

CONTRIBUTION CLCV
SOMMET DE COPENHAGUE
7 – 12 DECEMBRE 2009



I- Enjeux et perspectives

Le constat du réchauffement climatique et de ses effets est maintenant partagé par l'ensemble des scientifiques et de la classe politique. Le changement climatique et les dérèglements qui en résultent, affecteront directement l'accès aux biens et services essentiels pour les consommateurs dans un avenir proche. Seront concernés l'énergie, l'eau, la nourriture, l'habitat, la sécurité des personnes et des biens, etc. La situation impose sans attendre des actions coordonnées de l'ensemble des acteurs socio-économiques (professionnels, salariés, consommateurs), des Etats et collectivités locales, pour que la charte mondiale des droits des consommateurs (voir annexe) soit mise en œuvre partout, dans le cadre d'un développement économique durable.

Pour atteindre cet objectif, les organisations de consommateurs au plan mondial sont solidaires et se fixent une double mission : informer et accompagner les consommateurs dans l'évolution de leurs modes de vie et de consommation ainsi que leur participation aux décisions, et agir auprès des pouvoirs politique et économique pour que reculent les inégalités et la pauvreté. Ceci conditionne directement la possibilité de faire évoluer les modes de consommation dans les pays industrialisés et pour que les populations des pays qui n'y ont pas accès puissent y parvenir sans reproduire les erreurs de la société de consommation occidentale.

Les consommateurs veulent des moyens pour vivre dignement, sans assistanat, être informés sur les conditions de production, de fabrication, de distribution. Ils veulent une information fiable, compréhensible, directement utile. Ils cherchent des conseils pratiques, techniques, des aides fiscales ou financières possibles, pour modifier leurs équipements, pour acheter des biens plus économes, plus respectueux de l'environnement, à qualité d'usage identique. Ils veulent aussi être écoutés et consultés sur les choix qui les concernent.

Il s'agit de créer les conditions d'accès au progrès pour tous, sans discrimination ni assistanat, de donner envie et sens aux actes déjà accomplis et à ceux qui sont sollicités. L'accès aux services essentiels doit être garanti pour tous. Les droits humains, l'environnement sont à mettre au centre des préoccupations et des modèles économiques à construire.

Cela ne peut se traduire pour autant par la négation des avantages que procure le progrès technologique, économique et social. Au contraire, l'objectif au plan mondial est de consommer mieux et autrement, d'améliorer la qualité de la vie, l'accès à un confort et une sécurité légitimes, en faisant des économies et en préservant les ressources. Cette démarche doit donner envie, entraîner l'adhésion du plus grand nombre.

Cela nécessite de s'interroger sur le sens et l'efficacité d'un progrès technique trop souvent utilisé pour provoquer la seule obsolescence des produits, sur la question de leur durabilité et du « tout jetable », et d'orienter le progrès technique vers le mieux être des populations. Ce dernier doit également, pour être accepté par la société, s'accompagner d'une gouvernance plus ouverte sur la société civile. A défaut, le risque est réel de voir se créer une méfiance entre l'opinion et tout progrès scientifique et technique comme en témoignent des questions comme les OGM, les ondes radio électriques, les nanotechnologies, etc.

II- La nécessaire évolution des modes de consommation et de production : deux logiques intrinsèquement liées

Trop souvent les consommateurs sont accusés d'être trop individualistes, de ne pas prêter suffisamment attention à l'environnement, de gaspiller l'énergie, de produire trop de déchets,

d'acheter des produits dangereux... Or, une majorité de ménages n'est pas en situation de pouvoir agir, pour des raisons économiques, sociales, culturelles, et un nombre croissant d'entre eux ont de plus en plus difficilement accès aux services essentiels. Ne pas prendre en compte ces réalités produirait de nouvelles inégalités ; le remède risque d'être pire que le mal.

Créer les conditions du changement

Les consommateurs veulent légitimement bénéficier au maximum des nouveaux produits et services, des nouvelles technologies. Les choix personnels, certes fortement empreints d'individualisme, vont aussi de pair avec un intérêt croissant pour de nouvelles valeurs moins matérielles qu'elles ne l'étaient dans le passé.

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la qualité de l'eau et de l'air, à la santé, à la sécurité alimentaire, aux consommations d'énergies, aux placements éthiques, aux modes de développement, aux solidarités locales et internationales. Les bases existent pour qu'une consommation responsable se généralise. Cependant, sans minimiser la responsabilité individuelle et collective des consommateurs et usagers, n'oublions pas qu'ils achètent ce qu'on leur vend, et ce que la publicité et le marketing leur vantent. Trop de produits et de services mis sur le marché ne devraient pas l'être. Il suffit de regarder le nombre de suspensions, de retraits du marché, d'interdictions à posteriori, d'actions en cessation de clauses abusives, pour s'en convaincre.

