



# Rapport d'activité 2012



UNION LUXEMBOURGEOISE DES CONSOMMATEURS  
nouvelle a.s.b.l.

# Rapport d'activité 2012



1. Assemblée générale, Organigramme, Groupes de travail et représentations
2. Relations publiques et médias
3. Contentieux, affaires judiciaires, conseil et information
4. Entrevues, partenariats et activités particulières de l'ULC
5. Représentations internationales

## SOMMAIRE

<b>1. ASSEMBLEE GENERALE, ORGANIGRAMME, GROUPES DE TRAVAIL ET REPRESENTATIONS NATIONALES .....</b>	<b>9</b>
1.1. L'ASSEMBLEE GENERALE DU 2 MAI 2012 A SANDWEILER .....	9
1.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION.....	14
1.3. LE COMITE DE GERANCE.....	15
1.4. ORGANIGRAMME.....	16
1.5. LES GROUPES DE TRAVAIL INTERNES.....	17
1.5.1. MARQUES NATIONALES .....	17
1.5.2. SERVICE CONTENTIEUX .....	17
1.5.3. POIDS ET MESURES.....	17
1.5.4. RELATIONS PUBLIQUES.....	17
1.5.5. REVISEURS DE CAISSE .....	18
1.6. LES REPRESENTATIONS NATIONALES.....	19
1.6.1. CONSEIL DE LA CONSOMMATION .....	20
1.6.2. COMMISSION D'EQUIPEMENT COMMERCIAL.....	22
1.6.3. CONSEIL NATIONAL DES PROGRAMMES.....	23
1.6.4. OFFICE NATIONAL DE L'APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE « MOSELLE LUXEMBOURGEOISE » (O.N.A.O.C.).....	25
1.6.5. MARQUE NATIONALE DU VIN (commission de dégustation) .....	26
1.6.6. MARQUE NATIONALE DES EAUX-DE-VIE.....	27
1.6.7. MARQUE NATIONALE DU MIEL .....	28
1.6.8. MARQUE NATIONALE DE LA VIANDE DE PORC .....	29
1.6.9. MARQUE NATIONALE DES SALAISONS FUMÉES.....	29
1.6.10. MARQUE NATIONALE DU BEURRE .....	29
1.6.11. AKTIOUN ÖFFENTLECHEN TRANSPORT.....	30
1.6.12. COMMISSION DES PRODUITS AGRICOLES BIOLOGIQUES.....	30
1.6.13. CONSEIL NATIONAL DE L'ENERGIE .....	30
1.6.14. MEDIATEUR EN ASSURANCES .....	30
1.6.15. MOUVEMENT EUROPEEN DU LUXEMBOURG .....	33
1.6.16. LA SECURITE ROUTIERE.....	33
1.6.17. COMMISSION DES LITIGES DE VOYAGES – CLLV.....	35
1.6.18. COMMISSION LUXEMBOURGEOISE DES LITIGES DE NETTOYAGE A SEC (CLLN).....	39
1.6.19. COMMISSION CONSULTATIVE AÉROPORTUAIRE.....	40
<b>2. RELATIONS PUBLIQUES ET MEDIAS.....</b>	<b>43</b>
2.1. LE MENSUEL « de Konsument » .....	43
2.2. ULC-CALENDRIER .....	44
2.3. LES COMMUNIQUES DE PRESSE ET LES AVIS DE L'ULC .....	44
2.4. BROCHURES ET PUBLICATIONS.....	45

2.5.	L'ULC AUX FOIRES .....	48
2.5.1.	<i>L'ULC À L'OEKO-FOIRE</i> .....	48
2.5.2.	<i>L'ULC À LA FOIRE DE PRINTEMPS</i> .....	48
2.5.3.	<i>L'ULC AU FESTIVAL DES MIGRATIONS, DES CULTURES ET DE LA CITOYENNETE</i> .....	49
2.5.4.	<i>SEMAINE NATIONALE DU LOGEMENT</i> .....	49
2.5.5.	<i>FOIRE « VAKANZ » SALON DU TOURISME</i> .....	49
2.5.6.	<i>EXPO ESCHWEILER</i> .....	49
2.5.7.	<i>WALFER BICHERDEEG</i> .....	49
2.5.8.	<i>« WEEKEND LUXEMBOURGEOIS à MEDERNACH »</i> .....	49
2.6.	COOPERATION AVEC LE LYCEE TECHNIQUE HOTELIER « ALEXIS HECK » .....	49
2.7.	RADIO ET TELEVISION .....	49
2.7.1.	<i>RADIO SOCIOCULTURELLE 100,7</i> .....	49
2.7.2.	<i>RADIO LATINA</i> .....	50
2.7.3.	<i>RADIO ARA</i> .....	50
2.8.	ACTIONS PUBLICITAIRES .....	50
2.8.1.	<i>ACTION NOUVEAUX MEMBRES</i> .....	50
<b>3.</b>	<b>CONTENTIEUX, AFFAIRES JUDICIAIRES, CONSEIL ET INFORMATION .....</b>	<b>53</b>
3.1.	CONTENTIEUX.....	53
3.2.	HEURES D'OUVERTURE .....	59
<b>4.</b>	<b>ENTREVUES, PARTENARIATS ET ACTIVITES PARTICULIERES DE L'ULC..</b>	<b>63</b>
<b>5.</b>	<b>REPRESENTATIONS INTERNATIONALES .....</b>	<b>73</b>
5.1.	BEUC – BUREAU EUROPEEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS.....	73
5.1.1.	<i>ASSEMBLEE GENERALE DU BEUC LES 10 ET 11 MAI 2012 A BRUXELLES</i> .....	73
5.1.2.	<i>ASSEMBLEE GENERALE DU BEUC LE 18 NOVEMBRE 2012 A STOCKHOLM</i> .....	74
5.2.	GCEC – GROUPE CONSULTATIF EUROPEEN DES CONSOMMATEURS .....	75
5.3.	ANEC, ASSOCIATION EUROPEENNE POUR LA COORDINATION .....	
	DE LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS DANS LA NORMALISATION .....	76
5.4.	DOLCETA .....	77

\* \* \* \* \*

## **ANNEXES sur CD**

- Marque Nationale des eaux-de-vie
- de Konsument 2012

## **BROCHURE**

- Le droit de la construction
- L'ABC du consommateur : le domaine des assurances
- Pièges à éviter !
- A vos droits, prêts, partez !
- Comment défendre vos droits – 11 lettres types

## **COMMUNIQUES DE PRESSE**

- CARTES VISA et MASTERCARD : attention à l'imposture (11/01/2012)
- L'ULC critique la modulation de l'index envisagée (12/01/2012)
- L'ULC au salon du tourisme «VAKANZ 2012» (18/01/2012)
- Autofestival 2012: Mises en garde et conseils importants de l'ULC (26/01/2012)
- Mise au point de l'ULC : Le système BONUS/MALUS de l'assurance responsabilité civile automobile
- Action européenne coordonnée contre les conditions de garantie de APPLE (19/03/12)
- L'ULC a rencontré le ministre de l'Economie Etienne Schneider (06/04/2012)
- L'ULC critique: Les automobilistes sont-ils les vaches à lait de la nation? (18/04/2012)
- ULC: erste Sitzung des Verwaltungsrates und Vorstandswahlen (03/05/2012)
- L'ULC souhaite un commerce attrayant (24/05/2012)
- LE DROIT DE LA CONSTRUCTION (25/05/2012)
- Entrevue ULC-ACL (20/06/2012)
- L'ULC exige une approche différente en matière de formation des prix (28/06/2012)
- BROCHURE: A VOS DROITS, PRÊT, PARTEZ! (02/07/2012)
- L'ULC a rencontré le Premier ministre Jean-Claude Juncker (12/07/2012)
- L'ULC critique les prix excessifs des carburants (13/07/2012)
- EU verbietet stromfressende Kühlschränke
- L'ULC salue la décision du Conseil de la Concurrence (26/07/2012)
- Prise de position de l'ULC au sujet de questions d'actualité intéressant les consommateurs (27/09/2012)

- L'ULC critique vivement la situation inadmissible qui règne sur les sites de la Société Nationale de Contrôle Technique (28/09/2012)
- L'ULC critique le projet de budget 2013 défavorable aux consommateurs (04/10/2012)
- Action en cessation de l'ULC contre Apple Distribution International (12/10/12)
- Concours oeekofoire 2012 (10/10/2012)
- CONFERENCE SUR LE THEME DE LA CONSTRUCTION IMMOBILIERE (17/10/2012)
- L'ULC exige l'échange gratuit des cartes d'identité présentant des défauts de qualité (18/10/2012)
- La conférence de l'ULC sur la construction immobilière a connu un grand succès (25/10/2012)
- L'ULC critique l'augmentation non équilibrée des impôts au détriment des consommateurs (7/11/12)
- Parce que parler d'argent ne devrait pas être un tabou ! (14/11/2012)
- Achat de jouets : L'ULC appelle à la vigilance ! (15/11/2012)
- L'ULC exige des mesures immédiates à Sandweiler! (21/11/2012)
- Nouveau dépliant : Evitez les pièges coûteux liés aux smartphones (19/12/2012)
- Gain de cause de l'ULC contre le secteur Mise au point de l'ULC : Le système BONUS/MALUS de l'assurance responsabilité civile automobile des assurances (21.12.2012)

### **AVIS**

- Avis de l'ULC : Propositions de Directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et de Règlement relatif au règlement en ligne des litiges de consommation (10.01.2012)
- Projet de loi N° 6398 portant modification de la loi sur le secteur des assurances (11/09/2012)
- Avis de l'ULC : Projet de loi portant modification du Code de la consommation (doc. parl. 6478) (16.10.2012)

# UNION LUXEMBOURGEOISE DES CONSOMMATEURS

nouvelle a.s.b.l.

55, rue des Bruyères

L-1274 HOWALD



## RAPPORT D'ACTIVITE 2012

### Chapitre 1 :

1.1.	L'ASSEMBLEE GENERALE DU 2 MAI 2012 A SANDWEILER .....	9
1.2.	LE CONSEIL D'ADMINISTRATION .....	14
1.3.	LE COMITE DE GERANCE .....	15
1.4.	ORGANIGRAMME .....	16
1.5.	LES GROUPES DE TRAVAIL INTERNES .....	17
1.6.	LES REPRESENTATIONS NATIONALES .....	19



# **1. ASSEMBLEE GENERALE, ORGANIGRAMME, GROUPES DE TRAVAIL ET REPRESENTATIONS NATIONALES**

## **1.1. L'ASSEMBLEE GENERALE DU 2 MAI 2012 A SANDWEILER**

**Le président Nico Hoffmann** souhaite la bienvenue aux députés, aux présidents d'honneur de l'ULC et à tous les invités d'honneur, au ministre de l'Economie, aux représentants des organisations membres de l'ULC, aux membres individuels présents ainsi qu'aux représentants de la presse.

Il se réjouit également de pouvoir saluer les responsables du ministère de l'Economie, le « ministère de tutelle » de l'ULC, la directrice du « Centre Européen des Consommateurs » ainsi que les collaborateurs de l'ULC.

Le 31 décembre 2011, l'ULC comptait 43.908 familles membres. Le nombre des collaborateurs est actuellement de 25. Ils sont sollicités quotidiennement et doivent répondre aux nombreuses demandes et réclamations des consommateurs, mais ils s'engagent aussi en faveur des droits de ces derniers. Le président de l'ULC remercie également les membres du Conseil d'administration et du Comité de gérance de leur collaboration constructive. La bonne collaboration avec le ministère de l'Economie, le ministère de tutelle de l'ULC, est également soulignée : sans l'aide financière accordée par ce ministère, la défense des intérêts des consommateurs serait bien plus difficile. Nico Hoffmann espère que cette collaboration sera poursuivie au cours des années à venir. Il adresse également des remerciements à Monsieur Bob Schmitz, qui défend les intérêts de l'ULC tout comme ceux des consommateurs auprès des instances bruxelloises.

En 2011, l'ULC a fêté son 50e anniversaire. Sa fondation remonte au 14 décembre 1961. Cet anniversaire a été fêté le 14 décembre 2011 dans le cadre d'une séance académique, et à cette occasion l'ULC a également publié une brochure spéciale présentant les activités de l'association des consommateurs au cours des 50 dernières années.

Le Code de la consommation luxembourgeoise est entré en vigueur le 15 avril 2011. L'élaboration d'un tel code répond à une exigence de longue date de l'ULC et constitue une amélioration importante de la législation sur la protection du consommateur. Car tous les textes de loi concernant la protection des consommateurs sont regroupés par thèmes dans ce code, ce qui contribue à une plus grande sécurité juridique et simplifie sensiblement la défense des intérêts des consommateurs en cas de litige. Mais la législation doit être mieux comprise par les consommateurs. Le président de l'ULC Nico Hoffmann demande par conséquent que tous les efforts requis soient faits pour leur faciliter la compréhension du contenu du Code de la consommation.

En matière de droit de rétractation dans le cadre de la vente à distance, notamment dans le commerce électronique (Internet), la législation luxembourgeoise prévoit un délai de 7 jours. Nico Hoffmann souhaite que les consommateurs puissent bénéficier de possibilités de rétractation similaires pour les achats effectués dans un magasin.

Le président de l'ULC a consacré l'essentiel de son discours à l'inflation, au pouvoir d'achat et à la politique des prix. Le Luxembourg se trouve confronté à un taux d'inflation annuel de 3,4 %, ce qui est bien au-dessus de la moyenne européenne. Le paiement de la prochaine tranche indiciaire ne se fera néanmoins que le 1er octobre 2012, en dépit du fait qu'elle était échue dès le 1er mars. Cela implique une nouvelle baisse du pouvoir d'achat pour les consommateurs. Les prix des produits pétroliers ont d'ailleurs atteint un niveau record. L'ULC

demande par conséquent au gouvernement de faire tout ce qui est en son pouvoir pour maîtriser cette inflation. L'inflation dite d'origine interne, la hausse permanente des taxes et redevances du secteur public constituent de bons points de départ pour s'attaquer à ce problème. Nico Hoffmann exige également un contrôle plus sévère de l'évolution des prix, et souligne que l'ULC appuie les exigences de ses organisations membres. Les consommateurs ne sauraient accepter une baisse supplémentaire du pouvoir d'achat.

