont souvent tendues. Elles découlent des contrats complexes, peu transparents et des honoraires. Les deux points qui cristallisent le plus ces tensions sont l'ouverture d'un compte bancaire séparé et la rémunération des syndics pour certains actes précis.

A l'heure actuelle, bien que le compte séparé soit normalement obligatoire, nous constatons que très peu de copropriétés en sont dotées. La faute aux pratiques des professionnels qui majorent leur rémunération. En effet, de quelle liberté de choix disposent réellement les copropriétaires lorsque le gestionnaire indique qu'il augmentera ses honoraires de 20 %, voire plus ? Notre enquête réalisée fin 2010 avait montré que seulement 26,43 % des contrats de syndics prévoient l'ouverture d'un compte bancaire séparé sans supplément d'honoraires. Ce sont majoritairement des cabinets indépendants qui acceptent de jouer le jeu, puisque plus de 90 % des contrats émanant de grands groupes prévoient une augmentation en cas d'ouverture d'un compte bancaire séparé. Or, seul le compte séparé est à même de garantir sécurité et transparence dans la gestion des fonds de la copropriété.

56

Rendre obligatoire le compte bancaire séparé sans possibilité de dispense ou, à défaut, interdire aux syndics toute modulation d'honoraires selon le compte ouvert.

Concernant certains actes, le syndic est en position d'exclusivité. En effet, lui seul est à même de fournir un état daté, document indispensable dans le cadre d'une vente, ou de transmettre les informations nécessaires à l'établissement du diagnostic de performance énergétique. Or, d'un syndic à l'autre, la rémunération proposée est extrêmement variable et peut atteindre des montants tels qu'ils s'avèrent au final en totale inadéquation avec la prestation réellement fournie. Ainsi, à titre d'exemple, l'état daté peut être facturé de 50 € à 530 € !

57

Encadrer la rémunération des syndics pour tous les actes dont ils ont l'exclusivité.

Enfin, toujours dans le domaine de la copropriété, il n'est pas rare que la survenance d'un impayé soit perçue par les syndics comme un élément permettant d'obtenir une rémunération supplémentaire.

Certains facturent près de 100 € une mise en demeure ! Sans compter que d'aucuns usent et abusent de la voie épistolaire et facturent une mise en demeure, une première relance, une deuxième relance, le cas échéant un dernier avis avant poursuite et enfin la transmission du dossier à l'huissier ou à l'avocat. Si une relance n'est facturée «qu'une » trentaine d'euros environ, les derniers avis avant poursuite et autres transmissions de dossiers le sont à plus d'une centaine : une rémunération excessive pour des actes à l'intérêt procédural parfois contestable.

58

Inclure dans la gestion courante du syndic les prestations accomplies pour la gestion des impayés de charges et les faire supporter à ceux qui les génèrent.

Le plus en plus, les syndics professionnels proposent de nombreux services (diagnostics, expertises etc...). Or, il arrive souvent que l'information ne soit pas désintéressée car les services en question sont proposés par des filiales et des entreprises liées aux syndics.

59

Imposer aux syndics d'informer clairement le client sur la nature des liens qu'il peut avoir avec une entreprise de services qu'il aura proposée.

L'énergie

Pour la CLCV, s'il est important que les baisses du prix du brut soient répercutées sans délai sur les prix à la pompe, le vrai débat se situe sur le niveau des taxes qui représentent aujourd'hui 60 % environ du prix des carburants. La création d'un dispositif de modulation des taxes pour plafonner la hausse des carburants à la pompe est une nécessité pour le pouvoir d'achat d'une majorité de consommateurs contraints d'acheter du carburant pour aller travailler et vivre tout simplement ! Il est utile de se rappeler qu'un consommateur devant faire 50Km/jour avec un véhicule consommant 7l/100Km de sans plomb 95 devra dépenser près de 150 € par mois.

60

Créer un dispositif de modulation des taxes (TIPP et TVA) qui représentent 60 % environ du prix des carburants pour plafonner leur hausse à la pompe. Cette réforme pourrait être réalisée à contrainte fiscale identique.

61

Créer les conditions d'une plus forte transparence sur la formation des prix et une vigilance des pouvoirs publics sur les marges réalisées par les intermédiaires.

Pepuis 5 ans, les prix du gaz ont progressé de plus de 60 %, la facture moyenne annuelle pour les 7 millions de ménages se chauffant au gaz ayant crû de 850 à 1 300 €.