Il n'y aura pas de changements majeurs de modes de vie et de consommation, acceptés et portés par le plus grand nombre, sans changement en même temps de modes de production, de distribution et de décision. Vouloir faire évoluer les modes de consommation sans tenir compte de cette réalité serait une lourde erreur. L'éducation au développement durable doit viser en tout premier lieu ceux qui conçoivent, financent, produisent, distribuent, promeuvent les produits et les services. Les créateurs, communicants, publicitaires ont un rôle considérable, et une responsabilité directe.

Le système d'autorisation de mise sur le marché doit être revu en application du principe de précaution et de la stratégie de développement durable.

Les implications et conséquences sont ici immenses : refonte des programmes des écoles et grandes écoles, plan de formation dans de nombreux professions etc. Il ne s'agit pas d'une réforme technique mais de changements culturels, sociétaux.

Inverser les logiques et créer une fiscalité incitative

Les consommateurs n'acceptent plus de devoir payer plus cher pour des produits et services de qualité et rejettent le fait de devoir payer toujours plus d'impôts et taxes pour réparer les dégâts environnementaux et sanitaires de productions non vertueuses.

Or, depuis quelques années, les productions qui externalisent leurs impacts négatifs sur la santé et l'environnement mettent sur le marché des produits à très bas prix – on pourrait dire artificiellement bas. Ils font de la concurrence déloyale à celles qui s'engagent dans une réelle démarche de progrès, font l'effort de l'éco labellisation par exemple devant, elles, internaliser le coût de la limitation de ces impacts, et pour certaines filières aux produits locaux de pays en voie de développement. Pendant de longues années, par choix ou défaut, la société a soutenu des produits et services en fonction de la seule logique concurrentielle sans se poser la question de ces impacts sociaux, sanitaires, environnementaux.

C'est à une refonte en profondeur de notre système fiscal qu'il faut aujourd'hui s'atteler et cela dans un cadre européen voir mondial.

Les produits et services sains, loyaux, qui respectent la dignité humaine, l'environnement, doivent à fiscalité globale constante, bénéficier d'une fiscalité allégée, de conditionnalité d'aides publiques, afin d'être les moins chers et accessibles à tous. L'information et la communication sur la réalité de tous les coûts directs et indirects doivent être renforcées pour que celle-ci devienne familière aux consommateurs, et un critère de choix.

III - De nouvelles règles s'imposent

Une nouvelle fiscalité au lieu d'un signal prix

Le nouveau modèle économique pour lutter contre les causes du réchauffement climatique implique de modifier le principe de notre actuel modèle reposant sur la consommation des énergies dites fossiles (pétrole, charbon, gaz...) au bénéfice d'énergies renouvelables. Cela impose un large débat public sur la nécessaire refonte de notre fiscalité.

L'outil fiscal doit encourager l'adoption de modes de consommation/production vertueux et pénaliser les consommations de biens/services entraînant des préjudices environnementaux et sanitaires. La fiscalité à venir doit aussi être plus juste et se donner comme objectif un rééquilibrage entre fiscalité directe et indirecte au profit de la fiscalité directe (plus équitable socialement).

Le seul signal prix est inacceptable comme seul mode de sensibilisation des consommateurs. Il est ici nécessaire que tous les ménages contraints dans leur mode de consommation d'énergie puissent bénéficier d'aides leur permettant de se doter d'équipements économes en énergie. En effet, les conditions de vie actuelles des ménages, faut-il le rappeler, découlent de situations contraintes et, très majoritairement, ceux qui seraient appelés à payer plus seraient souvent les plus contraints car les plus modestes. Ce serait donc profondément injuste et inéquitable. Enfin, l'évolution des modes de consommation doit être socialement acceptée : contraindre les consommateurs aboutirait très rapidement à un effet contraire à celui recherché. Seule l'implication de tous nous permettra de réussir.

Nécessité d'une politique publique incitative mais aussi lisible et pérenne pour le consommateur

Les mesures publiques à prendre (incitations fiscales, subventions, etc.) devront s'inscrire dans un cadre visible et lisible : à quoi servent-elles ? Quels objectifs recherchés ? Cela afin de faciliter ces investissements dans de nouveaux dispositifs et mieux apprécier leur opportunité. Il importe ainsi que l'évolution de la fiscalité à venir soit connue de tous avec un objectif à terme et des échéances clairement annoncées.

Un choix clair en faveur de l'éco conception

L'éco conception vise à intégrer des critères environnementaux dès la conception des produits et services. L'objectif est d'agir très en amont dès les études et la conception des produits. Cela est la seule façon d'agir efficacement.

Cette démarche globale permet d'anticiper et de maîtriser les effets de toute production sur notre environnement. Elle implique une approche multicritères autorisant une analyse des conséquences sur l'environnement tout au long du cycle de vie du produit. Ce dernier étant alors dès sa conception pensé avec le souci de son recyclage en fin de vie.