Le président de l'ULC souligne dans ce contexte que les marges bénéficiaires du commerce luxembourgeois sont toujours entourées d'un grand mystère. Mais ni les entreprises ni les magasins n'étant prêts à faire des concessions au niveau des bénéfices, on ne s'étonnera point du fait que de plus en plus de consommateurs luxembourgeois passent les frontières dès qu'il s'agit de faire des courses, parce que tant les prix que l'offre y semblent plus avantageux. Nico Hoffmann refuse strictement toute nouvelle manipulation du panier-type servant de base à l'indexation. Elle ne provoquerait qu'une baisse supplémentaire du pouvoir d'achat.

Le président de l'ULC insiste sur le fait que les consommateurs peuvent peser sur l'économie. Car leurs décisions peuvent se répercuter de façon notable sur le choix, les prix et la qualité des produits et services. La création de l'Observatoire de la formation des prix est expressément saluée, et Nico Hoffmann proteste énergiquement contre le fait que les représentants des patrons siégeant au sein de cet organe tentent désormais de lancer une discussion sur une désindexation de l'économie. Telle n'est pas la tâche de l'Observatoire!

L'ULC exige par contre une intensification des contrôles de l'évolution des prix. L'orateur constate dans ce contexte que la libéralisation de l'économie n'a apporté que des augmentations de prix (des fois très fortes) au consommateur, mais que l'accalmie annoncée au niveau des prix ne s'est pas produite une seule fois.

Quant à la crise financière ou de la dette, le président Nico Hoffmann souligne que cette situation désastreuse est due au néolibéralisme et à la rapacité de toute une série de jongleurs du monde de la finance. Le monde politique doit accepter le reproche d'avoir échoué dans ce domaine. Une régulation et un contrôle sérieux des marchés financiers ont fait défaut.

Nico Hoffmann aborde encore quelques autres sujets d'actualité traités par l'ULC: le système bonus-malus des assurances R.C. automobiles, les conditions de garantie de la société « Apple », l'étiquetage des aliments ainsi que les prix élevés des taxis, qui seront d'ailleurs soumis à une nouvelle réglementation dans un proche avenir.

Quant aux instances de médiation de l'ULC, Nico Hoffmann note qu'elles fonctionnent bien et constituent un complément utile au travail irremplaçable du département juridique de l'ULC. En 2011, 5.093 litiges lui avaient été soumis. 69.242 conversations téléphoniques ont eu lieu au cours de cette même année. Le nombre total des dossiers de réclamations a augmenté de 13,56 % par rapport à l'année précédente.

Une nouvelle instance de médiation a été créée en décembre 2011: en collaboration avec la Fédération des Nettoyeurs à sec et des Blanchisseurs, elle s'occupe des litiges concernant le nettoyage à sec.

Le président de l'ULC souligne une nouvelle fois la grande importance qui revient à l'éducation du consommateur, et plus précisément à celle du jeune consommateur. L'éducation spécifique du consommateur ne figure pas au programme scolaire, alors qu'elle serait vraiment nécessaire au vu de la manière irréfléchie dont notamment certains jeunes consommateurs utilisent les moyens financiers à leur disposition.

Dans ce même contexte, Nico Hoffmann exige également l'adoption du projet de loi sur le surendettement des consommateurs, qui prévoit la possibilité d'une faillite personnelle dans le cadre d'une procédure contrôlée par le tribunal.

A la fin de son discours, le président Nico Hoffmann s'adresse une nouvelle fois au ministre de l'Economie et demande à l'Etat de reconduire son soutien moral et financier de l'ULC, afin de permettre à cette organisation de poursuivre son travail dans l'intérêt des consommateurs. Il présume que la protection du consommateur est toujours souhaitée et il en déduit que les moyens requis devront être mis à disposition.

Il incombe au **secrétaire général Nico Diederhofen** de présenter le rapport d'activités 2011 à l'assemblée générale. Nico Diederhofen salue les personnes présentes avant d'évoquer quelques initiatives de l'ULC en 2011. Grâce à une convention avec l'« énergie agence », les membres de l'ULC pourront désormais demander des conseils en énergie à prix réduit pour leur maison ou appartement. L'« énergie agence » conseille les propriétaires de logements dans le cadre de l'élaboration du passeport énergétique, qui n'est non seulement obligatoire lors de l'achat ou de la vente d'une maison, mais également en cas de location. L'Etat continue à subventionner - jusqu'à un certain plafond - les travaux d'assainissement ou d'isolation effectués.

Une instance de médiation pour les litiges impliquant les nettoyages à sec a été créée en décembre 2011 en collaboration avec la Fédération des Nettoyeurs à sec et des Blanchisseurs. Grâce à cette instance de médiation, les consommateurs concernés par des dégâts pourront obtenir un dédommagement, mais uniquement à condition que la responsabilité de l'entreprise de nettoyage soit prouvée.

L'ULC a rencontré la ministre des Classes moyennes Françoise Hetto pour un échange de vues sur les sociétés établies au Luxembourg, les procédures d'agrément en vue de l'obtention d'une autorisation de commerce et le nombre malheureusement croissant de faillites de sociétés. A cette occasion, l'ULC a pris position au sujet du projet de loi sur la réforme des procédures d'agrément de sociétés. La question des heures d'ouverture des magasins était également abordée au cours de cette entrevue.

Laurent Mosar, président de la Chambre des Députés, a donné suite à l'invitation de l'ULC en visitant son siège à Howald. Les possibilités qui s'offrent à l'ULC lorsqu'elle souhaite contribuer à la procédure législative (à travers des avis ou commentaires se rapportant à des projets de loi existants) étaient discutées à cette occasion. La législation nationale n'est d'ailleurs pas la seule à être concernée, la législation européenne est également touchée.

Deux réclamations introduites par l'ULC auprès du Conseil de la concurrence sont toujours pendantes. La première concerne les méthodes de facturation de la société Numericable, anciennement Coditel, la deuxième se rapporte à l'instruction entre-temps retirée de l'ACA (Association des Compagnies d'Assurances) préconisant une approche uniforme des compagnies d'assurances établies au Luxembourg à l'égard de différents sinistres dans le cadre de l'assurance RC automobile. De l'avis de l'ULC, il s'agissait là d'un accord non conforme à l'article 3 de la loi sur la concurrence de 2004.

La question des prix des taxis était également abordée. L'ULC salue expressément le fait que le ministre des Transports et des Infrastructures veut changer la base législative correspondante, et plus particulièrement les procédures d'agrément.

L'ULC s'est adressée à la CSSF (Commission de Surveillance du Secteur Financier) au sujet d'une législation européenne transposée en droit national, d'après laquelle il n'incombe plus aux banques de contrôler si le numéro de compte indiqué par le donneur d'ordre est bien celui de la personne bénéficiaire, ni de veiller à ce que le montant d'un virement effectué par erreur soit restitué au donneur d'ordre.

Au cours de 2011, l'ULC a également publié toute une série de brochures d'information, notamment sur le domaine des finances et les droits du voyageur. Toutes les brochures sont disponibles auprès de l'ULC et peuvent également être téléchargées en format PDF sur son site Web.

En 2011, l'ULC a distribué dans les écoles et lycées son matériel d'information élaboré à l'intention des jeunes consommateurs. Une bonne collaboration avec les responsables des écoles du primaire et du secondaire a pu être constatée dans ce contexte. Le secrétaire général Nico Diedenhofen souligne également la nécessité d'une présentation simplifiée des textes de loi figurant dans le Code de la consommation. Ceci dans le but d'expliquer leurs droits et obligations aux consommateurs et de leur présenter la législation sur la protection du consommateur d'une façon compréhensible. L'ULC est déjà en train d'élaborer les textes correspondants.

Le secrétaire général Nico Diedenhofen termine son discours en remerciant le personnel de l'ULC pour le bon travail effectué tout au long de l'année. Il adresse également ses remerciements à Monsieur Bob Schmitz, le représentant de l'ULC auprès des instances de Bruxelles et à tous les avocats, experts et conseillers qui ont apporté leur soutien à l'ULC. Le secrétaire général exprime également sa grande reconnaissance au président d'honneur Roby Meis. Ce dernier était responsable de la rédaction de la brochure publiée à l'occasion du 50<sup>e</sup> anniversaire de l'ULC.

**Le ministre de l'Economie Etienne Schneider** souligne le fait que l'ULC est un élément de la société luxembourgeoise et félicite l'association des consommateurs pour son 50<sup>e</sup> anniversaire. La forte représentativité de l'ULC et son grand nombre de membres soulignent d'une part l'importance de la protection des consommateurs au Luxembourg, mais d'autre part ils donnent à penser parce qu'ils témoignent du fait que bien des consommateurs ont toujours des doléances à formuler à l'égard du commerce et de l'industrie, ce qui est regrettable.

Le ministre de l'Economie félicite l'ULC pour ses initiatives: le site Web de l'ULC est moderne et permet aux consommateurs de se renseigner en détail. L'ULC a désormais également une présence sur Facebook. Elle reste l'interlocuteur privilégié du ministère de l'Economie pour toutes les questions ayant trait à la consommation. Au niveau européen, les intérêts des consommateurs sont devenus un sujet central et la législation, qui est souvent basée sur des initiatives européennes, offre aux défenseurs des intérêts des consommateurs une multitude de possibilités d'intervention. Cela vaut notamment pour les actions en cessation, à chaque fois que les intérêts collectifs des consommateurs sont menacés. Le ministre de l'Economie constate que toute une série d'actions en cessation engagées par l'ULC ont été couronnées de succès.

Quant aux priorités du ministère de l'Economie, Etienne Schneider souligne qu'il fera le nécessaire pour permettre aux consommateurs de se renseigner de façon détaillée, afin qu'ils puissent agir et réagir en connaissance de cause, en tant que consommateurs éclairés.

Etienne Schneider constate qu'après l'entrée en vigueur du Code de la consommation, il incombe désormais aux responsables de renseigner les consommateurs sur la façon dont ils pourront bénéficier de la législation existante. Ces connaissances sont d'autant plus importantes face aux pratiques commerciales qui changent continuellement, notamment dans le cadre du commerce électronique avec tous ses problèmes spécifiques: sécurité juridique, sécurité des méthodes de paiement électroniques, droit de retour des marchandises...

Dans ce contexte, la possibilité d'un règlement extrajudiciaire des litiges devient de plus en plus importante, car elle permet d'éviter de longues et coûteuses actions en justice. Le ministre de l'Economie souligne qu'il s'engagera en faveur d'une extension des possibilités de règlement extrajudiciaire, notamment dans le cadre d'un projet législatif européen y relatif.

Quant à la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs, le ministre de l'Economie Etienne Schneider constate que la modulation de l'indice telle qu'elle est décidée n'atteint pas une dimension dramatique, surtout lorsqu'on fait la comparaison avec d'autres pays. Car les consommateurs bénéficient toujours d'une adaptation de l'indice, ce qui n'est pas le cas pour d'autres pays européens. Les mesures d'économie décidées par le gouvernement ainsi que l'augmentation de l'impôt de solidarité (+ 2 %), qui ne touche d'ailleurs que ceux qui paient

effectivement des impôts (40 % des ménages luxembourgeois en sont exemptés) ne sont point antisociales voire injustes.

Quant à la question très discutée du coût des courses en taxi au Luxembourg, les entreprises de taxis ont pu prouver que leurs prix sont pour la plupart justifiés. Si l'on veut remédier à la situation, il faudra changer la législation afférente et notamment transférer les procédures d'autorisation, dont la responsabilité incombe actuellement aux communes, à un niveau régional voire national, afin de parvenir à une grande cohérence.

En matière de prix des produits pétroliers, il est souligné que les prix facturés au Luxembourg restent toujours inférieurs à ceux des pays voisins. La différence de 25 à 30 centimes par litre résulte de la politique des accises du gouvernement luxembourgeois.

En évoquant les soi-disant prix administrés, Etienne Schneider constate que ces derniers résultent souvent et essentiellement du coût salarial. L'évolution des salaires ne saurait cependant être freinée pour une période indéterminée, et un gel de ces tarifs semble dès lors impossible.

En fin de compte le ministre de l'Economie souligne qu'aucune économie ne peut fonctionner sans la confiance des consommateurs. Mais à l'heure actuelle, c'est un climat de grande méfiance qui règne à tous les niveaux. Les statistiques reflètent cette situation, elles témoignent d'une baisse de confiance des consommateurs. Parallèlement, c'est l'épargne qui augmente : les consommateurs sont donc moins enclins à faire des dépenses. L'économie se retrouve par conséquent dans une situation difficile.

**Le trésorier Eugène Kirsch** soumet le rapport financier de 2011 à l'assemblée générale. Ce rapport inclut le bilan total ainsi que les comptes des recettes et des dépenses au 31 décembre 2011. L'ULC peut clore l'année 2011 avec un excédent de 32.001,21 €. Eugène Kirsch souligne expressément qu'à partir de 2013, l'aide financière accordée par le ministère de l'Economie à l'ULC sera inférieure à celle de 2012. L'ULC se retrouve par conséquent parmi les victimes des mesures d'économie du gouvernement. Ce n'est point une bonne nouvelle pour cette organisation et ses membres, car il faudra reconsidérer les dépenses. Mais l'ULC fera tous les efforts possibles pour éviter des coupures au niveau des prestations offertes à ses membres.

Le trésorier Eugène Kirsch présente également le projet de budget 2012 à l'assemblée générale. Ce projet est adopté par l'assemblée générale conjointement avec le bilan total de 2011.

