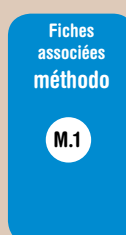


La protection des **Consommateurs****Durée de chaque atelier**

- Ateliers 1 et 3 : 15 min
- Atelier 2 : 20 min
- Atelier 4 : 30 min

Objectif

Comprendre les mécanismes et les règles pour agir en utilisateur averti, savoir se protéger et ne pas porter atteinte à la liberté ou aux droits des autres.



Qu'est-ce qu'un consommateur ? A partir de quand commence-t-on à consommer ?

Suggestion :
Lorsqu'on commence à demander un achat précis à une personne en position d'acheter pour nous.

Atelier 1. Recherche sur les points à prendre en compte pour être un consommateur averti

>> Comment bien s'informer pour consommer de manière réfléchie

Discuter avec les élèves pour identifier les points auxquels doivent être attentifs les consommateurs :

- en amont de l'acte de d'achat,
- lors de l'acte d'achat,
- puis, en cas de recours, une fois l'achat effectué.

Attribuer à ces trois phases de l'achat les actions ou informations suivantes, destinées à accompagner le consommateur :

- dépannage
- comparaison de produits
- conditions de paiement
- service clients
- remboursement
- étiquette produit
- efficacité énergétique
- paiement sécurisé
- avis de consommateurs
- législation sur les soldes
- délai de rétractation
- garanties, échange
- résiliation

A quoi faut-il également être attentif dans le cas d'offres promotionnelles ? Comment vérifier qu'une apparente bonne affaire en est réellement une ?



Avec le e-commerce (la vente en ligne), quelles garanties supplémentaires faut-il apporter au consommateur ?

Suggestions :
Qualité du produit, garanties contre la contrefaçon, réalité de l'entité vendeuse, sécurité du paiement, délais de livraison, conditions de retour et de remboursement, garanties apportées, utilisation des données personnelles...

Atelier 2. Comment s'informer avant d'acheter

>> Repérer les informations utiles pour se forger un avis

A partir des travaux de l'atelier 1, lister les sources d'information que peut consulter un consommateur avant d'acheter. Voir les liens utiles au verso pour élargir le périmètre des recherches.

Savoir lire une étiquette :

Faire rapporter des emballages produits, boîtes, pots... en classe pour une mise en pratique des conseils de lecture proposés par les sites.

- « Comment lire une étiquette alimentaire »
- Direction générale santé et protection des consommateurs de l'Union européenne : mots-clés : « dg sanco lire étiquette alimentaire »
- PNUE et Unesco* : mots-clés : « youthxchange lire étiquette alimentaire »
- « L'étiquetage des vêtements »
- ministère de l'Économie : mots-clés : économie étiquetage vêtements
- PNUE et Unesco* : mots-clés : « youthxchange étiquettes vêtements »

Voir www.ctaconso.fr pour des conseils très pratiques.

Les élèves sont-ils capables de citer quelques-unes des mentions obligatoires qui apparaissent sur les publicités de certains secteurs, tels que :

- alimentaire ?
mots-clés : « manger bouger infos nutritionnelles »
- énergie ?
« L'énergie est notre avenir, économisons-la. »
- santé ? « Ceci est un médicament. »

En connaissent-ils d'autres, vues sur les produits directement ?

Suggestions :

- « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération »
- « Fumer tue »

* PNUE : Programme des Nations unies pour l'environnement
Unesco : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

Atelier 3. La défense du consommateur

>> Connaître les dispositifs mis en place pour assurer la défense du consommateur

Exposé : les instances qui se sont développées pour la défense du consommateur : gouvernementales, associatives.
Quels sont les recours à la disposition du consommateur ?

zoom

Chacun peut se plaindre au Jury de déontologie publicitaire (www.jdp-pub.org) si une publicité le choque ou lui paraît mensongère. Ce jury statue sur les manquements aux règles déontologiques qui encadrent la publicité et qui fixent des limites précises pour les annonceurs désirant communiquer de manière responsable sur leurs produits.

De quelles manières le consommateur peut-il lui-même apporter des informations ou mettre en garde les autres consommateurs ?

Les élèves ont-ils déjà observé sur les sites qu'ils visitent des remarques, avertissements ou options particulières ?

Quels sont les autres moyens à la disposition de l'utilisateur pour exprimer ses observations ? Les élèves consultent-ils les avis ou observations des autres utilisateurs et, si oui, sur quels types de sites ? Leur demander des exemples et faire réagir toute la classe.

Les lister et déterminer ensemble leur rôle.



Pourquoi faut-il défendre le consommateur ? Jusqu'où faut-il aller ? Quelle doit être sa liberté ? Que se passe-t-il quand des consommateurs s'allient ? Comment peuvent-ils agir ? Quels sont les moyens d'action d'un consommateur isolé, d'un consommateur qui rejoint une association de consommateurs ?

Atelier 4. Les labels

>> Se repérer dans les différents labels

Qu'est-ce qu'un label ? A quoi sert-il ?

Quels sont les labels que connaissent les élèves ?

Peut-on distinguer différentes catégories de labels ?

Qu'indiquent-ils ?

Voir le guide des labels de la consommation responsable édité par l'ADEME

http://ecocitoyens.ademe.fr/sites/default/files/guide_labels_oct2010.pdf

Repérer sur les emballages des produits, boîtes, pots... rapportés pour la lecture des étiquettes la présence de labels. Vérifier s'ils sont répertoriés dans le guide.

Liens utiles

- DGCCRF - Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
www.economie.gouv.fr/dgcrf
- CNIL - Commission nationale de l'informatique et des libertés
www.cnil.fr
- INC - Institut national de la consommation
www.conso.net et le site ado édité par l'INC www.ctaconso.fr
- UFC Que choisir
www.quechoisir.org
- Association CLCV (Consommation logement cadre de vie)
www.clcv.org
- Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs (ALLDC)
www.leolagrange-conso.org
- Internet sans crainte
www.internetsanscrainte.fr