L'éco conception permettra de limiter les consommations en ressources naturelles, d'optimiser les impacts sur l'environnement et la santé, tout au long du cycle de vie des produits.

Pour la CLCV il est important que l'éco conception s'affirme comme la règle pour l'ensemble des produits et services. Il est important en parallèle de pénaliser la création de « richesses factices » par la production de biens et services portant atteinte à l'environnement, à la santé. Il n'est plus acceptable de rester dans une logique qui conduit chaque trimestre à publier au Journal Officiel la liste des produits suspendus ou retirés du marché. Cette nouvelle logique nécessite d'instaurer des dispositifs de concertation obligatoire le plus en amont possible des décisions de produits pour évaluer le niveau de satisfaction qui devra être attendu par le consommateur au lieu d'une logique productiviste impliquant de nombreuses conséquences négatives, devant ensuite être corrigées.

Cette évolution ne peut être envisagée qu'au plan européen et mondial.

L'accès à l'énergie pour tous

Nous savons que les ressources en énergies fossiles seront de plus en plus limitées au regard d'une demande croissante. Cela pose et posera demain plus encore la question de l'accès des consommateurs à des énergies de plus en plus chères. Cette réalité devra être gérée même si en parallèle de nouvelles offres en énergie renouvelable se font jour, de nouvelles technologies moins énergivores se développent et si chacun adopte des comportements économes en consommation d'énergie.

C'est pourquoi, il est nécessaire de revoir rapidement les modalités économiques d'accès aux énergies. Aujourd'hui, ces dernières sont proposées par le marché avec pour les plus modestes des dispositifs d'aides sociales. Or, ces systèmes actuels d'aides sociales ciblées montrent déjà leur essoufflement sous la triple influence du renchérissement des prix des énergies, du nombre de ménages éligibles et de la faiblesse relative toujours plus marquée de ces aides. Nous devons sur cette question avoir un débat politique sur des dispositifs à imaginer pour garantir à tous l'accès aux besoins essentiels à un coût accessible.

En amont de ce débat et pour en faciliter les termes, il est aussi nécessaire de connaître le coût réel de chaque énergie avec une analyse du cycle de vie faisant apparaître l'ensemble de son impact réel sur l'environnement et la santé.

Un bâtiment moins énergivore

Le secteur du bâtiment représente un enjeu majeur en matière de division par 4 des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2050. Cela nécessite d'atteindre les objectifs européens dès 2020 : 20% de réduction des émissions de gaz à effet de serre (ou 30% en cas d'engagement d'autres pays industrialisés), 20% d'économies d'énergie et 20% de part des énergies renouvelables. Ces objectifs bien qu'ambitieux à ce jour, pourraient s'avérer insuffisants.

En l'état il ne peut être envisagé de mettre à contribution les ménages. La priorité est dans la formation initiale et continue de tous les corps de métier de la construction, de l'installation, de la maintenance, des architectes, des gestionnaires, etc. Les aides publiques doivent être conditionnées à la mise en place d'équipes pluralistes de maîtrise d'œuvre (architectes, thermiciens, acousticiens, urbanistes, représentants des habitants) ; c'est une nouvelle approche globale qu'il faut privilégier.

Promouvoir les modes de transports non carbonés

Lorsque que les transports collectifs sont adaptés à tous les publics, sûrs et abordables, ils sont utilisés. Le fait que les citoyens privilégient les transports en commun s'obtient par l'adhésion et non par la sanction. Créer de nouveaux modes de déplacement non carbonés est possible si cela s'accompagne de mesures volontaires.

- des transports sûrs, confortables, bien entretenus, non polluants, à horaires adaptés aux besoins de chaque catégorie de la population et aux réalités locales ;
- une tarification raisonnable et incitative par rapport à la route et une organisation qui permette l'intermodalité maximale ;
- des parkings d'accès en quantité suffisante, sécurisés et à un tarif attractif ;
- la généralisation de l'information en temps réel des délais d'attente des bus, métros et trams et le développement du radio guidage déclenchant leur priorité aux feux tricolores ;
- la prise en compte des besoins des personnes à mobilité réduite, malvoyantes, malentendantes, des voyageurs accompagnés de jeunes enfants, avec bagages, vélos... ;
- l'extension du droit à réparation en cas de retards et dysfonctionnements (en particulier sur les lignes urbaines et régionales avec reversement aux voyageurs des indemnités versées par les transporteurs aux autorités organisatrices des transports), pertes ou destruction de bagages.

Cela nécessite une très nette amélioration de la gouvernance, la généralisation des commissions consultatives des services publics de transports, et l'ouverture d'un grand débat national à organiser sur l'ensemble du territoire, avec la participation de toutes les parties concernées : consommateurs, Etat, collectivités, autorités organisatrices, opérateurs, ONG, salariés...