## **1.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION**

Présidents d'honneur:	<b>MEIS Roby</b>	
	<b>TURPEL Marc</b>	
	<b>CASTEGNARO Mario</b>	
Président :	<b>HOFFMANN Nico</b>	<b>LCGB</b>
Vice-président :	<b>LASCHETTE Marcel</b>	<b>Membre individuel</b>
Vice-président :	<b>WEYDERT Camille</b>	<b>CGFP</b>
Vice-président :	<b>FETTES Guy</b>	<b>O.G.B.L</b>
Secrétaire général :	<b>DIEDENHOFEN Nico</b>	<b>ALEBA</b>
Secrétaire générale adjoint :	<b>SCHILTZ Camille</b>	<b>F.G.F.C.</b>
Trésorier:	<b>KIRSCH Eugène</b>	<b>Membre individuel</b>
Trésorier adjoint :	<b>WENNMACHER Nico</b>	<b>F.N.C.T.T.F.E.L.</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>CONRADT Pierre</b>	<b>EC</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>BIVORT Marie-Josée</b>	<b>F.N.F.L.</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>GREISCH Aloyse</b>	<b>A.F.P.</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>WAGNER Mylène</b>	<b>FCPT</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>ROOS Raoul</b>	<b>N.G.L.</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>CANNIVY Liliane</b>	<b>Membre individuel</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>NICKELS Maggy</b>	<b>Membre individuel</b>
Membre du Conseil d'Administr.	<b>GOEDERT Guy</b>	<b>Membre de la direction</b>

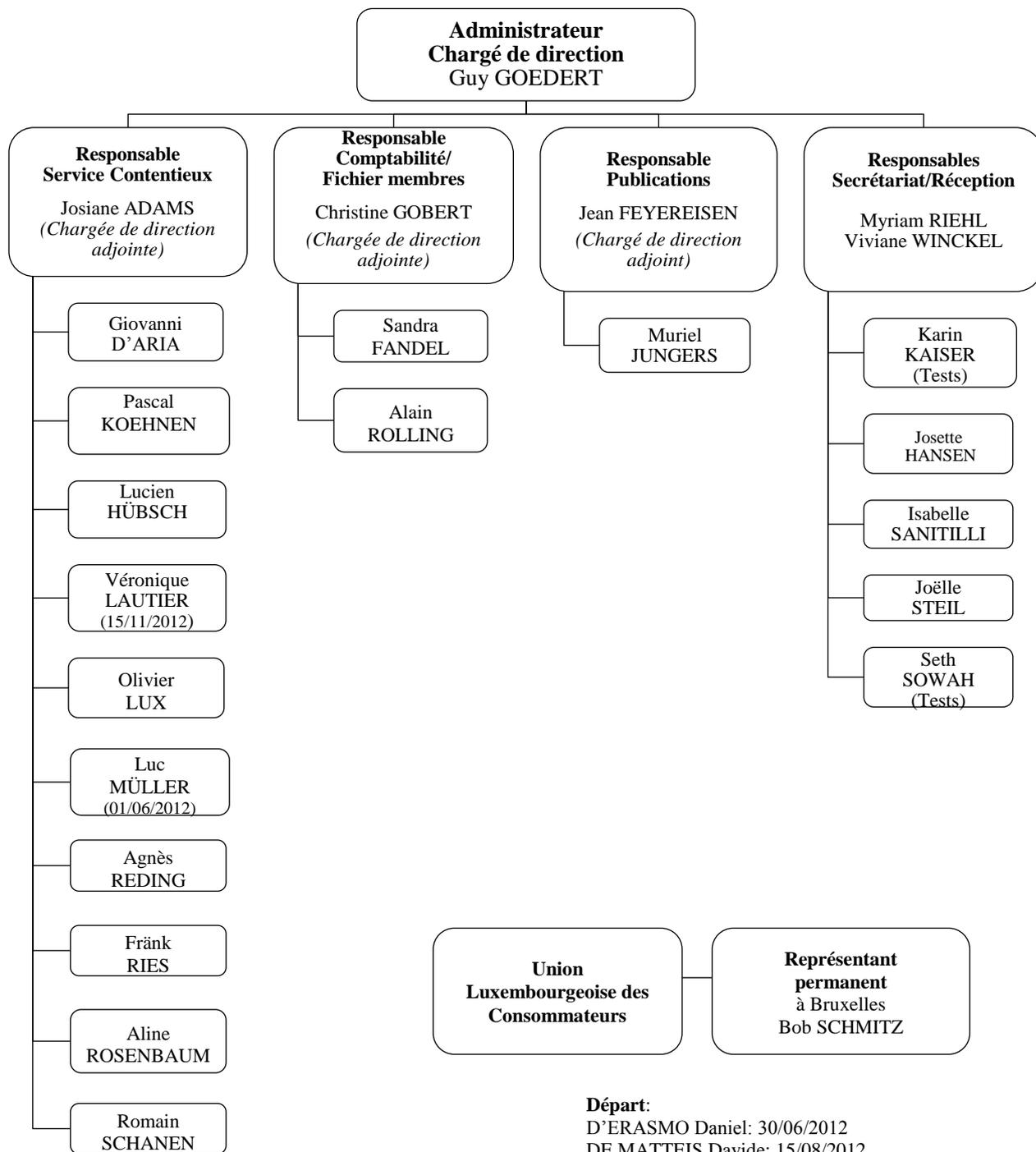
Le conseil d'administration a siégé 5 fois en l'an 2012 pour remplir ses fonctions.

### **1.3. LE COMITE DE GERANCE**

Président:	<b>HOFFMANN Nico</b> LCGB
Vice présidents:	<b>LASCHETTE Marcel</b> Représentant des membres individuels <b>FETTES Guy</b> O.G.B.L <b>WEYDERT Camille</b> CGFP
Secrétaire général:	<b>DIEDENHOFEN Nico</b> ALEBA
Secrétaire général adjoint:	<b>SCHILTZ Camille</b> F.G.F.C.
Trésorier:	<b>KIRSCH Eugène</b> Représentant des membres individuels
Trésorier adjoint:	<b>WENNMACHER NICO</b> F.N.C.T.T.F.E.L.
Membre:	<b>GOEDERT Guy</b> Administrateur - Chargé de Direction

Le comité de gérance a siégé 31 fois durant l'an 2012.

## 1.4. ORGANIGRAMME



**Départ:**  
 D'ERASMO Daniel: 30/06/2012  
 DE MATTEIS Davide: 15/08/2012  
 GOLDSCHMIT Daniel : 15/02-15/09/2012  
 KAYSER Robert : 02/07-05/10/2012

31/12/2012

## **1.5. LES GROUPES DE TRAVAIL INTERNES**

### **1.5.1. MARQUES NATIONALES**

Responsable : **Monsieur Jean FEYEREISEN**

### **1.5.2. SERVICE CONTENTIEUX**

Responsables : **Madame Josiane ADAMS**  
Gestionnaires : **Monsieur Giovanni D'ARIA**  
**Monsieur Dan D'ERASMO**  
(jusqu'au 30/06/2012)  
**Monsieur DE MATTEIS Davide**  
(jusqu'au 15/08/2012)  
**Monsieur Daniel GOLDSCHMIT**  
(du 15/02 au 15/09/2012)  
**Monsieur Robert KAYSER**  
(du 02/07 au 05/10/2012)  
**Monsieur Pascal KOEHNEN**  
**Monsieur Lucien HÜBSCH**  
**Madamae Véronique LAUTIER**  
(depuis le 15/11/2012)  
**Monsieur Olivier LUX**  
**Monsieur Luc MÜLLER**  
(depuis le 01/06/2012)  
**Madame Agnès REDING**  
**Monsieur Fränk RIES**  
**Madame Aline ROSENBAUM**  
**Monsieur Romain SCHANEN**

### **1.5.3. POIDS ET MESURES**

Responsable : **Monsieur Jean FEYEREISEN**  
Membres : **Madame Maggy NICKELS**

### **1.5.4. RELATIONS PUBLIQUES**

Responsable : **Monsieur Olivier LUX**  
Membres : **Madame Liliane CANNIVY**  
**Monsieur Jean FEYEREISEN**  
**Monsieur Guy GOEDERT**  
**Madame Maggy NICKELS**

### **1.5.5. REVISEURS DE CAISSE**

Membres :

**Monsieur Jean RONCK**

**Monsieur Alain BACK**

**Monsieur Philippe DA SILVA**

**Monsieur André FRIDEN**

**Monsieur Maurice DE LA GARDELLE  
(sortant)**

Les réviseurs certifient qu'ils n'ont pas constaté d'irrégularité dans les comptes et certifient que le département comptabilité a exécuté son travail avec acribie, sur quoi ils donnent décharge en ce qui concerne les comptes financiers.

Ils se sont réunis 6 fois pour un contrôle approfondi des dépenses et recettes 2012 de l'ULC.

## **1.6. LES REPRESENTATIONS NATIONALES**

- 1.6.1. Conseil de la Consommation
- 1.6.2. Commission d'équipement commercial
- 1.6.3. Conseil National des Programmes
- 1.6.4. Office national de l'appellation d'origine contrôlée « Moselle luxembourgeoise » (O.N.A.O.C.)
- 1.6.5. Marque Nationale du Vin
- 1.6.6. Marque Nationale des Eaux-de-Vie
- 1.6.7. Marque Nationale du Miel
- 1.6.8. Marque Nationale de la Viande de Porc
- 1.6.9. Marque Nationale des Salaisons Fumées
- 1.6.10. Marque Nationale du Beurre
- 1.6.11. Aktioun Öffentlechen Transport
- 1.6.12. Commission des Produits Agricoles Biologiques
- 1.6.13. Conseil National de l'Energie
- 1.6.14. Médiateur en Assurances
- 1.6.15. Mouvement Européen du Luxembourg
- 1.6.16. La Sécurité Routière
- 1.6.17. Commission des Litiges de Voyages – CLLV
- 1.6.18. Commission consultative aéroportuaire

## 1.6 LES REPRESENTATIONS NATIONALES

### 1.6.1. CONSEIL DE LA CONSOMMATION

Membres effectifs : **Monsieur Nico HOFFMANN**  
**Monsieur Nico DIEDENHOFEN**  
**Monsieur Eugène KIRSCH**  
**Monsieur Guy GOEDERT**

Membres suppléants : **Madame Liliane CANNIVY**  
**Monsieur Marcel LASCHETTE**  
**Monsieur Jean FEYEREISEN**  
**Madame Josiane ADAMS**

En 2012, le Conseil de la consommation a siégé à deux reprises, à savoir en date du 27.1.2012 et en date du 21.9.2012.

#### **Réunion du 27.1.2012 :**

- Travaux de vulgarisation du Code de la consommation :  
Les organisations représentées au sein du Conseil de la consommation, à savoir l'ULC ainsi que la Chambre de Commerce, la Chambre des Métiers, la Confédération Luxembourgeoise du Commerce de même que la Fédération des Artisans, ont présenté leurs initiatives en vue de rendre accessible à un large public la version vulgarisée du Code de la consommation, version élaborée par un groupe de travail sous présidence du Ministère de l'Economie auquel l'ULC a également participé. Les organisations représentées déclarent avoir mis cette version vulgarisée sur leurs sites internet respectifs d'une part, avoir publié ou être en train de publier d'autre part des fascicules y relatives.
- Directive 2011/83/UE relatif aux droits des consommateurs :  
Les travaux de transposition vont bon train et la finalisation de l'avant-projet de loi est prévue pour fin du premier semestre 2012.
- Proposition de directive sur la résolution extrajudiciaire des litiges de consommation et proposition de règlement sur la résolution en ligne des litiges :  
Le Conseil constate que des organismes de résolution extrajudiciaire de litiges ont d'ores et déjà été mis en place par certains pays de l'UE. Le vœu de la Commission européenne est de créer un cadre commun sans pour autant porter atteinte à des organismes ou structures existantes. Toutefois, il est évident qu'il existera des regroupements à l'avenir entre les mécanismes qui restent à créer et les instances de médiation en place. Il faudra veiller à éviter des conflits au niveau de l'exécution des tâches qui risqueraient de nuire aux intérêts des consommateurs. L'ULC souligne qu'il est important d'avoir un cadre juridique consistant.
- Proposition de règlement programme « consommateur » 2014-2020 de la Commission européenne :  
Les membres du Conseil se voient présenter la stratégie de la Commission européenne en matière de protection des consommateurs pour la période 2007-2013 ainsi qu'une proposition de règlement relatif à un programme pour la période allant de 2014-2020.

- Charte « Fair Price »:

Le conseil analyse les données pour l'année 2011 fournies par le STATEC et constate que l'inflation pour l'année 2011, comparée à celle de 2010, s'élève à 3,4 %. Hors produits pétroliers, le STATEC calcule une inflation de 2,3 %. Le Conseil constate que les augmentations de prix plus importantes qui ont été constatées sont pratiquement toujours liées à une sensible hausse des matières premières. Ceci vaut notamment pour des denrées nutritionnelles à grande distribution tel que cacao, maïs, café, etc.. Dans ce contexte, l'ULC observe que l'acceptation relative des hausses de prix des produits pétroliers est plus grande dans la population que pendant les années précédentes. L'ULC s'interroge également si la hausse constatée en rapport avec les réparations des appareils ménagers ne s'explique pas par une baisse de la marge bénéficiaire au niveau de la vente, étant donné que dans ce secteur il existe une réelle concurrence.

Tout compte fait, le Conseil se met d'accord pour évacuer le quatrième rapport aux signataires de la Charte, rapport qui fait une analyse détaillée de l'évolution des prix et retient que l'année 2011 est marquée par une inflation significative au niveau international qui se répercute sur le Luxembourg. Toutefois, le conseil constate aussi le respect de la Charte « Fair Price » par les signataires.

### **Réunion du 21.9.2012 :**

- Le conseil discute du projet de loi portant modification du Code de la consommation. Il s'agit d'un projet de loi assez complexe et technique dont la codification risque d'ailleurs de faire perdre au Code une partie de lisibilité. Toutefois les techniques législatives ne permettent pas de procéder autrement et il faudra donc accepter que le projet introduise certains renvois supplémentaires au niveau de la version revue du Code à intervenir dans un proche avenir. Les modifications sont discutées en détail. Il s'agit notamment de modifications concernant la vente hors établissements commerciaux. A noter que le colportage ne sera plus interdit comme jusqu'à présent. L'ULC craint qu'il ne sera pas aisé de bien faire comprendre aux consommateurs les trois régimes différents à intervenir :

A) L'option « opt-in » (sanctionné par la nullité relative) pour des sollicitations par téléphone.