Ces hausses s'expliquent par l'évolution des prix du pétrole sur lesquels les prix du gaz en France sont indexés dans des contrats dits de long terme. Mais alors que les prix du gaz sur les marchés mondiaux n'ont jamais été aussi faibles, notamment du fait de la découverte de nouveaux gisements et méthodes d'extraction, on peut s'interroger : pourquoi laisse-t-on indexer une ressource (le gaz) dont les réserves mondiales ne cessent d'augmenter (pour des raisons structurelles) sur une autre de plus en plus rare (le pétrole) dont les réserves se tarissent ? A l'augmentation de l'offre de gaz, s'ajoutent le développement du transport liquide du gaz, la modernisation des réseaux et des capacités de stockage : autant d'éléments donnant des marges de manœuvre à GDF Suez par rapport aux producteurs et dont le consommateur devrait bénéficier.

62

Réformer l'actuelle clause d'indexation des prix du gaz sur ceux du pétrole pour mieux prendre en compte les prix du gaz sur les marchés mondiaux sur lesquels s'approvisionne GDF-Suez. Sur son site internet (www.clcv.org), la CLCV a mis en ligne un baromètre qui permet d'évaluer l'impact d'une telle réforme sur le prix facturé aux particuliers.

Le prix du gaz butane propane subit des hausses tout aussi fortes et les contrats de location de cuves, souvent opaques, et liant le client individuel ou collectif de façon anormale. Certains syndicats de l'énergie constituent des mini-réseaux publics de gaz propane. En outre, les aides accordées pour le gaz naturel ne s'appliquent pas à ce type d'énergie.

63

Assurer la transparence des coûts, établir des clauses types de contrats de location et de fourniture afin de faciliter le changement de fournisseur et prendre en compte cette énergie dans le dispositif d'accès social aux services essentiels.

Le Grenelle de l'environnement a fait des réseaux de chaleur une priorité. Or, ce secteur manque totalement de transparence, notamment au regard de la réalité économique des coûts, de la structure tarifaire des contrats et les puissances souscrites sont souvent inadaptées aux besoins. Pire, la récente loi portant nouvelle organisation du marché de l'électricité (dite loi NOME) permet désormais de récupérer auprès des locataires des dépenses incombant normalement au bailleur, à savoir les grosses réparations et l'investissement. Les locataires vont donc payer deux fois une même prestation : la première dans leur loyer et la seconde dans leurs charges. Il nous paraît indispensable qu'un rectificatif soit fait sur ce point. Par ailleurs, les dispositions de tarification sociale ne s'appliquent pas à l'énergie fournie par un réseau de chaleur. La réglementation concernant le classement des réseaux apporte des améliorations et fixe des règles de concertation avec les usagers et devrait être étendue à l'ensemble des réseaux.

64

Supprimer les modifications apportées par la loi NOME concernant la récupération des charges en matière de fourniture d'énergies en réseaux.

65

Etendre à tous les réseaux l'obligation de mettre en place une commission consultative avec les représentants des usagers et les dispositions de transparence et de concertation prévues en cas de classement des réseaux.

66

Etendre aux réseaux de chaleur les conditions d'accès social aux services essentiels.

La question des compteurs communicants (smart grids) oblige à repenser la relation fournisseur-consommateur. Le rôle du consommateur peut devenir essentiel pour satisfaire l'équilibre offre-demande de plus en plus contraint. Le consommateur deviendra à l'avenir un producteur déconcentré d'énergie (solaire, bio masse, etc) et devra pouvoir valoriser la flexibilité de sa consommation à travers ses propres capacités d'effacement.

A terme, les réseaux communicants doivent permettre au consommateur de choisir en continu parmi les offres des différents fournisseurs qu'il pourra sélectionner selon certains critères (prix, origine, ...) et ce, à travers des équipements de gestion type box (à l'image de ce qui a été réalisé dans les secteurs des télécoms).

67

Réorienter les expérimentations en cours en France pour développer des réseaux de compteurs intelligents ayant pour objectif principal non pas les gains de productivité des opérateurs, mais la maîtrise de la consommation des particuliers. Ces compteurs devront, à l'image des box dans la téléphonie, offrir aux consommateurs la possibilité de sélectionner différentes offres et ce au cours d'une même journée. Et ainsi de profiter réellement de la concurrence entre les opérateurs.

Le dispositif des certificats d'économie d'énergie consiste à donner une valeur marchande aux économies d'énergie et à obliger les gros fournisseurs d'énergie à en réaliser, ce qui est a priori une bonne démarche.

Les entreprises concernées incitent alors les particuliers à réaliser des économies d'énergie, ce qui peut se révéler avantageux pour eux. Une fois les travaux réalisés chez le particulier, les professionnels récupèrent les certificats d'économie d'énergie correspondants. Ce faisant, EDF et Gaz de France remplissent leurs obligations, voire peuvent revendre leurs certificats lorsqu'ils dépassent leurs objectifs, et l'artisan touche quant à lui une prime. Les particuliers génèrent donc sans le savoir des certificats d'économie d'énergie !