Agriculture

L'agriculture contribue à l'effet de serre non seulement du fait de l'émission de CO₂ d'origine fossile (synthèse d'intrants par la pétrochimie, énergie consommée sur l'exploitation) mais aussi et surtout en raison de la production de méthane par les élevages de ruminants et de protoxyde d'azote par les sols cultivés.

Cependant, l'agriculture se distingue des autres activités économiques par sa capacité à participer au stockage du CO₂ sous forme de biomasse. Mais ce stockage est en fait très variable selon le mode d'exploitation du sol : il est faible dans le cadre d'une culture « conventionnelle » et plus élevé pour une prairie ou une parcelle agroforestière. On doit constater que les orientations de l'agriculture dans les pays développés au cours des dernières décennies n'ont guère été favorables au stockage du carbone (abandon de systèmes herbagers au profit de cultures fourragères, recours massifs aux intrants chimiques de synthèse, appauvrissement de certains sols en matière organique).

La réorientation des pratiques agricoles est aujourd'hui nécessaire en raison, non seulement du changement climatique, mais également d'autres enjeux environnementaux (préservation de la ressource en eau, et de la biodiversité) auxquels s'ajoutent des questions sanitaires (incertitudes sur l'exposition à long terme aux pesticides). Il ne faut bien sûr pas perdre de vue que cette réorientation intervient dans un contexte de demande alimentaire mondiale croissante. Ainsi, c'est bien un double défi, alimentaire et environnemental, que l'agriculture doit relever.

Les solutions techniques ne relèvent pas d'un « retour au passé » mais au contraire d'innovations qui miseront davantage sur les ressources internes des écosystèmes que sur leur artificialisation et leur simplification.

Quant à l'agriculteur, il ne doit plus être un simple utilisateur de solutions prêtes à l'emploi (une maladie/un traitement, un objectif de rendement/une fertilisation) mais doit raisonner l'ensemble de ses pratiques (rotation de cultures, travail du sol, combinaison de productions) pour optimiser son revenu en réduisant son impact environnemental. Aujourd'hui des efforts importants doivent être poursuivis sur l'évaluation et la mesure de ces impacts.

Par ailleurs, il est clair que les politiques agricoles doivent être refondées. Si le principe d'un soutien au secteur agricole, garant de la sécurité alimentaire, n'est pas à remettre en cause, il est anormal que les critères environnementaux soient aujourd'hui si peu pris en compte dans l'attribution des aides. Les consommateurs et les citoyens fortement préoccupés par ces questions ont aujourd'hui de plus en plus de mal à accepter de financer des politiques bénéficiant avant tout à une minorité d'agriculteurs travaillant sur les exploitations les plus grandes et les plus productives.

Dans le secteur agricole comme ailleurs, il est donc urgent d'associer l'ensemble des parties prenantes à la gouvernance et à la définition de politiques dont les impacts ne se limitent pas à quelques groupes d'intérêt mais concernent bien l'ensemble de la collectivité.

Le droit et les moyens pour les consommateurs de choisir

Il est essentiel de donner aux consommateurs les outils pour choisir.

Les labels

La multiplication des signes de qualité et des allégations écologiques ou sanitaires est contre productive, entretient l'ambiguïté, et quand elle ne conduit pas à de nouvelles formes de publicité de nature à induire en erreur, ne permet pas aux consommateurs de s'y retrouver pour choisir en connaissance de cause. Cette dérive se poursuit avec la multiplication de l'affichage du coût carbone par exemple.

Il faut s'en tenir à un petit nombre de signes de qualité, officiels, contrôlés par des organismes agréés, indépendants des producteurs et distributeurs, cohérents entre eux, accessibles à tous et facilement compréhensibles. Concernant les OGM, alors qu'une large majorité de consommateurs européens déclarent ne pas en vouloir dans leur alimentation, la faisabilité de filières garanties et l'étiquetage « sans OGM », ne font pas encore consensus. Quand les conditions sont réunies, cela fonctionne. Par exemple, en matière énergétique, les subventions, les crédits d'impôt, la TVA réduite, le bonus-malus, sont des signes forts et déclencheurs pour les consommateurs. Il faut aller plus loin et inverser les logiques.

Les étiquettes

Nous soutenons la généralisation des informations environnementales sur les produits et services et de l'étiquetage énergétique de tous les appareils de grande consommation. Nous demandons cependant que l'on substitue la « valeur écologique » au prix carbone plus compréhensible pour les consommateurs.

IV L'adaptation aux changements climatiques

Il est désormais admis que la mise en œuvre de politiques publiques ambitieuses, à la hauteur des enjeux sociaux et environnementaux, n'empêchera pas l'augmentation globale inéluctable moyenne de 2 degrés à la surface du globe. Cette augmentation de la température aura des conséquences graves sur le plan économique et humain. Il s'agit donc de faire en sorte que la situation n'empire pas et de prendre des initiatives fortes pour s'adapter à ces changements et en limiter les conséquences.