B) « opt-out » (sanctionné par la nullité relative) pour le démarchage à domicile.

C) Simple droit de rétractation pour des autres sollicitations hors établissement.

D'autre part le projet de loi portant modification du Code de la consommation prévoit une uniformisation du droit de rétractation à quinze jours calendrier pour toutes les formes de vente hors établissement commercial.

- Responsabilisation des consommateurs. Le conseil discute le document de la Commission européenne intitulé « Commission staff working document knowledge enhancing aspects of consumer empowerment ».
- Les membres du Conseil se voient présenter les enquêtes sectorielles de la Direction du marché intérieur et de la consommation. Il s'agit essentiellement des données recueillies par le STATEC. Il est ainsi constaté que les plus fortes hausses de janvier 2012 à août 2012 ont visé le secteur des effets personnels (11,5 %), celui de l'électricité, du gaz et des autres combustibles (7,1 %), le secteur des assurances (6,7 %) de même que celui de l'utilisation des véhicules personnels (4,9 %)

## 1.6.2. COMMISSION D'EQUIPEMENT COMMERCIAL

Membre effectif : **Monsieur Nico HOFFMANN**

Membre suppléant : **Monsieur Nico DIEDENHOFEN**

En 2012, la commission d'équipement commercial s'est réunie 4 fois et fut saisie des demandes suivantes soit en création ou en extension d'entreprises.

Le tableau repris ci-après regroupe les différents secteurs concernés ainsi que les décisions réservées aux demandes.

Nombre de demandes	Branches	Type de demande	Décision
2	Agriculture	1 Création 1 Extension	Accord Accord
1	Ameublement	1 Création	Accord
1	Bijouterie et horlogerie	1 Création	Accord
2	Chaussures et maroquinerie	1 Création 1 Extension	Accord Accord
2	Electroménager et audiovisuel	1 Création 1 Extension	Accord Accord
4	Equipement du Foyer/Bâtiment	2 Créations 2 Extensions	Accord Accord
4	Habillement	2 Créations 2 Extensions	Accord Accord
1	Hygiène et santé	1 Création	Accord
1	Librairie et papeterie	1 Création	Accord
10	Produits alimentaires et articles de ménage	5 Créations 5 Extensions	Accord Accord
2	Sports et loisirs	1 Création 1 Extension	Accord Accord

Dans un régime de libre concurrence tel qu'il existe au Luxembourg et qui d'ailleurs a été consacré par la loi de 2004 sur la concurrence, il est évident que la concurrence entre prestataires doit exister à défaut de quoi des abus de position dominante se manifesteraient, voire des quasi-monopoles. L'ULC est déjà très inquiète par rapport à des comportements parallèles entre prestataires de la même branche. Dans plusieurs secteurs, l'ULC est convaincue que la réelle concurrence ne joue que sur les trois derniers pourcents de la marge bénéficiaire alors que par observation mutuelle, il y a consensus tacite sur 97 % de la marge. Ce problème n'a jamais été abordé de façon sérieuse.

Voilà pourquoi l'ULC se prononce au sein de la Commission d'Equipement Commercial pour l'autorisation d'établissement en faveur de magasins pouvant animer la concurrence, à moins qu'il n'existe de sérieuses contre-indications.

### 1.6.3. CONSEIL NATIONAL DES PROGRAMMES

Membre effectif : **Monsieur Guy GOEDERT**

Membre suppléant : **Monsieur Nico DIEDENHOFEN**

Le Conseil National des Programmes se compose de 24 membres délégués pour 5 ans par les organisations les plus représentatives de la vie sociale et culturelle du pays. Il est assisté par un secrétariat qui est géré par deux secrétaires.

*Projet de loi portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.*

Le projet de loi en question, déposé en date du 9 octobre 2012 à la Chambre des Députés, a attiré, à juste titre, l'intérêt particulier du Conseil National des Programmes.

En effet, ledit projet de loi vise une réforme fondamentale des autorités de surveillance respectivement de régulation du marché audiovisuel en remplaçant les organes existants, et en particulier le Conseil National des Programmes, par un nouveau établissement public dénommé « Autorité Luxembourgeoise Indépendante d'Audiovisuel ».

Ce nouveau établissement public (ALIA) prendrait en quelque sorte la relève du Conseil National des Programmes, toutefois avec des pouvoirs sensiblement étendus. En effet, à côté d'un certain nombre de missions d'encouragement des fournisseurs de services de médias audiovisuels, le contrôle de ces derniers lui incombera également avec en cas de besoin, la possibilité de prononcer, en plus d'un simple blâme ou d'un blâme avec obligation de lecture d'un communiqué à l'antenne, des amendes pouvant aller jusqu'à 50.000 €. La condition préalable étant que l'autorité conclue au terme d'une procédure exactement décrite par le projet de loi que le service a enfreint de manière manifeste, sérieuse et grave les dispositions applicables. L'ALIA se prononcera en tout état de cause en fonction de la gravité des faits.

Par rapport au dit projet de loi, le Conseil National a présenté au mois de décembre 2012 un avis qui constate que les modifications proposées vont, à quelques nuances près, dans une bonne direction.

Le CNP considère notamment que le transfert de compétence de l'Etat central, à savoir celle de l'attribution et du retrait des concessions/permissions, vers l'établissement public, consacrerait l'indépendance de la nouvelle structure. Le CNP considère donc que celle-ci devrait non seulement avoir le pouvoir de réguler, mais également le pouvoir d'exercer les compétences originaires de l'Etat dans ce domaine précis. Or, ceci n'est précisément pas prévu par ledit projet de loi et l'avis du CNP conclut que celui-ci ne saurait comprendre le fait que l'attribution et le retrait des seules permissions pour services de radios sonores à émetteurs de faible puissance figurent dans les missions de la nouvelle structure.

Par contre, l'avis du CNP salue l'idée de regrouper les missions jusque-là dévolues aux SMC, à la CIR ainsi qu'au CNP dans un seul organe, à savoir l'ALIA.

Le CNP soulève du reste qu'au vu d'un nombre constamment croissant de chaînes sous surveillance, le cadre personnel du nouveau établissement public risque d'être insuffisant dès le départ, expérience déjà faite par le CNP depuis de longues années.

*La protection des mineurs : la question de la signalétique*

Intimement lié au sujet de l'éducation aux médias, une signalétique appropriée pour le programme télévisé a été thématiquement à maintes reprises par le CNP sans pour autant avoir trouvé une répercussion concrète sur le plan législatif. Voilà pourquoi le CNP a invité le gouvernement à plusieurs reprises de mettre en vigueur le projet de règlement grand-ducal en matière de signalétique que le CNP a d'ailleurs avisé au début de l'année 2012. Le CNP constate également

que des réglementations précises en matière de signalétique pour programmes télévisés existent dans les pays du voisin, et ce depuis des années. Il est un fait également qu'un grand nombre de programmes visant un public étranger sont émis sous licence luxembourgeoise et il s'avère difficile d'expliquer aux téléspectateurs se plaignant le cas échéant, qu'une base légale en la matière fait défaut au Luxembourg.

Pour la situation actuelle, de nombreux programmes émis sous licence luxembourgeoise sont conformes à la signalétique prévue dans nos pays voisins, l'Allemagne, la France et la Belgique notamment. Le CNP a en pratique pris contact avec les responsables des programmes en question à chaque fois qu'il lui a semblé qu'une signalétique a été mal choisie (par exemple à partir de 12 ans ou de 16 ans). Toutefois, toutes ces démarches se sont effectuées en l'absence d'une réglementation spécifique nationale.

#### Placement de produits

Depuis l'entrée en vigueur de la loi du 17 décembre 2010 modifiant la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, le placement de produits est réglementé au Luxembourg. Par ailleurs, les conditions auxquelles doivent répondre le placement des produits sont énoncées dans le règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de « communications commerciales dans les services de médias audiovisuels ». Le CNP et le service des médias et des communications ont été d'accord pour constater que cette forme de communication commerciale est insérée non pas entre deux éléments de programme, mais est intégrée dans l'élément de programme même duquel elle fait donc partie. De ce fait, le placement de produits est de la compétence à la fois de l'organe en charge de surveiller le respect des règles applicables au contenu des services, donc le CNP, et de la compétence de l'organe chargé de surveiller le respect des règles applicables en matière de communication commerciale, donc le SMC.

Donc pour la bonne compréhension, le placement de produits est défini à l'article 2 (9) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques comme « toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie ». Il en découle que la fourniture à titre gratuit de produits ou de biens, tels que des accessoires de production ou de l'eau ne constituent pas un placement du produit lorsque ces biens ou services ont une valeur négligeable. Une discussion est d'ailleurs née autour de la question ce qu'il faut comprendre au juste par valeur négligeable qui n'est pas autrement définie par les textes. Toutefois, la Commission européenne a admis que la notion de valeur non négligeable ou de valeur significative puisse également être définie en relation avec les coûts de production du programme. Le CNP était d'ailleurs en désaccord avec le SMC en ce qui concerne les modalités pratiques de l'obligation légale de rendre les spectateurs attentifs au fait qu'une émission est sponsorisée par du placement de produits. Comment doit être constitué l'avertissement y relatif, combien de temps doit-il être émis, etc. ? Pire, le CNP a dû constater qu'un grand émetteur luxembourgeois a développé une sorte de signalétique qui à l'avis du CNP constitue de la publicité pure et simple et non pas du placement de produits.

#### Nouveaux services de médias audiovisuels à surveiller

De nouveaux services de médias audiovisuels relèvent à partir de 2012 de la compétence du Grand-Duché de Luxembourg, c'est-à-dire qu'ils émettent sous licence luxembourgeoise. Il s'agit de services en provenance de l'Afrique, de la Serbie ainsi que de l'Ukraine.

Ces services tombent pour le volet contenu sous la surveillance du CNP en raison du fait qu'ils ont leur liaison montante (Uplink) vers le satellite au Luxembourg. Quelques cas particuliers sont à signaler : depuis mars 2012, le programme *Jackpot TV* qui est un programme de jeux de hasard, est diffusé sur la chaîne Air TV entre minuit et trois heures du matin. Le CNP avait marqué son opposition formelle à la diffusion de cette émission et avait argumenté que la loi du 20 avril 1977 sur les jeux de hasard indique dans son article 1<sup>er</sup> que l'exploitation des jeux de

hasard est interdite. Toutefois, le SMC a estimé que le diffuseur de l'émission n'est pas incriminé par rapport à l'ordre public luxembourgeois.

Sur demande expresse du CNP, l'attribution de la concession pour un service de télévision par câble et par satellite appelé *Kombat Sport*, s'est effectuée sous la réserve de la diffusion d'une signalétique adaptée, à savoir du pictogramme -16 impliquant une diffusion après 22 heures. Cette demande a été reprise dans le cahier de charges. Le programme a démarré ses émissions en octobre.

#### Surveillance et plaintes en 2012

En 2012, le CNP a recueilli en tout 34 plaintes. Les visionnages effectués par les collaborateurs du CNP ont été étendus et se chiffrent pour 2012 à un total de 15.521 minutes.

Quant aux plaintes, le tableau ci-dessous donne des éclaircissements supplémentaires :

Plaintes	Auto-saisine	Public	Recevables	Closes	Sanctions
34	14	20	31	30	0
soit	41,2%	58,8%	91,2%	88,2%	0%

#### **1.6.4. OFFICE NATIONAL DE L'APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE « MOSELLE LUXEMBOURGEOISE » (O.N.A.O.C.)**

Membre effectif : **Monsieur Nico HOFFMANN**

Membre suppléant : **Monsieur Guy GOEDERT**

La viticulture luxembourgeoise est actuellement confrontée à une concurrence de plus en plus agressive de vins étrangers sur nos marchés.

Grâce à leur esprit innovateur et une discipline sévère dans leur politique de qualité, nos viticulteurs savent très bien se défendre dans tous les domaines du marché viticole.

La production du Crémant de Luxembourg, ainsi que de vins rouges et rosés issus des cépages Pinot noir et St. Laurent ont élargi et diversifié la gamme des produits.

Les vins de paille, vins de glace et vendanges tardives ont fait leur apparition et ont connu un essor inespéré.

S'y ajoutent les vins de qualité sans cépage et millésime. Il s'agit des vins d'assemblages de plusieurs variétés de vigne de plusieurs récoltes. Ces vins de cuvée ont permis aux producteurs d'élargir leur gamme de produits de qualité de sorte à mieux pouvoir concurrencer les vins étrangers.

Dans le domaine de la vinification, des techniques nouvelles et complémentaires aux procédés traditionnels ont trouvé le chemin dans nos caves, notamment celles de l'élevage de vins en barrique ou de vins à fermentation malolactique.

La marque nationale est toujours disposée à soutenir la profession viticole pour améliorer la qualité de leurs produits. Par conséquence elle adapte en permanence ses structures et sa réglementation à l'évolution viticole, sans perdre de vue le but de sa mission, à savoir, le contrôle de la qualité et la garantie de l'authenticité des vins et vins mousseux luxembourgeois.

Par le biais des groupements et organismes respectifs, la marque nationale réunit les producteurs, les distributeurs, et les consommateurs dans ses commissions. Elle regroupe les délégués des organisations suivantes ;

- les caves coopératives groupées dans la société coopérative  
« Domaines de Vinsmoselle »
- l'Organisation professionnelle des vignerons indépendants, (O.P.V.I.)
- les négociants en vin,
- l'Union luxembourgeoise des consommateurs, (ULC)
- la Fédération des hôteliers, restaurateurs et cafetiers (Horesca)
- l'Etat.

