

Janvier 2009

LES DROITS DES CONSOMMATEURS

Notre conférencier Philippe a commencé par nous expliquer comment se compose une étiquette alimentaire. Cette étiquette informative sur le contenu du produit existe pour la quasi totalité de nos achats quotidiens. En effet, en dehors de quelques familles de produits (fruits et légumes frais, produits à la coupe, en vrac, le pain en boulangerie), chaque denrée alimentaire mise en vente doit comporter des informations dont le contenu est normalisé.

Dès que, pour accéder au produit, on dénature son emballage (ex : on ouvre le paquet de biscuits), les informations réglementaires d'étiquetage s'imposent.

Règles des 6 S :

Les informations d'étiquetage permettent d'apporter une réponse à 6 familles d'exigences :

- Sécurité : température de conservation, Date de consommation, présence d'allergènes...
- Santé : valeurs nutritionnelles, présence de vitamines, produits bio, OGM...
- Service : technologie de conservation, mode d'emploi...
- Satisfaction : dénomination de vente, liste des ingrédients...
- Sauvegarde de l'environnement : produits bio, absence d'OGM...
- Servitude : commerce équitable.

Chacun choisit un produit alimentaire en fonction de ces différents critères.

Une étiquette est composée de :

- la dénomination de vente (ex : beurre, jambon, crème dessert, etc.)
- la liste des ingrédients, y compris les épices et les additifs, par ordre décroissant de poids dans le produit

- la quantité nette. Sur une conserve de fruits ou de légumes, le poids net égoutté et le poids total sont indiqués.
- la date limite de consommation (DLC) ou la date limite d'utilisation optimale (DLUO)
- le lot de fabrication
- les coordonnées de l'entreprise responsable
- la mention " frais " si le produit a été fabriqué depuis moins de 30 jours, qu'il est aussi bon que lors de sa production et qu'il ne peut pas être conservé autrement que par réfrigération ou pasteurisation (sans conservateur).

Quelques mentions sont obligatoires dans certains cas, comme le degré alcoolique, d'autres sont facultatives : AOC, agriculture biologique, etc.

Philippe a poursuivi son exposé en nous parlant du démarchage à domicile. Le "porte à porte" est une pratique commerciale qui consiste à solliciter le consommateur afin de lui faire souscrire un contrat (achat d'un aspirateur, d'une encyclopédie, pose d'un double vitrage). Cette démarche peut le mettre en état d'infériorité par rapport au vendeur et le conduire à une commande qu'il regrettera peut-être. Les abus sont fréquents.

Le démarchage est encadré par la loi qui prévoit trois dispositions essentielles de protection :

- un délai de réflexion de 7 jours ;
- la remise obligatoire d'un contrat ;
- l'interdiction de percevoir une contrepartie financière pendant le délai de réflexion ou de commencer l'exécution de la prestation ou recevoir le bien.

La conférence s'est terminée sur la protection du consommateur vis à vis du crédit à la consommation, de la téléphonie mobile ou encore du commerce électronique.

Catherine et Philippe