Pour un aménagement concerté des territoires

La plus grande solidarité au plan mondial est à organiser pour que les populations les plus exposées – et que l'on appelle déjà réfugiés climatiques - soient prises en charge, humainement et économiquement, afin qu'elles puissent continuer à vivre décemment dans les territoires de leur choix et qu'il faudra aménager.

Dire très clairement comment organiser les adaptations nécessaires

Des conférences mondiales, régionales, nationales, et au plus près des populations, avec l'appui d'experts pluralistes, doivent être organisées afin d'expliquer clairement quelles seront les changements à court, moyen et long terme auxquels il faudra faire face, et ce, dans chaque pays :

- redéfinition des documents d'urbanisme et des normes de construction et de réhabilitation, de localisation des activités économiques, pour prendre en compte les aléas climatiques ;
- identifier les conséquences des changements de modes de culture et des reconversions nécessaires, sur l'emploi, les zones d'habitation ;
- évaluer les risques de dépréciation des biens, en fonction de l'évolution des risques naturels majeurs, notamment dans les zones côtières, les zones d'affaissement et glissements de terrains ;
- les impacts éventuels de ces changements géographiques et géologiques sur les infrastructures et les activités industrielles à risques ;
- négocier la contribution des systèmes assurantiels au financement de l'adaptation qui évitera que des catastrophes répétées et de plus en plus graves conduisent à ce qu'ils ne puissent plus couvrir ces risques, ou à des conditions financières insupportables pour les assurés.

V – Mécanismes économiques et politiques de lutte contre le réchauffement climatique

La lutte contre le réchauffement climatique implique un nouveau modèle économique durable et soutenable pour les générations futures. Ce nouveau modèle doit également générer une « croissance verte ».

Une politique active de lutte contre les causes et les effets du réchauffement climatique implique de prendre des mesures économiques au plan international. Dans cette perspective la responsabilité des pays développés devra être considérée, même si le mouvement devra concerner l'ensemble des pays.

Il importe aujourd'hui :

- d'instaurer de nouvelles règles sociales et environnementales dans le commerce international ;
- de réfléchir à l'instauration d'une fiscalité harmonisée au plan international pour lutter contre les causes identifiées du réchauffement climatique ;
- de mettre en place des dispositifs et fonds orientés vers la recherche de technologie nouvelles.

Une telle politique impliquera la mise en place d'une gouvernance mondiale sur certains des sujets.

VI – Le nécessaire engagement des acteurs socio-économiques au plan mondial

Une telle refonte de notre système économique impose une refonte des modèles de production, de consommation et de décision. Au-delà des économies d'énergie, d'une nouvelle offre d'énergies renouvelables et des mesures incitatives à déployer, l'essentiel pour réussir résidera dans l'engagement sans faille et collectif de tous les acteurs économiques.

La CLCV s'engage, comme l'ensemble des 220 organisations de consommateurs membres de Consumers International, présentes dans 113 pays, en :

- Informant et aidant les consommateurs à comprendre et à agir au quotidien contre le réchauffement climatique. Elle a aussi une obligation face à l'immensité des informations sur ce thème d'aider les consommateurs à accéder aux bonnes informations ;
- Agissant ensemble et en partageant les informations, les campagnes d'information à succès, etc., entre organisations au plan international pour être plus efficaces ;
- Se battant aux côtés des consommateurs les plus faibles et les plus fragiles face aux conséquences du réchauffement climatique ;
- Menant des missions d'éducation auprès des consommateurs, leur faisant prendre conscience qu'ensemble ils peuvent être des acteurs majeurs pour lutter contre les conséquences du réchauffement climatique ;
- Se mobilisant contre l'instrumentalisation des arguments environnementaux.

Les entreprises doivent de leur côté :

- Offrir aux consommateurs des biens et des services durables et ayant un faible impact carbone, spécialement en ce qui concerne les besoins fondamentaux tels que l'énergie, l'eau et la nourriture ;
- Soutenir et promulguer des normes universelles et définies indépendamment en matière de politique d'atténuation du changement climatique ;
- Etre totalement transparentes et ouvertes sur leur impact sur le changement climatique – y compris sur les objectifs qu'elles se sont données en la matière et sur les actions qu'elles entreprennent avec leurs fournisseurs et à l'étranger ;
- Retirer volontairement du marché les produits ayant le plus d'impacts négatifs sur le climat, en faisant de la réduction de l'émission de carbone la clé de leurs futurs produits et services ;
- Fournir aux consommateurs des informations claires, compréhensibles et visibles sur les façons d'utiliser et de recycler leurs produits pour réduire les impacts négatifs sur le climat ;
- Soutenir activement et chercher des fournisseurs « verts » tout au long de la supply chain.