Les missions, attributions et modes de fonctionnement de la marque nationale sont définis dans les règlements grand-ducaux du 31 janvier 2001 et 6 février 2007 portant réglementation de la marque nationale du vin et fixant les conditions d'attribution de celle-ci. La marque nationale exerce ses fonctions sous l'autorité du Ministre de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement Rural.

Après une réforme de la marque nationale en 2001, l'Office national de l'appellation d'origine contrôlée « Moselle luxembourgeoise » fut créé. Il comprend :

- une commission de gérance qui a dans ses attributions la gestion financière, administrative et technique de la marque nationale,
- une commission de dégustation, chargée des examens organoleptiques des vins, et
- un service technique, chargé de l'administration, du secrétariat, de la comptabilité, du contrôle, etc.

La commission de gérance s'est réunie à 3 reprises au cours de l'année 2012.

En exécution de sa mission principale, elle a contrôlé et approuvé le bilan et les comptes financiers et établi une ligne de conduite pour les budgets des années à venir.

En ce qui concerne le certificat de qualité attribué aux vins de qualité, elle est entrain d'élaborer un nouveau concept. Vu que la marque nationale garantit, entre autre, l'authenticité et la provenance de nos vins, il est envisagé de mieux mettre en évidence le caractère luxembourgeois du produit pour le revaloriser ainsi. Le lay-out de l'étiquette dorsale sera modernisé dans ce sens et d'autres possibilités d'identification sont envisagés dans l'étiquetage global de la bouteille.

Les ressources financières de la marque nationale proviennent de la vente des labels de qualité et des taxes de présentation des vins pour l'obtention d'une mention de la marque nationale. Elles sont destinées au bon fonctionnement des services et commissions.

#### **1.6.5. MARQUE NATIONALE DU VIN (commission de dégustation)**

Membres effectif : **Monsieur Ramiro DE SOUSA VALENTE**

Membres suppléants : **Monsieur Jean-Paul RISCH**

**Monsieur Ben HOMAN**

Pendant l'exercice 2012, la vente de labels de qualité atteint au total 13.600.000 pièces dont 10.406.000 pour les vins tranquilles, 2.750.000 pour les crémants de Luxembourg et 448.000 pour les vins mousseux de qualité.

En 2012, la commission de dégustation s'est réunie en 50 séances. Elle a jugé et classé 1.644 échantillons dont 144 crémants. 9 vins mousseux de qualité et 1.491 vins tranquilles. Ces vins sont issus des récoltes 2010, 2011 et 2012

Le classement des échantillons de vin tranquille de la récolte 2012 est le suivant:

- 49.371 hl / 48.73% - marque nationale - AOP
- 13.603 hl / 13.43% - vin classé
- 4.074 hl / 4.03% - premier cru
- 30.200 hl / 29,81% - grand premier cru
- 4.053 hl / 4,00% n'ont pas obtenu l'agrément en AOP

Le volume total des crémants présenté est de 17.419 hl dont 15.874 hl ont été admis en AOP.

La totalité de vin mousseux, soit 2.445 hl, a été admis en AOP.

Pour ce qui est des vins à mentions particulières, les conditions climatiques de 2012 étaient plutôt favorables à la production de vins de paille, vins de glace et vendanges tardives.

L'agrément en AOP a été attribué à 8 échantillons de vin de paille, soit 855 litres, 6 vins de glace, soit 1.235 litres et 31 vendanges tardives soit 26.015 litres.

L'Union Luxembourgeoise des Consommateurs est représentée à la marque nationale du vin par M. Jean Schintgen, membre effectif et Mme.Theis-Milbert, membre suppléant à l'Office National de l'Appellation d'Origine Contrôlée « Moselle Luxembourgeoise » (la commission de gérance) et par M. Ramiro de Sousa Valente, membre effectif et par MM. Jean-Paul Risch et Ben Homan, membres suppléants à la commission de dégustation.

En guise d'activité auxiliaire, la marque nationale du vin participe traditionnellement au stand publicitaire commun de tous les produits des différentes marques nationales à la Foire Internationale de Printemps et tous les 3 ans à l'Expogast à Luxembourg. Il s'agit d'une action publicitaire commune, organisée et financée par le Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et du Développement Rural

#### **1.6.6. MARQUE NATIONALE DES EAUX-DE-VIE**

Membres effectifs : **Monsieur François ARENDT**  
**Monsieur Michel NEUSER**

Membres suppléants : **Monsieur Marcel HURT**  
**Monsieur André WEBER**

#### **1) Nombre et répartition des séances de dégustation**

##### MOIS

juin	juillet		novembre	décembre
------	---------	--	----------	----------

##### SÉANCES

4	3		1	2
---	---	--	---	---

- Nombre total des séances de dégustations: 10 dont une a été organisée à l'Institut Viti-Vinicole à Remich (20 décembre 2012).

- Le 22 mars 2012 douze distillateurs de la Marque Nationale des Eaux-de-vie ont participé au seizième concours International des Eaux-de-vie et Liqueurs de Fruits de Metz et ont obtenu 20 médailles : 6 or, 10 argent et 4 bronze,

- Au concours Mondial de Bruxelles 2012 (Brussels Spirits Awards) un distillateur de la Marque Nationale a gagné une médaille en or.
- Deux distillateur de la Marque Nationale des Eaux-de-vie ont obtenu 3 prix (2 Silbener DLG-Preise et 1 Bronzener DLG-Preis) au concours DLG 2012 («Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft: Qualitätsprüfung für Spirituosen»).
- Suite à l'acquisition d'une imprimante adéquate les distillateurs peuvent obtenir des étiquettes autocollantes rectangulaires de toutes les espèces admises à la Marque Nationale.

## **2) Nombre total des eaux-de-vie présentées**

- Nombre des eaux-de-vie présentées pour la marque nationale : 98
- Nombre des eaux-de-vie refusées : 17
- Nombre des eaux-de-vie dégustées en moyenne par séance : 10

### **1.6.7. MARQUE NATIONALE DU MIEL**

Membres effectifs : **Madame Maggy NICKELS**

Membres suppléants : **Monsieur Nico DIEDENHOFEN**

La commission de la marque nationale du miel s'est réunie 9 fois en 2012.

	<b>2012</b>
Apiculteurs adhérents MNM	157
Ruches présentées à la MNM	3.305
Echantillons contrôlés	173
Réunions Commission MNM	9
Quantité de miel présentée à la MNM	53.320 kg
Nombre d'étiquettes	81.775
- étiquette principale	73.475
- banderole	830
- logo	7.470
nombre d'échantillons refusés	48
Causes :	
- trop aqueux	31
- trop aqueux + défaut de consistance +	0
- Invertase < 10 E	9
- Invertase < 10 E + HMF > 8	
- HMF > 8	
- défauts de la structure (effondrement texture)	4
- défauts de la structure granuleux/sableux	0
- désagréable au palais	2
- impuretés	2

### **1.6.8. MARQUE NATIONALE DE LA VIANDE DE PORC**

Membre effectif : **Monsieur Jean FEYEREISEN**

Membre suppléant : **Madame Liliane CANNIVY**

Depuis des années, l'ULC par son travail dans les diverses commissions de la Marque Nationale, peut garantir au consommateur la qualité supérieure des produits de la Marque Nationale.

Au cours des trois dernières années, la Commission de la Marque nationale a entrepris les démarches nécessaires pour une adaptation des cahiers des charges en les alignant davantage sur les besoins et exigences du consommateur. Les démarches suivantes ont été entreprises :

- mise en place d'un système de qualité qui intègre tous les maillons de la production depuis l'étable à la table,
- mise en place de cahiers des charges séparément pour chaque type d'établissement (producteurs de porc, abattoir, découpe, ...),
- mise en place d'un système de surveillance de la sécurité alimentaire

En 2012, suite à l'agrandissement et la modernisation d'un des deux abattoirs agréés, la quantité de porcs abattus sous le label de la Marque nationale a nettement augmenté : 91.129 porcs ont été présentés pour l'obtention de la « Marque Nationale de la viande de porc » (2011 : 76.233), parmi lesquels 79.852 porcs ont été admis – ce qui représente un taux d'acceptation de 87,62%. En 2012, les deux organismes de contrôle neutres et accrédités pour la Marque nationale, Luxcontrol et Certipaq ont réalisé des contrôles auprès de 5 établissements porcins, 2 abattoirs avec atelier de découpe et 26 établissements de commercialisation agréés pour la Marque nationale ; 18 établissements de vente ont été contrôlés en interne. En 2012, aussi différentes activités de promotion ont été menées par la Marque nationale, notamment la présence dans certains médias (presse écrite, radio et tv), la participation à différentes foires et manifestations.

### **1.6.9. MARQUE NATIONALE DES SALAISONS FUMÉES**

Membre effectif : **Monsieur Jean FEYEREISEN**

Membre suppléant : **Madame Liliane CANNIVY**

La production de jambons « Marque nationale » a présenté une baisse par rapport à l'année 2012. En 2012, 13.885 jambons ont été scellés (2011: 16.218) et 16.637 (2011: 15.053) ont été soumis à l'estampillage sur deux sites de production, permettant une mise en vente en tant que jambon « Marque nationale ». 15 contrôles ont été effectués sur place lors du salage des jambons et 13 contrôles ont porté sur la sortie des jambons à l'estampillage.

### **1.6.10. MARQUE NATIONALE DU BEURRE**

Membre effectif : **Monsieur Nico DIEDENHOFEN**

Membre suppléant : **Madame Sylvie GANSEN**

Afin de pouvoir obtenir l'appellation de qualité, le beurre de « Marque Rose » doit être soumis à un examen organoleptique portant sur l'aspect, la consistance, ainsi que sur l'odeur et le goût. Lors de cet examen, le beurre doit avoir été classé au moins dans la classe de qualité I-. En 2012, 15 concours beurriers ont été exécutés en vue de l'obtention de la Marque nationale « Beurre de Marque Rose ». Les tests microbiologiques et organoleptiques ont démontré que la qualité du beurre luxembourgeois est constante, comparable et même supérieure à celle des beurres étrangers ayant servi comme témoins. En 2012, la production de beurre de la Marque nationale s'élevait à 1.493.463 kg, ce qui revient à une baisse de 9,8% par rapport à l'année précédente.

### **1.6.11. AKTIOUN ÖFFENTLECHEN TRANSPORT**

Membre effectif : **Monsieur Marcel LASCHETTE**  
**Madame Maggy NICKELS**

Le conseil d'administration de l'AÖT s'est réuni à trois reprises, en date du 16 avril 2012, en date du 2 octobre 2013 et en date du 20 novembre 2012. L'assemblée générale a eu lieu en date du 21 mai 2012.

Lors de ces réunions, le conseil d'administration a principalement discuté des difficultés sur plusieurs lignes de transport publique, lignes RGTR et lignes ferroviaires. Des courriers ont été adressés au bourgmestre de la Ville de Luxembourg et au Ministre des Transports.

La promotion publique en faveur des transports en commun a également été abordée de même que des entrevues ont été demandées aux syndicats OGB-L et LCGB à ce même sujet. Aussi, l'AÖT s'est prononcé une nouvelle fois pour la réalisation du projet tram.

### **1.6.12. COMMISSION DES PRODUITS AGRICOLES BIOLOGIQUES**

Membre effectif : **Monsieur Jean FEYEREISEN**  
Membre suppléant : **Madame Liliane CANNIVY**

Le comité ne s'est pas réuni en 2012.

### **1.6.13. CONSEIL NATIONAL DE L'ENERGIE**

Membre effectif : **Monsieur Guy GOEDERT**  
Membre suppléant : **Monsieur Eugène KIRSCH**

Le Conseil national de l'énergie, organe consultatif réunissant des acteurs de tous les secteurs de l'énergie, assiste le Ministre dans l'exécution de sa politique énergétique. Cet organe à caractère consultatif dispose par ailleurs du droit d'initiative pour émettre des avis sur des points jugés importants par ses membres en matière de politique énergétique.

Le conseil ne s'est pas réuni en 2012.

### **1.6.14. MEDiateur EN ASSURANCES**

Membre effectif : **Maître André MARMANN**

En l'an 2012 le médiateur en assurances a été saisi de 45 demandes en médiation.

Le médiateur a accusé réception de chaque demande.

Chaque demande a été continuée à la compagnie d'assurances concernée, pour information et prise de position.

Chaque position de l'assureur a été soumise au demandeur en médiation, pour information et prise de position.

Chaque dossier a été d'abord étudié séparément tant par le représentant de l'ACA que par le représentant de l'ULC pour ensuite être étudié et débattu ensemble dans le cadre d'une réunion commune.

Dans 4 dossiers, le médiateur en assurances s'est déclaré incompétent, alors que les conditions de saisine n'étaient pas remplies.

17 dossiers ont été gardés en suspens en attendant la prise de position soit de l'assuré, soit de l'assureur.

12 dossiers ont pu être arrangés sans autre formalisme.

Dans 9 dossiers la médiation a été jugée « impossible », alors que d'emblée l'une et/ou l'autre partie a signalé son intransigeance.

Le médiateur en assurances a émis 3 avis, qu'il a continués tant à l'assuré qu'à l'assureur.

Ces dossiers se classent dans les catégories suivantes :

<b>Nombre de dossiers</b>	<b>Risque</b>	<b>Suites</b>
6	Vie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 suspens</li> <li>• 2 incompétences</li> </ul>
11	Rc-auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 impossibles</li> <li>• 3 suspens</li> <li>• 5 avis positifs</li> <li>• 1 incompétence</li> </ul>
1	Protection juridique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 avis positif</li> </ul>
1	Rc immeuble	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 impossible</li> </ul>
1	Rc familiale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 contre-expertise</li> </ul>
1	Rc prof	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 avis positif</li> </ul>
4	Assurance maladie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 suspens</li> </ul>
2	Dommages auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 impossible</li> <li>• 1 avis positif</li> </ul>
1	Assurance pension	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 suspens</li> </ul>
2	Prévoyance vieillesse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 rachat impossible</li> <li>• 1 avis positif</li> </ul>
5	Globale habitation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 impossibles</li> <li>• 1 avis positif</li> <li>• 1 suspens</li> </ul>
1	Assurance bris de glace auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 avis positif</li> </ul>
3	Assurance casco auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 avis positif</li> <li>• 2 suspens</li> </ul>
1	Assurance tous risques chantier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 suspens</li> </ul>
1	Caution prêt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 impossible</li> </ul>
1	Assurance solde restant dû	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 impossible</li> </ul>
1	Assurance épargne et protection	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Position assureur est conforme à CG</li> </ul>
1	Assurance dommage matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 suspens</li> </ul>
1	Assurance voyage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 incompétence</li> </ul>

**Conclusion :**

La conjoncture économique n'est pas la meilleure.