Cette situation est en passe de changer avec la politique de deux distributeurs d'essence, Leclerc et Auchan, qui proposent aux particuliers de racheter les certificats générés par les travaux qu'ils réalisent chez eux sous forme de cartes cadeaux utilisables dans les magasins.

68

Informez les particuliers de la valeur des certificats d'économie d'énergie qu'ils vont générer en réalisant des travaux d'économie d'énergie chez eux et intéressez-les financièrement.

L'eau et l'assainissement

Le prix de l'eau en France est généralement exprimé en m³ pour une consommation annuelle de 120 m³. Sur cette base, le prix moyen constaté serait d'un peu plus de 3 € du m³. Ce chiffre masque de grandes disparités suivant les communes. Mais les écarts s'accroissent encore lorsqu'il existe un abonnement (part fixe de la facture), et ce au détriment des petits consommateurs d'eau. Cet abonnement est devenu la règle dans la plupart des services, alors qu'y recourir est facultatif.

Avec cette structure tarifaire, plus la consommation diminue et plus le prix du m³ augmente, pouvant dépasser allègrement les 6 € ! La part fixe apparaît ainsi pénalisante pour les petits consommateurs, que ce soient des personnes seules ou des foyers qui répondent positivement aux messages de maîtrise de leur consommation.

La possibilité de dégrèvement en cas de surconsommation anormale ne s'applique pas en habitat collectif où les résidents ne sont pas abonnés directement au service. De plus, ces derniers sont rarement destinataires des informations obligatoires sur le prix de l'eau. La modernisation des réseaux privés et installations domestiques est indispensable notamment en habitat ancien afin de réduire les fuites et dépenses inutiles.

69

Garantir une transparence complète sur les coûts et le prix de l'eau et de l'assainissement dans chaque service et la généralisation des commissions consultatives des usagers dans tous les services.

70

Appliquer de façon équitable le principe pollueur payeur, les ménages assumant 80 % des redevances alors qu'ils ne sont pas responsables à ce niveau de la dégradation de la qualité de la ressource, ni des rejets.

71

Généraliser l'application des dispositions de la loi sur l'eau qui permettent de ne pas avoir de part fixe et d'instaurer une tarification progressive.

72

Étendre à l'habitat collectif les obligations d'information sur les prix et le dispositif de dégrèvement en cas de surconsommation anormale.

73

Rendre obligatoire la participation du budget des Agences de l'eau à la modernisation des installations et équipements des ménages.

Le tout-à-l'égout, ou assainissement collectif, n'est pas adapté aux zones rurales et périurbaines où l'habitat est dispersé. Ainsi, en France, plus de cinq millions de ménages sont équipés d'un système individuel de traitement des eaux usées domestiques.

Le service public de l'assainissement non-collectif (SPANC) est chargé de contrôler périodiquement la conformité et le bon fonctionnement des installations. Le prix de ce contrôle est très variable d'un endroit à l'autre et peut déboucher sur des obligations de travaux pas toujours justifiées au regard des conditions posées par la loi.

La tarification des prestations de vidange paraît excessive et le marketing incite les usagers à acheter des produits de traitement que les constructeurs d'équipements indiquent comme étant inutiles.

74

Instituer une périodicité de contrôle de principe tous les dix ans (un délai plus court pouvant être prévu pour les zones sensibles, le surcoût étant assuré par le service).

75

Uniformiser le montant des redevances de contrôle à un prix raisonnable pour l'utilisateur.

76

Réserver strictement les obligations de travaux aux risques avérés pour la santé ou l'environnement.

77

Assurer la transparence de tarification des prestations de vidange et de curage des installations et faire apparaître sur la facture du prestataire le montant de la redevance de traitement des rejets.

78

Imposer une mention sur les emballages de produits de traitement incitant les consommateurs à vérifier auprès du service d'assainissement si leur installation nécessite un tel produit.

..... La gestion des déchets

La CLCV soutient les dispositifs incitatifs de financement de la collecte et du traitement des ordures ménagères. En effet, cela permet de limiter la production de déchets et de valoriser le geste de tri. En revanche, la part fixe peut être excessive dans son montant et vient alourdir les charges incompressibles du budget des ménages, provoquant de nouvelles inégalités et un recours accru aux aides et à l'assistantat.

79

limiter, voire supprimer, la part fixe dans la fiscalité des déchets ménagers.

..... Les transports

Pour l'avion comme pour le train, les techniques du « yield management » ont rendu totalement illisibles les grilles tarifaires et impossible toute comparaison des prix. Aussi, nous proposons que le prix médian du voyage acheté apparaisse sur les billets d'avion ou de train.