Les gouvernements doivent :

- Aider les consommateurs à changer positivement et à minimiser, à tous les niveaux, leurs impacts négatifs sur le climat ;
- Financer la recherche afin de définir quels changements de comportement du consommateur produisent le plus d'effets positifs ;
- Mener la planification de différents scénarii, prendre des décisions étudiées, basées sur des preuves et éviter la mise en place de politiques contradictoires qui annulent les actions positives des consommateurs ;
- S'assurer que les actions entreprises n'aient pas un impact négatif sur le développement, particulièrement au regard de l'accès aux biens et services fondamentaux ;
- Montrer l'exemple en s'approvisionnant en produits et services à faible impact carbone ;
- Subventionner et simplifier les actions des consommateurs, particulièrement dans des secteurs rejetant traditionnellement le plus de carbone, tels que le logement, la nourriture et le transport ;
- Accélérer la commercialisation de technologies rejetant peu de carbone ;

- S'assurer que le coût lié à la réduction des gaz à effet de serre est supporté de manière équitable, et, lorsque c'est opportun, en fonction du comportement pollueur. Ni les consommateurs « verts », ni les plus vulnérables aux changements climatiques ne doivent être pénalisés ;
- S'assurer qu'une importance excessive n'est pas donnée aux intérêts des entreprises ayant le plus d'impacts négatifs sur le climat par l'adoption d'une politique claire et transparente ;
- Soutenir à l'étranger l'investissement dans les technologies « vertes » en n'encourageant pas les autres pays à accepter l'investissement dans des sociétés ayant un lourd impact carbone ;
- S'assurer que l'éducation au développement durable est bien ancrée dans les parcours d'enseignement formels et informels ;
- Etablir un cadre législatif pour des labels et des procédures de contrôle indépendants ;
- Encourager la convergence vers des normes internationales sur l'efficacité énergétique et la production et la livraison de biens et services durables.

www.clcv.org

www.consumersinternational.org



Annexe I

Les droits fondamentaux des consommateurs

Le 15 Mars 1962 l'ancien président américain John F. Kennedy a dit:

'Les consommateurs, par définition, inclure tous. Ils sont le plus grand groupe économique, touchant et touché par presque toutes les décisions économiques publiques et privées. Pourtant, ils sont le seul groupe important ... dont les opinions ne sont souvent pas entendus

».

Il a ensuite exposé les quatre droits fondamentaux du consommateur à:

- Sécurité
- Information
- Choix
- Être entendu.

Ces dernières années, le mouvement des consommateurs, sous la direction de Consumers International a ajouté quatre droits de plus et ils comprennent les droits suivants:

- La satisfaction des besoins fondamentaux
- Réparation Education
- Un environnement sain.

Les droits de base des consommateurs se définissent au niveau mondial en huit points :

- **Le droit à la satisfaction des besoins essentiels** - D'avoir accès aux services de base, les biens et services essentiels, la nourriture, l'habillement, le logement, les soins de santé, éducation, services publics, de l'eau et l'assainissement.
- **Le droit à la sécurité** - D'être protégé contre les produits, les processus de production et de services, qui sont dangereuses pour la santé ou la vie.
- **Le droit d'être informé** - À donner les faits nécessaires pour faire un choix éclairé, et d'être protégé contre les malhonnêtes ou à la publicité trompeuse et l'étiquetage.
- **Le droit de choisir** - Être en mesure de choisir parmi une gamme de produits et services, offerts à des prix compétitifs avec une assurance de qualité satisfaisante.
- **Le droit d'être entendu** - D'avoir représenté les intérêts des consommateurs dans l'élaboration et l'exécution de la politique gouvernementale, et dans le développement de produits et de services.
- **Le droit à réparation** - De recevoir un règlement équitable des revendications justes, y compris une indemnisation pour fausse déclaration, les marchandises de pacotille ou de services insatisfaisants.
- **Le droit à l'éducation des consommateurs** - D'acquérir les connaissances et compétences nécessaires pour prendre connaissance de cause, confiants choix sur des biens et services, tout en étant conscient des droits fondamentaux des consommateurs et des responsabilités et la façon d'agir sur eux.
- **Le droit à un environnement sain** à vivre et travailler dans un environnement non menaçant pour le bien être des générations présentes et futures.

Annexe 2

La charte mondiale de l'énergie

Consumers International novembre 2008

Nous sommes partisans d'une charte universellement applicable et incorporant des éléments valables pour tous les marchés énergétiques. L'objectif premier d'une charte mondiale de l'énergie est la promotion du droit des consommateurs à un accès universel à l'énergie durable.

1. Accès

Les autorités publiques doivent mettre en marche des mécanismes leur permettant de remplir l'objectif d'accès universel aux services énergétiques selon des principes de durabilité et de prix abordables.

Lorsqu'un service universel n'est pas encore en place et que de nombreuses personnes n'y ont pas accès, celles-ci ont le droit de savoir quelles mesures sont en cours pour leur garantir un service à l'avenir et la date anticipée de cet accès.

La continuité du service est une partie vitale de l'accès. Les consommateurs doivent avoir droit à un service régulier, sans délestages ni interruptions arbitraires.