Communément elle est appelée CRISE.

Le nombre de consommateurs en difficultés est en constante augmentation, ce qui explique le nombre toujours croissant de demandes de médiation.

Parallèlement, le nombre considérable de médiations impossibles semble indiquer que la situation du monde des assureurs, du moins des non actionnaires, a également connu des jours meilleurs.

Le bon arrangement avec ou sans formalisme valant toujours mieux que le mauvais jugement encourage la matière de médiation.

**MEDIATEUR EN ASSURANCE « AD HOC » BONUS-MALUS**

En l'an 2012 le médiateur en assurances « ad hoc » bonus-malus a été saisi de 6 demandes en médiation.

Le médiateur a accusé réception de chaque demande.

Chaque demande a été continuée à la compagnie d'assurances concernée, pour information et prise de position.

Chaque dossier a été d'abord étudié séparément par le président et par les représentants tant de l'ACA que de l'ULC.

Dans un deuxième stade, tant le demandeur que le représentant de la compagnie d'assurances concernée ont été convoqués à une réunion commune.

Une demande a été retirée alors qu'arrangée.

La partie demanderesse a exposé sa demande.

L'assureur concerné a répliqué.

Le représentant de l'ACA a développé son point de vue.

Le représentant de l'ULC a fait de même.

Le président a essayé de rapprocher les parties en faisant appel à la bonne volonté de part et d'autre tout en soulignant le faible enjeu financier.

3 dossiers ont pu être arrangés sans autre formalisme.

Dans 2 dossiers le médiateur a rendu un avis négatif.

**Conclusion :**

Avant tout, il y a lieu de rappeler que les réunions du médiateur « ad hoc » se sont inscrites dans le cadre d'une procédure judiciaire pendante à l'encontre de l'ACA et des assureurs concernés auprès du conseil de concurrence.

Afin de respecter les droits des parties au procès, il a été décidé de ne pas émettre d'avis écrits, mais de se limiter à des réflexions, recommandations et avis oraux.

Sachant que toute médiation oppose un DAVID qui est demandeur en médiation face à un GOLIATH qui doit l'accepter pour ensuite accorder des concessions au premier, la conséquence de l'absence d'écrits n'a pas été jugée préjudiciable.

Toute partie présente a plaidé sa cause.

L'assureur a exprimé son opinion.

L'arrangement via geste commercial de part et d'autre consistant à rémunérer le bon client a été jugé acceptable.

Le bon arrangement, même oral, entre bons cocontractants, valant toujours mieux que le mauvais jugement écrit entre adversaires encourage également la matière de médiation « ad hoc ».

### **1.6.15. MOUVEMENT EUROPEEN DU LUXEMBOURG**

Membre du comité : **Monsieur Marcel LASCHETTE**

Membres: **Monsieur Guy GOEDERT**  
**Monsieur Nico HOFFMANN**  
**Monsieur Eugène KIRSCH**

Ci-après les activités en bref du Mouvement Européen du Luxembourg pendant l'année 2012.

Le 7 mai 2012, le conseil d'administration s'est réuni et a fixé un certain nombre d'activités :

- Commémoration R. Schumann le 9 mai 2012
- Fête de l'Europe à Cabourg du 18 au 20 mai 2012, sur invitation du ME France. Signature d'une charte d'amitié.
- Congrès fédéraux :
  - 3<sup>e</sup> Congrès Sud-Nord Méditerranéen du 7 au 9 juin à Tunis.
  - Congrès Fédéral du MEI à Bruxelles du 25 mai au 26 mai 2012
  - MEI à Chypre fin novembre 2012
  - EUROCAPITALES à Chypre fin novembre 2012.
- Projet route Charlemagne
- Organisation de la visite le vendredi 6 juillet 2012 au Centre Robert Schumann pour l'Europe à Enscherange et Munshausen
- Siège du MEL.

Le 1<sup>er</sup> octobre a eu lieu une réunion du comité directeur :

- Rétrospective sur les activités récentes
- Discussion sur le siège du ME
- Collaboration avec le nouveau Chef du Bureau d'information du PE
- Midis de l'Europe – nouveau projet.
- 2013 – Année européenne des citoyens
- Planification jusqu'à l'AG 2013 (MEI/Eurocapitales...)

### **1.6.16. LA SECURITE ROUTIERE**

Membre : **Monsieur Nico HOFFMANN**

Fondée en 1960, l'objet social de l'asbl La Sécurité Routière est de promouvoir et encourager toutes initiatives visant à protéger les usagers et riverains de la route et à éviter les accidents de la circulation.

Pour réaliser cet ambitieux objet social de La Sécurité Routière axe son information et sensibilisation sur différents groupes-cibles, à savoir les enfants, les jeunes conducteurs et le grand public en général.

## **1. L'éducation routière des enfants**

L'éducation routière fait partie de l'éducation générale des enfants et commence à la main des parents pour se poursuivre en milieu scolaire. La Sécurité Routière propose aux parents une brochure pour apprendre la route à leurs enfants dès l'âge de 3 ans.

### Enfant-piéton :

Pour les élèves du préscolaire (cycle 1 - enfants de 4 à 6 ans) La Sécurité Routière organise chaque année, de janvier à Pâques, en collaboration avec la Police Grand-ducale, des séances d'instruction routière au moyen du théâtre de guignol pour leur apprendre les principales règles de comportement du piéton.

Pour accroître la sécurité des enfants sur le chemin de l'école, La Sécurité Routière a d'une part élaboré du matériel pédagogique adapté qui sert de base à l'instruction routière en classe et fait d'autre part la promotion de matériel réfléchissant spécialement conçu pour les tout-petits, figurines qui s'attachent au cartable ou au manteau et qui rendent le piéton visible à grande distance.

### Enfant-cycliste

Pour l'enfant cycliste aussi, il y a l'apprentissage théorique en classe à base de manuels et de dépliants et la mise en pratique en circulation réelle lors de la coupe scolaire organisée pour les enfants de 10 à 12 ans en collaboration avec les communes, le personnel enseignant et des comités d'organisation bénévoles.

Pour cette tranche d'âge aussi, La Sécurité Routière met à disposition des parents et enfants une brochure qui reprend les principales règles du code de la route pour cyclistes.

## **2. Les jeunes**

Dans sa campagne Raoul 2012, La Sécurité Routière et Viva ciblent l'audience jeune des 16-25 ans et – en plus des jeunes conducteurs – les adolescents qui n'ont pas encore le permis de conduire et qui souvent prennent des risques en se laissant reconduire par un chauffeur alcoolisé.

Les supports de la campagne sont: spots cinéma, spots radio, affichage des grands panneaux routiers et affichettes dans les cafés, bistrotts et discothèques (réseau face2face).

L'action « Raoul » est complétée par la mise en location de la mallette Raoul, un coffre contenant un éthylotest et des informations sur l'alcool. Tout organisateur d'une manifestation, conscient de sa responsabilité peut ainsi placer sa soirée sous l'enseigne Raoul et aménager un espace particulier où invités ou clients peuvent effectuer un test d'alcoolémie.

## **3. Le grand public**

La Sécurité Routière a collaboré dans la campagne « Levez le pied ! » initiée par le département transports du MDDI qui a pour but d'inciter le conducteur à réfléchir sur le désarroi qu'un accident routier fatal, souvent dû à la vitesse, peut occasionner aux personnes qui entourent la victime.

La campagne s'est déroulée pendant 7 semaines à partir du 10 mai et était véhiculée par la diffusion d'un spot cinéma et par 2 visuels différents.

### **1 seconde pour jeter, 1 000 000 € par an pour ramasser**

En 2012 La Sécurité Routière s'est associée à la campagne de sensibilisation « d'Natur as keng Dreckskescht » du département de l'environnement du MDDI. Dans la continuité de l'action 2011 qui avait comme objectif de sensibiliser les utilisateurs des réseaux routiers aux déchets le long des routes, la campagne 2012 est axée sur l'impact financier c'est-à-dire le coût que représente le ramassage des déchets jetés par terre; coût qui est finalement pris en charge par le contribuable.

Au mois d'octobre La Sécurité Routière lance la traditionnelle campagne de contrôle des feux et des pneus.

### **En hiver, pneus d'hiver!'**

À partir du 1er octobre 2012, la conduite d'un véhicule automoteur sur la voie publique dans des conditions hivernales (verglas, neige tassée, neige fondante, plaques de glace ou de givre) n'est autorisée qu'avec des pneus d'hiver (M + S, M. S., M & S ou ) montés sur toutes les roues du véhicule, sur le territoire du Grand-Duché de Luxembourg.

Afin d'informer et de sensibiliser les usagers de la route résidents, en transit et non-résidents, le ministère du Développement durable et des Infrastructures, en collaboration avec La Sécurité Routière et la Police grand-ducale, ont lancé une campagne de communication grand public.

L'information est diffusée par des affiches sur les 45 panneaux du réseau routier et sur les autobus du réseau RGTR ainsi que par des spots radio (en français, luxembourgeois et portugais dans la Grande Région, à savoir au Luxembourg, en Belgique et en France) et un dépliant d'information.

## **1.6.17. COMMISSION DES LITIGES DE VOYAGES – CLLV**

Membres :                   **Madame Josiane ADAMS**  
                                  **Monsieur Giovanni D'ARIA**  
                                  **Madame Yasmine SCHANDELER**  
                                  **Monsieur Gianni PIETRANGELO**

L'Union Luxembourgeoise des Consommateurs, dénommée « ULC », le Groupe des Agences de Voyages, dénommé « GAVL » et le Syndicat des Agents de Voyages, dénommé « SAVL » ont mis en place un organe pour la résolution extrajudiciaire des litiges de voyages, conformément aux recommandations de la Commission européenne.

Il s'agit de la Commission Luxembourgeoise des Litiges de Voyages. La « CLLV » est compétente pour connaître des litiges régis par la loi du 8 avril 2011 portant introduction du Code de la Consommation et notamment ses articles L.225-1 et suivants relatifs aux voyages à forfait.

Le forfait est défini comme étant une prestation résultant de la combinaison préalable d'au moins deux opérations portant respectivement sur le transport, le logement ou d'autres services touristiques non accessoires au transport ou au logement et représentant une part significative dans le forfait.

### **FONCTIONNEMENT**

La CLLV a comme mission de concilier les parties et de trouver une solution extrajudiciaire aux dossiers lui soumis.

En cas d'échec, elle émet par écrit un avis motivé en droit et en équité. Cet avis est juridiquement non contraignant et ne prive pas les parties de porter l'affaire devant les juridictions compétentes.

La CLLV se réunit généralement une fois par mois en fonction du nombre des dossiers qui lui sont soumis par les voyageurs ayant rencontrés des désagréments lors de leurs voyages, de leurs vacances ou lors d'un circuit.

La CLLV est concrètement saisie par le renvoi au secrétariat du formulaire de réclamation dûment daté et signé par le consommateur, accompagné des pièces à l'appui de sa demande.

La demande n'est recevable que si le consommateur a préalablement formulé par écrit ses doléances à l'agence de voyages et qu'il n'a pas obtenu satisfaction dans un délai de 3 mois.

Une fois saisie, la CLLV informe l'agence de voyages et le tour-opérateur de la saisine et les invite à prendre position quant au litige lui soumis en leur continuant le formulaire susmentionné.

Lors de ses réunions, la CLLV examine les différents litiges en instruisant aussi bien les pièces renvoyées par les consommateurs que les réponses lui parvenues des agences de voyages et/ou tour-opérateurs.

C'est sur base de ces éléments qu'elle jugera opportun ou non de donner une suite favorable aux différents dossiers.

Les décisions de la CLLV sont prises sur base des dispositions législatives et règlementaires en vigueur.

S'il s'agit cependant d'un litige où le consommateur entend contester la qualité des prestations hôtelières, la CLLV, en vue de soumettre une proposition d'arrangement à l'agence de voyages et/ou au tour-opérateur afin d'obtenir un dédommagement en faveur du voyageur, se base sur des critères d'appréciation objectifs, ce bien évidemment qu'au cas où elle jugera les doléances du consommateur justifiées.

La CLLV ne peut en effet que difficilement apprécier les réclamations des consommateurs qui reposent sur des considérations purement subjectives dont la preuve est difficilement rapportable, comme par exemple la qualité de la nourriture offerte à l'hôtel.

Pour évaluer les prestations hôtelières non conformes à celles énoncées tant dans le contrat de voyage signé entre parties que dans les brochures de voyages (par exemple la qualité de la chambre), la CLLV procède de la manière suivante:

Afin d'obtenir le coût facturé pour les prestations hôtelières offertes, les frais des billets d'avion seront déduits du coût total du voyage. Ce résultat sera ensuite divisé par le nombre de nuitées passées à l'hôtel pour connaître la valeur journalière des prestations offertes.

Sur base de ces éléments, la CLLV fera parvenir une proposition d'arrangement à l'agence de voyages et/ou au tour-opérateur, dont copie sera envoyée à chaque fois au consommateur pour son information.

Si cette proposition sera acceptée, le dossier pourra être clôturé.

Dans le cas contraire, la CLLV essaye une ultime fois de s'adresser aux agences de voyages et/ou tour-opérateurs pour les convaincre à indemniser le consommateur.

Au cas où la réponse sera négative, malgré tous les efforts de la CLLV, celle-ci doit en informer le consommateur et, le cas échéant, émettre un avis écrit.

Il appartient alors au consommateur, s'il le juge opportun, de porter son affaire en justice.