80

Communiquer lors de l'achat d'un billet d'avion/de train le prix médian hors cartes d'abonnement.

81

Réformer les règles – trop restrictives - d'indemnisation des voyageurs.

Les tarifs des trains ne cessent d'augmenter, la SNCF les justifie largement par la hausse du coût des péages qui lui serait imposée par Réseau Ferré de France.

82

Indiquer sur les billets le montant du péage acquitté par le voyageur en euros et en pourcentage du prix du billet.

Très souvent, la tarification en vigueur dans les parkings impose un forfait minimal et /ou une tarification par tranches horaires forfaitaires. Ainsi, une personne qui aura stationné 20 minutes paiera pour 1 h ou 3 h si elle est restée 2 h 2 mn.

83

Instaurer dans les parkings publics une tarification correspondant au temps de stationnement réel.

Le statut d'étudiant offre certaines réductions dans les transports (SNCF, Air France), la culture etc, qui s'arrêtent après l'âge de 25 ans (révolu ou pas selon les cas). Cette situation n'est plus adaptée aux situations actuelles, les études étant souvent plus longues.

84

Reculer l'âge butoir ouvrant droit à des avantages étudiants à 27 ans.

La Santé

Depuis un certain nombre d'années, les prothèses (dentaires, hanches, audio, etc) sont produites à l'étranger dans des pays où les coûts de production sont plus bas. Malheureusement pour le consommateur, cet avantage prix n'est pas automatiquement reporté dans son intégralité par les praticiens.

85

Obliger pour toute opération impliquant un appareillage la remise de devis indiquant le coût d'achat de la prothèse par le praticien ainsi que sa marge brute.

De plus en plus de pharmaciens alertent sur des pénuries de médicaments. Ils sont alimentés par 26 grossistes répartiteurs au plan national dont 6 représentent 97 % du marché. De nombreuses ruptures de stocks seraient liées aux comportements de certains répartiteurs privilégiant des prix plus attractifs selon les médicaments et les pays. Or, ces ruptures obligent souvent les particuliers à se reporter sur des médicaments plus chers.

86

Mettre en place un dispositif de contrôle assorti de sanctions dans l'approvisionnement des médicaments.

Sous l'effet du développement, du vieillissement mais aussi de notre organisation médicale, la part des revenus affectés aux soins et notamment à l'achat de médicaments a explosé ces dernières années.

87

Libéraliser la distribution des médicaments et autoriser des espaces pharmacies dans la grande distribution, visibles et organisés avec des personnels diplômés en pharmacie.

L'accès économique à la santé est de plus en plus difficile pour un nombre croissant de consommateurs. La Sécurité sociale rembourse de moins en moins et le coût des complémentaires explose. De plus en plus de ménages sont aujourd'hui dépourvus de couverture complémentaire en matière de santé. Au-delà des niveaux de prix, il est quasiment impossibles aux particuliers de faire jouer la concurrence tant les offres sont nombreuses, disparates et non comparables. De plus, les comparateurs de prix sur internet sont souvent plus des «apporteurs d'affaires» pour les professionnels que des sources d'informations complètes et indépendantes.

88

Mettre en place un comparateur complet des prestations proposées par l'ensemble des professionnels. Ces derniers, comme cela existe dans le secteur de l'énergie, devront, sous peine de sanctions, mettre à jour en permanence la nature et les prix des couvertures proposées. Cela permettra aux consommateurs de pouvoir en permanence s'informer sur l'offre dont le rapport qualité/prix lui correspond le mieux.



L'association de consommateurs CLCV (Consommation, Logement et Cadre de Vie), créée en 1952, agit dans tous les domaines de la vie quotidienne. Indépendante, elle est agréée au titre de la défense des consommateurs, de la protection de l'environnement, de l'éducation populaire, comme association représentant les usagers dans les instances hospitalières et de santé publique. Elle est reconnue représentative des locataires. Elle est membre du Bureau Européen des Unions de Consommateurs et de Consumers International.

Rejoindre la CLCV, c'est :

- ✓ Former un groupe de pression pour défendre ses droits et faire des propositions
- ✓ S'informer, disposer d'une documentation utile et pratique
- ✓ Participer à des échanges, des actions...
- ✓ Recevoir le premier magazine de la consommation citoyenne : *Cadre de Vie*
- ✓ Pouvoir s'abonner au service d'information juridique téléphonique, «CLCV SOS Juridique»
- ✓ Participer à l'action des consommateurs éco-citoyens pour améliorer la qualité de la vie

**Siège national : CLCV 59 boulevard Exelmans
75016 Paris - Tél. : 01 56 54 32 10**

www.clcv.org