2. Durabilité

Les autorités publiques, les organismes régulateurs, les fournisseurs de services et lorsque cela s'applique, les institutions financières internationales, doivent :

- * œuvrer ensemble pour réduire des modes de production et de consommation énergétique peu économes et promouvoir la fourniture d'une énergie durable; ceci devrait inclure une information sur l'efficacité énergétique, tel un étiquetage exhaustif permettant au consommateur de faire des choix informés lors d'achats d'énergie et d'appareils énergétiques;
- * promouvoir les investissements dans des sources d'énergie durable et dans des technologies favorisant l'énergie durable; y compris par la fourniture de services de prêts et de systèmes de microcrédit;
- * soutenir les technologies énergétiques durables par les systèmes des marchés publics et par un cadre législatif propice;
- * réduire l'utilisation de sources d'énergie traditionnelles non renouvelables tels les hydrocarbures, et promouvoir des alternatives durables;
- * inciter consommateurs et fabricants à accroître leur efficacité énergétique, y compris par des mesures de conservation d'énergie/d'isolation susceptibles de réduire les factures et/ou d'accroître le confort;
- * développer des normes formelles et écrites de durabilité pour le service, accordant une attention particulière à l'entretien à long terme de l'infrastructure du réseau; les rapports de conformité avec de telles normes devraient être publiés.

Les autorités publiques doivent:

- *œuvrer pour le développement et la mise en application d'objectifs obligatoires en vue de réductions majeures et durables des émissions de gaz provoquant l'effet de serre, objectifs alloués selon des principes d'équité internationale;
- *publier des rapports donnant le détail du suivi et de l'audit de la conformité avec les objectifs; les rapports annuels devraient inclure la production énergétique et les profils de consommation pour chaque pays;
- *œuvrer avec les institutions internationales compétentes en vue d'élaborer une stratégie de l'énergie visant à réconcilier les objectifs d'accès universel et de durabilité.

Les consommateurs doivent:

- *jouer leur rôle dans la réduction des modes de consommation énergétique peu économes. Les fabricants, fournisseurs de services et autorités publiques devraient dans ce but fournir une information facilement disponible pour informer les consommateurs des innovations et des objectifs réalistes de réduction énergétique dans les foyers;

*pouvoir participer à des systèmes de réduction de la production de carbone susceptibles également de protéger les catégories aux revenus les plus modestes contribuer à la stabilité des systèmes en payant leurs factures.

3. Choix et flexibilité

De nombreuses communautés requièrent des types d'énergie divers. Il faut encourager des sources alternatives et variées de fourniture d'énergie.

L'accès des producteurs et fournisseurs de services aux réseaux de transmission et de transport d'électricité et du gaz (y compris ceux qui sont en cours de développement) doit se faire sous une base non discriminatoire. La production hors-réseau ne doit pas être entravée par des monopoles légaux/officiels ou contractuels.

Tous les consommateurs doivent pouvoir choisir des méthodes de paiement pratiques.

4. Équité

Le principe d'une distribution équitable doit s'appliquer indépendamment de la catégorie sociale ou de l'emplacement géographique;

Si les réseaux actuels sont sujets à des coupures de service, de telles coupures doivent être gérées de façon équitable, évitant ainsi la discrimination envers les zones les plus défavorisées;

La fixation des prix est de la responsabilité des décideurs politiques locaux mais elle doit tenir compte d'un certain nombre de facteurs: capacité de la population à payer, coûts de production, histoire des prix et taux de rendement par rapport au capital (qu'il soit public ou privé). Les consommateurs doivent être à l'abri de forces du marché débridées en matière de fixation des prix;

Les niveaux des tarifs prélevés ne peuvent discriminer en faveur de certaines méthodes de paiement.

Le coût permis du capital doit se limiter à un 'rendement juste' et reconnaître à part égale la légitimité du besoin d'investissement et la protection des consommateurs contre des profits déraisonnables.

Il faut améliorer et/ou maintenir à des niveaux élevés le niveau des paiements par les consommateurs afin que tous contribuent, y compris les organismes publics.

Là où les subventions sont nécessaires pour garantir l'accès. Elles devraient être conçues afin de bénéficier en premier lieu à ceux qui ne sont pas desservis ou qui bénéficient d'un service partiel.

5. Soutien aux clients et service

Il doit y avoir des droits contractuels au service. Là où cela est nécessaire, les contrats doivent être 'implicites', c'est à dire, non nécessairement sous forme de document officiel individualisé pour chaque foyer. Les droits des consommateurs doivent être identifiés clairement afin que chacun puisse les exercer et puisse faire valoir ses droits même lorsqu'il n'est pas en possession d'un contrat écrit. Ce dernier point est particulièrement important pour le sixième de la population mondiale adulte qui est analphabète.

Les fournisseurs de service, en consultation avec les représentants des consommateurs et les autorités locales, doivent rédiger des contrats de service.