En 2012, la CLLV a traité 36 affaires dont 23 affaires ont déjà pu être clôturées.

Il s'agissait d'une part de 14 dossiers dans lesquels le dédommagement proposé était satisfaisant et d'autre part de 9 dossiers qui concernaient l'application directe du règlement européen (CE) n° 261/2004 établissant des règles communes en matière d'indemnisation et d'assistance des passagers aériens qui excédaient ainsi la compétence de la CLLV.

Sur les 13 affaires que la CLLV traite actuellement, 1 porte sur le retard important d'un vol et 12 sur les prestations hôtelières, dont 6 sont des affaires nouvelles et 6 sont encore en cours de traitement.

## **I. Les prestations aériennes**

Pour beaucoup de voyageurs, le cauchemar commence déjà à l'aéroport lors du boarding. Pensons à titre illustratif à deux dossiers dont la CLLV a dû traiter un problème de refus d'embarquement et un problème de retard important.

### **A. Le refus d'embarquement dû à l'erreur matérielle de l'agence de voyage**

En l'espèce, Monsieur X a réservé un voyage à New York pour trois personnes auprès de l'agence de voyage Y pour un montant total de 3.100 €.

Monsieur X ainsi que les deux autres personnes, n'ont cependant pas pu entamer le voyage, étant donné qu'ils se sont vu refuser l'embarquement, car leurs noms ne figuraient pas sur la liste des passagers.

En effet, l'agence de voyages n'avait pas correctement inscrit leurs noms en vue de leur transcription par la compagnie aérienne sur la liste des passagers.

Monsieur X a, par conséquent, demandé à l'agence de voyage le remboursement du montant de 3.100 €.

Bien que l'agence de voyages ait reconnu sa faute, elle n'était pourtant disposée à rembourser que le montant total diminué de 10 % à titre de frais de dossier.

Monsieur X n'étant pas satisfait de cette réponse, a saisi la CLLV.

Après avoir analysé le dossier et n'ayant pas obtenu de réponse satisfaisante de l'agence de voyage, la CLLV a émis un avis suivant lequel cette dernière a une obligation de résultat qui consiste à conclure au nom et pour le compte de leurs clients des contrats individualisés avec des transporteurs ou des hôteliers.

En l'espèce, l'agence de voyage a incontestablement manqué à cette obligation en n'ayant pas correctement inscrit les noms des voyageurs à transcrire sur la liste des passagers.

Etant donné que sa faute professionnelle se trouvait ainsi à la base du refus d'embarquement de Monsieur X, la CLLV a déclaré la demande de ce dernier tendant au remboursement total du prix du voyage, comme fondée et l'agence de voyage lui a finalement remboursé le montant total de 3.100 €.

### **B. Le refus d'embarquement dû au non-respect de l'obligation d'information de l'agence de voyage**

Monsieur X avait réservé un voyage à Antalya (Turquie) pour 3 personnes auprès de l'agence de voyage Y pour un montant total de 2.700 €.

Monsieur X n'avait pourtant pas pu profiter de ses vacances, alors que l'embarquement pour le vol Luxembourg-Antalya lui avait été refusé, faute d'avoir pu présenter un passeport valable.

Or, l'agence de voyage n'avait à aucun moment informé Monsieur X qu'il ne suffisait pas d'être muni d'une carte d'identité en cours de validité, mais qu'il devait aussi disposer d'un passeport valable pour être admis à l'embarquement étant donné qu'il était de nationalité portugaise.

Monsieur X a, par conséquent, demandé à l'agence de voyages le remboursement du montant total de 2.700 €.

L'agence de voyages a toutefois refusé le remboursement alors qu'elle considérait qu'il appartenait à Monsieur X lui-même de s'informer préalablement des modalités administratives à accomplir.

Elle arguait pour le surplus qu'elle ignorait que Monsieur X était de nationalité portugaise.

Suite à cette réponse, Monsieur X a saisi la CLLV.

Selon la CLLV, la réponse de l'agence de voyages était inacceptable, étant donné qu'elle était tenue à une obligation contractuelle d'informer les voyageurs des formalités de franchissement des frontières et notamment, en l'espèce, de l'obligation de se munir d'un passeport portugais, d'autant plus que suivant la jurisprudence constante en cause, la charge de la preuve de l'accomplissement du devoir d'information appartient clairement à l'agence de voyage.

La responsabilité contractuelle de l'agence de voyage se trouvait, dès lors, engagée étant donné que ses agissements fautifs étaient indéniablement à l'origine du dommage causé à Monsieur X.

La CLLV a par conséquent invité l'agence de voyage à rembourser l'intégralité des frais de voyages à Monsieur X, laquelle a finalement obtempéré et lui a restitué le montant revendiqué de 2.700 €.

### **C. Le retard important ou l'annulation du vol**

La CLLV a été saisie de plusieurs dossiers de la part de voyageurs lésés concernant le retard d'un vol respectivement son annulation pure et simple.

A titre d'exemple, on peut citer l'affaire de Monsieur X qui avait réservé un vol sec aller-retour à destination de Porto.

Or, le vol retour a eu un retard de 10 heures.

En guise de dédommagement, le tour-opérateur a proposé au voyageur un bon d'une valeur de 25 €.

Non satisfait de ce dédommagement, le voyageur a saisi la CLLV.

S'agissant cependant de l'application directe du règlement européen (CE) n° 261/2004 établissant des règles communes en matière d'indemnisation et d'assistance des passagers en cas de refus d'embarquement et d'annulation ou de retard important d'un vol, la CLLV a dû se déclarer incompétente pour connaître de ce litige, étant donné qu'en l'espèce, le Ministère de l'Economie et du Commerce extérieur en sa qualité de NEB (National Enforcement Body) a une compétence exclusive d'intervention en la matière.

La CLLV a, dès lors, transmis les dossiers en question au NEB afin que celui-ci puisse faire le nécessaire à l'égard des voyageurs concernés.

Il y a lieu de noter que la CLLV n'est pas informée de l'issue de ces dossiers.

## **II. Les prestations hôtelières**

Une bonne partie des dossiers soumis à la CLLV ont trait à la mauvaise qualité des prestations hôtelières.

En effet, les voyageurs sont souvent déçus de l'hôtel lequel ne correspond pas aux descriptions indiquées au catalogue : la piscine est trop petite et sale, la chambre d'hôtel est minuscule, la nourriture laisse à désirer ou encore la chambre et la salle de bains sont sales et présentent des taches de moisissures.

Ci-dessous deux exemples illustratifs :

1. Un voyageur a saisi la CLLV alors que la chambre d'hôtel et la salle de bains se trouvaient dans un état insalubre et présentaient des taches de moisissures graves.

Malgré le fait que le voyageur a directement averti sur place l'hôtelier ainsi que le représentant du tour-opérateur, aucun arrangement n'a pu être trouvé.

De retour au Luxembourg, le voyageur a directement dénoncé le problème rencontré à l'agence de voyages ainsi qu'au tour-opérateur avec toutes les preuves possibles à l'appui (photos, vidéos, attestations testimoniales).

Suite à sa réclamation, le tour-opérateur a proposé un dédommagement à hauteur de 15 % des prestations hôtelières.

Après avoir instruit le dossier, la CLLV a conclu que le dédommagement proposé par le tour-opérateur était satisfaisant au vu des preuves à l'appui.

La CLLV a donc invité le voyageur à accepter cette proposition.

2. Un voyageur a saisi la CLLV alors que sa chambre n'avait pas de vue sur mer telle que prévue dans son contrat de voyage.

En effet, arrivé sur place, le voyageur a dû constater que l'hôtel était complet, de sorte qu'il ne s'est pas vu attribuer la chambre réservée avec vue sur mer.

Il a directement alerté le tour-opérateur sur place et a signé un rapport d'irrégularité.

Arrivé au Luxembourg, le voyageur a directement dénoncé ce problème à l'agence de voyages et au tour-opérateur.

Suite à sa réclamation, le tour-opérateur, tout en s'excusant, lui a proposé un dédommagement à hauteur de 20 % des prestations hôtelières.

Dans ce cas-ci, la CLLV a également conclu que cette proposition était plus que satisfaisante et a donc invité le voyageur à accepter cette somme.

En conclusion, il y a lieu de souligner le bon dialogue qu'entretient la CLLV avec les voyageurs et surtout avec les agences de voyages et tour-opérateurs qui a permis de trouver dans la plupart des cas des solutions à l'amiable en faveur des voyageurs.

#### **1.6.18. COMMISSION LUXEMBOURGEOISE DES LITIGES DE NETTOYAGE A SEC (CLLN)**

Membres : **Madame Josiane ADAMS**  
**Monsieur Klaus THEISSEN**  
**Monsieur Davide DE MATTEIS (jusqu'au 15.08.2012)**

L'Union Luxembourgeoise des Consommateurs, dénommée « ULC » et la Fédération Luxembourgeoise des Nettoyeurs et Blanchisseurs « FLNB » ont signé en date du 8 décembre 2011 une médiation ayant pour objet la mise en place d'un organe pour la résolution extrajudiciaire des litiges de nettoyage à sec.

Il s'agit de la Commission Luxembourgeoise des Litiges de Nettoyage à Sec. La « CLLN » est compétente pour connaître des litiges opposant le consommateur à un professionnel du secteur.

#### **FONCTIONNEMENT**

La CLLN a comme mission de concilier les parties et de trouver une solution extrajudiciaire aux dossiers lui soumis.

En cas d'échec, elle émet par écrit un avis motivé en droit et en équité. Cet avis est juridiquement non contraignant et ne prive pas les parties de porter l'affaire devant les juridictions compétentes.

La CLLN est concrètement saisie par le renvoi au secrétariat du formulaire de réclamation dûment daté et signé par le consommateur, accompagné des pièces à l'appui de sa demande.

Les demandes doivent être adressées, accompagnées de pièces justificatives à l'appui de la demande, au secrétariat de la CLLN. La CLLN peut être contactée par téléphone, par télécopie

ou par email. La saisine de la CLLN est gratuite. Il n'y a pas de valeur minimale ou maximale pour engager la procédure.

La CLLN est compétente pour des litiges entre consommateurs et professionnels, membres de la FLNB, à la suite de tout traitement estimé incorrect des articles confiés ou de leur perte. La CLLN ne pourra pas connaître des plaintes relatives à des cas d'insolvabilité du professionnel.

La saisine se fait obligatoirement par écrit en luxembourgeois, français ou allemand. Le consommateur devra renvoyer le formulaire de réclamation dûment daté et signé, accompagné des pièces à l'appui de sa demande, au secrétariat de la CLLN. Le consommateur devra également y joindre un exemplaire signé du règlement de la CLLN, ceci afin d'être sûr qu'il a bien compris la procédure.

La demande n'est recevable que si :

- le consommateur a préalablement formulé ses doléances à la société de nettoyage dans les 15 jours ouvrables à partir de la date d'enlèvement de l'article et ceci par tout moyen légitimement admissible;
- le consommateur n'a pas obtenu satisfaction dans un délai de trois mois à partir de la dénonciation à la société de nettoyage.

La demande de saisine peut être rejetée si :

- il s'agit d'un litige avec une société qui n'est pas membre de la FLNB;
- elle n'a pas été introduite conformément aux conditions de saisine;
- elle n'a pas été déposée dans un délai de quatre mois après l'expiration du délai de réponse de trois mois accordé à la société de nettoyage pour régler le litige;
- elle est manifestement non fondée, insuffisamment documentée ou pour d'autres motifs valables convenus entre médiateurs.

Le consommateur doit envoyer ou déposer auprès du secrétariat du CLLN, s'il en dispose, l'article qui fait l'objet du litige ainsi que la facture d'achat de celui-ci. De même, il devra y joindre le ticket de caisse ou le reçu de réception de la société de nettoyage.

### **DOSSIERS TRAITES EN 2012**

La CLLN a été saisie de trois dossiers.

Dans le premier cas, la société de nettoyage à sec avait perdu quatre articles qui lui ont été remis par le consommateur.

Avant même que la CLLN ait pu intervenir, ce dernier a trouvé un arrangement avec la société de nettoyage, de sorte que le dossier a pu directement être clôturé.

Dans le deuxième cas, le consommateur a contesté le prix lui facturé par la société de nettoyage.

Or, s'agissant d'un problème de contestation de prix, la CLLN a dû se déclarer incompétente pour traiter le dossier.

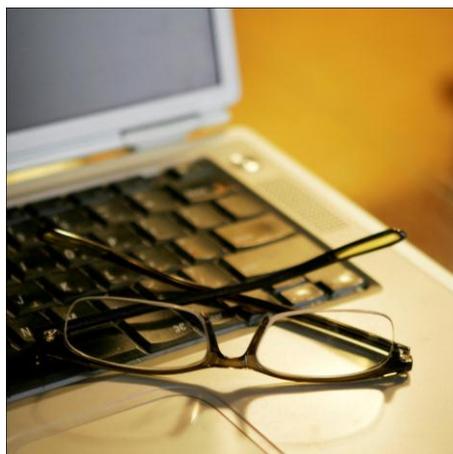
La troisième affaire concernait une société de nettoyage qui avait gravement abîmé une veste en fourrure. Ce dossier est toujours en cours.

### **1.6.19. COMMISSION CONSULTATIVE AÉROPORTUAIRE**

Membre : **Madame Mylène WAGNER**

La commission ne s'est pas réunie en 2012.

**UNION LUXEMBOURGEOISE DES CONSOMMATEURS**  
**nouvelle a.s.b.l.**  
**55, rue des Bruyères**  
**L-1274 HOWALD**



## **RELATIONS PUBLIQUES ET MEDIAS**

### **Chapitre 2 :**

2.1. LE MENSUEL « de Konsument » .....	43
2.2. ULC-CALENDRIER .....	44
2.3. LES COMMUNIQUES DE PRESSE ET LES AVIS DE L'ULC .....	44
2.4. BROCHURES ET PUBLICATIONS .....	45
2.5. L'ULC AUX FOIRES.....	48
2.6. COOPERATION AVEC LE LYCEE TECHNIQUE HOTELIER « ALEXIS HECK » .....	49
2.7. RADIO ET TELEVISION .....	49
2.8. ACTIONS PUBLICITAIRES .....	50



## 2. RELATIONS PUBLIQUES ET MEDIAS

### 2.1. LE MENSUEL « de Konsument »

En 2012, le mensuel « de Konsument » est paru 11 fois.