Il faut établir des procédures de raccordement à bas prix, des frais de raccordement par exemple étalés dans le temps après le raccordement initial.

Les contrats doivent protéger les consommateurs des coupures arbitraires et devraient les informer de tous les tarifs et charges applicables, lesquels ne doivent pas être soumis à des variations arbitraires.

La déconnexion pour non paiement ne doit avoir lieu qu'en dernier recours, après que le consommateur a bénéficié de toutes possibilités de paiement et que les modalités futures de paiement ont été explorées en détail; toutes les solutions d'aide financière (tel le droit à des allocations de sécurité sociale) devraient être explorées avant que ne soit prise une mesure de déconnexion d'une telle gravité.

Les factures doivent être correctes et susceptibles de vérification par des experts indépendants en cas de litige.

Les méthodes de paiement doivent être pratiques. Il est établi par exemple que les consommateurs aux revenus les plus modestes préfèrent payer régulièrement des sommes plus petites.

Il doit y avoir des systèmes simples et rapides permettant de signaler et de rectifier certains problèmes, telles les interruptions de service ou les fuites.

Les interruptions prévues doivent être précédées d'avertissements clairs.

L'aide doit être facilement accessible et gratuite afin d'aider les consommateurs à comprendre leurs factures et à prendre des dispositions adéquates de paiement, surtout lorsqu'ils sont en difficulté. L'information et l'éducation des consommateurs doivent leur être facilement accessibles.

6. Médiation et compensation

Il doit y avoir des procédures exhaustives, justes et gratuites dans les cas de plaintes et réclamations; de telles procédures devraient être vérifiées par les consommateurs, les administrations locales et les opérateurs réunis en organismes tripartites créés à cet effet;

Au minimum, les consommateurs ne doivent pas payer pour un service qu'ils n'ont pas reçu par suite de coupures. Il serait préférable que soient développés des systèmes de compensation.

Les organismes représentant les consommateurs (voir ci-dessous: section 8) doivent comprendre des mécanismes clairs et formels d'analyse des plaintes qui résultent dans la formulation de recommandations.

7. Aides spéciales

Il faut développer des programmes spéciaux répondant aux besoins des consommateurs les plus défavorisés. La création de mesures 'ciblantes' cette catégorie de consommateurs est susceptible d'une meilleure efficacité que des subventions universelles.

Les subventions doivent être le fait des autorités publiques ou prendre la forme de subventions 'croisées' émanant des secteurs économiques localement dominants ou d'autres consommateurs. Elles devraient aider les consommateurs les plus défavorisés en ciblant les raccordements initiaux.

Tout système de paiement développé en vue d'une aide aux catégories les plus défavorisées doit éviter toute stigmatisation. Une protection spéciale s'impose dans le cas des consommateurs particulièrement vulnérables (personnes âgées, jeunes enfants), en particulier en ce qui concerne la protection contre les déconnexions.

8. Rôle des consommateurs et gouvernance

Il doit y avoir une régulation autonome et clairement identifiable des prix et des critères de performance soutenue par des pouvoirs légaux effectifs, quelle que soit l'entité détentrice.

Des normes formelles doivent être publiées afin de garantir la qualité et la sécurité; les fournisseurs de service et les administrations compétentes doivent prendre en compte les normes internationales applicables.

Par la participation et la représentation des consommateurs dans le processus régulateur, les autorités publiques doivent garantir que les vues des communautés locales soient pleinement représentées afin de protéger les intérêts de ces communautés, et que les diverses options soient considérées minutieusement aux moments clés des décisions.

Si un changement de structure ou de propriétaire a lieu, telle une privatisation par exemple, ou lorsqu'il a lieu, il doit toujours être précédé d'une législation, d'institutions et d'une régulation efficaces dans le domaine de la protection du consommateur.

Les organisations de consommateurs doivent jouer un rôle actif dans les discussions ayant trait aux décisions politiques essentielles (y compris leur participation dans le secteur privé). Celles-ci doivent être transparentes et inclure un accès public aux documents pertinents.

Les représentants des consommateurs doivent avoir droit d'accès à toute information dans un format intelligible. Ils devraient à leur tour avoir le droit d'en révéler le contenu à ceux qu'ils représentent. Les documents doivent être transparents sur un certain nombre de points, dont les coûts proposés et la politique des prix, ainsi que les contrats de service entre administrations locales par exemple et fournisseurs de services.

Les organisations représentant les consommateurs doivent présenter des garanties de leur indépendance. Les consommateurs et leurs représentants doivent avoir le droit de faire appel contre les décisions des régulateurs.

Lorsque les autorités publiques s'engagent à libéraliser les services publics en vertu d'accords internationaux, ils doivent garder le droit de réguler.

L'accès des consommateurs aux services énergétiques doit être, en fin de compte, de la responsabilité des autorités publiques, dont les actions dans ce domaine devraient être sujettes au contrôle public et au droit de réparation.