Depuis mars 2000, l'ULC en collaboration avec la « SuperdrecksKëscht » publie mensuellement le supplément traitant des services de la « SDK » offerts au public. En 2012, pas de changement. Suite à l'accueil favorable des lecteurs, cette publication continuera pour la 13<sup>ème</sup> année consécutive en 2013.

Au cours de l'année 2012 le nombre d'annonces est passé de 771 (en 2011) à 901, ce qui correspond à une augmentation de 16,86 %.

<b>Rubrique</b>	<b>2011</b>		<b>2012</b>	<b>Différence entre 2011 et 2012</b>	<b>Différence en %</b>
Ventes	306		350	+ 44	+ 14,38 %
Vente voiture	131		184	+ 53	+ 40,46 %
Immobilier	104		119	+ 15	+ 14,42 %
Luxembourg	85		82		
étranger	19		37		
Locations	151		131	- 20	- 13,25 %
Luxembourg	68		36		
étranger	83		95		
Achats	28		26	- 2	- 7,14 %
Divers	51		91	+ 40	+ 78,43 %

Les membres de l'ULC reçoivent 3 tests de produits sans frais par ménage et numéro, chaque test supplémentaire est facturé 0,5 €. L'envoi de tests est réservé à nos membres pour des raisons de droits d'auteurs.

Evaluation de l'édition du « de Konsument » en 2012.

<b>Mois</b>	<b>Edition</b>	<b>Diffusion</b>	<b>Mois</b>	<b>Edition</b>	<b>Diffusion</b>
Janvier	46.643	45.543	Juillet/Août	47.171	46.371
Février	46.277	45.477	Septembre	46.806	45.506
Mars	46.674	45.674	Octobre	46.365	45.565
Avril	47.008	45.674	Novembre	46.922	45.722
Mai	130.500	130.500	Décembre	46.667	45.867
Juin	46.977	46.177			

La rédaction reste sensible aux attentes et suggestions de ses membres et lecteurs.

## **2.2. ULC-CALENDRIER**

Depuis 1981, l'Union Luxembourgeoise des Consommateurs présente chaque année dans son calendrier un domaine du secteur public à ses membres. Le calendrier 2013, donc le N° 32 d'une longue liste, traite du thème général de l'intégration et a été édité en collaboration avec les responsables du Ministère de la Famille et de l'Intégration.

Le calendrier intitulé « moments d'inclusion » présente pour chaque mois des personnes ayant un handicap différent et montre comment ils sont intégrés dans la vie de tous les jours.

Le choix de photos au lieu de dessins ou caricatures fut pertinent. En effet, la vie de personnes réelles fut documentée et les photos de ces moments d'inclusion parlent pour elles seules.

Les membres de l'ULC pouvaient comme par le passé participer à un concours et les gagnants se sont vus remettre des cadeaux issus des ateliers protégés au Luxembourg.

La réalisation du calendrier 2012 et l'impression ont été réalisées par ISP.

Le calendrier 2013 a été envoyé aux membres de l'ULC conjointement avec le N°1/2013 du « de Konsument ».

## **2.3. LES COMMUNIQUES DE PRESSE ET LES AVIS DE L'ULC**

### **COMMUNIQUES DE PRESSE**

- CARTES VISA et MASTERCARD : attention à l'imposture (11/01/2012)
- L'ULC critique la modulation de l'index envisagée (12/01/2012)
- L'ULC au salon du tourisme «VAKANZ 2012» (18/01/2012)
- Autofestival 2012: Mises en garde et conseils importants de l'ULC (26/01/2012)
- Mise au point de l'ULC : Le système BONUS/MALUS de l'assurance responsabilité civile automobile
- Action européenne coordonnée contre les conditions de garantie de APPLE (19/03/12)
- L'ULC a rencontré le ministre de l'Economie Etienne Schneider (06/04/2012)
- L'ULC critique: Les automobilistes sont-ils les vaches à lait de la nation? (18/04/2012)
- ULC: erste Sitzung des Verwaltungsrates und Vorstandswahlen (03/05/2012)
- L'ULC souhaite un commerce attrayant (24/05/2012)
- LE DROIT DE LA CONSTRUCTION (25/05/2012)
- Entrevue ULC-ACL (20/06/2012)
- L'ULC exige une approche différente en matière de formation des prix (28/06/2012)
- BROCHURE: A VOS DROITS, PRÊT, PARTEZ! (02/07/2012)
- L'ULC a rencontré le Premier ministre Jean-Claude Juncker (12/07/2012)
- L'ULC critique les prix excessifs des carburants (13/07/2012)
- EU verbietet stromfressende Kühlschränke
- L'ULC salue la décision du Conseil de la Concurrence (26/07/2012)

- Prise de position de l'ULC au sujet de questions d'actualité intéressant les consommateurs (27/09/2012)
- L'ULC critique vivement la situation inadmissible qui règne sur les sites de la Société Nationale de Contrôle Technique (28/09/2012)
- L'ULC critique le projet de budget 2013 défavorable aux consommateurs (04/10/2012)
- Action en cessation de l'ULC contre Apple Distribution International (12/10/12)
- Concours Oekofoire 2012 (10/10/2012)
- CONFERENCE SUR LE THEME DE LA CONSTRUCTION IMMOBILIERE (17/10/2012)
- L'ULC exige l'échange gratuit des cartes d'identité présentant des défauts de qualité (18/10/2012)
- La conférence de l'ULC sur la construction immobilière a connu un grand succès (25/10/2012)
- L'ULC critique l'augmentation non équilibrée des impôts au détriment des consommateurs (7/11/12)
- Parce que parler d'argent ne devrait pas être un tabou ! (14/11/2012)
- Achat de jouets : L'ULC appelle à la vigilance ! (15/11/2012)
- L'ULC exige des mesures immédiates à Sandweiler! (21/11/2012)
- Nouveau dépliant : Evitez les pièges coûteux liés aux smartphones (19/12/2012)
- Gain de cause de l'ULC contre le secteur Mise au point de l'ULC : Le système BONUS/MALUS de l'assurance responsabilité civile automobile des assurances (21.12.2012)

### **AVIS**

- Avis de l'ULC : Propositions de Directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et de Règlement relatif au règlement en ligne des litiges de consommation (10.01.2012)
- Projet de loi N° 6398 portant modification de la loi sur le secteur des assurances (11/09/2012)
- Avis de l'ULC : Projet de loi portant modification du Code de la consommation (doc. parl. 6478) (16.10.2012)

## **2.4. BROCHURES ET PUBLICATIONS**

En 2012, l'ULC a édité les brochures suivantes :

### **Le droit de la construction.**

Un achat immobilier constitue sans doute l'un des plus gros investissements financiers qu'une personne physique est à même de faire au cours de sa vie et nombreuses sont les interrogations des (futurs) propriétaires.

Avant et après l'achat, l'acquéreur sera confronté à de nombreuses interrogations telles que:

- Vaut-il mieux acheter une maison déjà construite ou faire construire une nouvelle maison ?
- Quelle est la différence entre un compromis de vente et un contrat de réservation ?

Les réponses à ces questions et bien d'autres informations relatives à ce sujet font l'objet de la brochure « Devenir propriétaire » qui a été publiée par l'ULC afin d'éclairer les futurs propriétaires sur toutes les questions liées à la phase préalable de l'acquisition d'un bien immobilier.

Le but de la présente brochure est, par conséquent, de répondre aux questions auxquelles le consommateur risque d'être confronté après avoir acquis un bien immobilier, telles que :

- Que faire si des malfaçons apparaissent au bout de quelques années?
- Contre qui et dans quels délais faut-il agir?
- Quelle est le champ d'application de la garantie décennale?
- Quel est l'intérêt de la distinction entre gros ouvrages et menus ouvrages ou entre vice caché et vice apparent ?
- Que faire si l'entreprise de construction est déclarée en état de faillite ?

Le champ d'application de la présente brochure s'étend donc non seulement à celui qui a acquis un immeuble déjà construit, mais également à celui qui a fait construire une maison soit par l'intermédiaire d'un promoteur, soit directement par un architecte et un entrepreneur.

Les développements qui vont suivre ont pour objet de fournir des informations utiles relatives aux différentes questions liées aux conséquences éventuelles pouvant résulter d'un achat immobilier.

Comme le domaine du droit de la construction est très vaste, il n'a pas été possible de couvrir tous les aspects de cette matière bien spécifique et très complexe.

Cet exposé n'a, dès lors, pas vocation à donner une liste exhaustive de réponses, mais plutôt à fournir quelques éléments de base afin de permettre aux propriétaires d'immeubles d'avoir un aperçu de la mise en œuvre des régimes de garantie et de la responsabilité des différents acteurs intervenant en la matière.

Il s'agit, dès lors, d'un exposé sommaire des droits et obligations du propriétaire dans le cadre du droit de la construction.

Cette brochure est également disponible en traduction française et peut également être téléchargée sur le site Internet de l'ULC.

### **L'ABC du consommateur: le domaine des assurances.**

Assurance vie, assurance maladie, assurance annulation, assurance voiture, assurance solde restant dû, assurance responsabilité civile, assurance habitation, assurance protection juridique, ...

Il s'agit de termes qui nous sont familiers et que nous entendons quasi-quotidiennement. Mais les assurances n'en restent pas moins, un vaste domaine on pourrait même dire une jungle dans laquelle il n'est pas toujours aisé de s'orienter.

Vu la difficulté et la complexité de la matière, l'ULC a jugé opportun de mettre à profit son expérience en publiant la présente brochure qui s'inscrit dans la série des brochures intitulées « *l'ABC* » éditées précédemment et qui ont connu un franc succès.

Cette brochure « *l'ABC du Consommateur : le domaine des assurances* » est divisée en deux parties.

Dans la première partie, nous reviendrons notamment brièvement sur le droit des assurances, sur la naissance du contrat, l'importance des conditions générales et les différentes lois en matière d'assurances.

La seconde partie de cette brochure se présente sous forme d'un lexique qui reprend une sélection de termes qui sont définis, expliqués voire commentés ce qui garantit un accès rapide et facile à l'information.

La présente brochure n'a pas la prétention d'être exhaustive mais le but recherché est avant toute chose de fournir au consommateur les informations nécessaires afin d'anticiper la survenance d'éventuelles difficultés mais également de lui faciliter la prise de décision face à la multitude d'offres des différents compagnies d'assurances qui peuvent lui être proposées en lui fournissant en amont un certain nombre d'informations claires et surtout objectives. La finalité est également d'armer le consommateur contre certains professionnels dont l'unique but est de vendre des polices d'assurances sans égard à ses réels besoins. Il est cependant toujours fortement recommandé de prendre le temps de bien s'informer auprès de son agent ou courtier en assurances avant la conclusion d'un contrat afin de déterminer ses besoins et d'opter pour le produit le plus adapté à ses besoins et à ses attentes. Il est également toujours de mise de demander plusieurs offres auprès de plusieurs entreprises d'assurances différentes dans le but de faire jouer la concurrence et de comparer les offres ce qui permet aussi de déterminer laquelle vous semble la plus appropriée à votre situation personnelle.

Cette brochure est également disponible en traduction française et peut également être téléchargée sur le site Internet de l'ULC.

### **Pièges à éviter !**

Edition d'une brochure en collaboration avec BEESECURE. La brochure a été publiée en allemand français, anglais et portugais.

Cette brochure est également disponible sur le site internet de l'ULC.

Les smartphones sont une invention géniale. Ils nous permettent de rester en contact avec nos amis et notre famille, de surfer sur Internet dans le monde entier et de télécharger les jeux les plus extraordinaires. Ce sont de véritables petits ordinateurs pour la poche ou le sac à main, et ils nous facilitent la vie de multiples façons. Malheureusement ces petits appareils ne sont non seulement des aides utiles dans la vie quotidienne, mais ils peuvent rapidement se transformer en générateurs de coûts élevés. La frayeur ressentie à la lecture de la facture du portable est surtout due aux applications suivantes : roaming, Premium SMS et achats In-App.

### **A vos droits, prêts, partez !**

La brochure avec le titre „ A vos droits, prêt, partez !“ a été rééditée.

Le voyage est généralement associé à l'insouciance, à la liberté de se déplacer, au plaisir d'être en congé. Or, il existe une série de droits et obligations inhérents au monde du voyage et auxquels il s'agit de rendre le voyageur attentif.

Qu'il soit en route pour le plaisir ou les affaires, le voyageur est protégé par des lois et des règlements qui clarifient les relations entre les prestataires de services et les voyageurs.

Nous avons choisi le thème fédérateur « A vos droits, prêt, partez ! » pour marquer le bon départ pour les vacances. En effet, comme vous pourrez le constater à la lecture de cette brochure, un voyageur averti en vaut deux !

Cette brochure est également disponible en traduction française et peut également être téléchargée sur le site Internet de l'ULC.

## **Comment défendre vos droits – 11 lettres types.**

Cette brochure a été rééditée en 2012 comme elle était en rupture de stock. A cette occasion elle fut retravaillée et adaptée aux besoins du moment. Elle reprend 11 lettres types distinctes dans les domaines les plus variés :

- La vente et la livraison
- La vente et le vice caché
- La vente et la garantie de conformité
- Réparation auto et garagistes
- Le démarchage à domicile
- Le contrat à distance
- Le contrat de bail à loyer

Cette brochure est également disponible en traduction française et peut également être téléchargée sur le site Internet de l'ULC.

## **2.5. L'ULC AUX FOIRES**

### **2.5.1. L'ULC À L'OEKO-FOIRE**

En 2012, l'ULC a participé pour la 23<sup>e</sup> fois à cette foire. Pour l'édition 2012, l'ULC et son partenaire de longue date, la SuperdrecksKëscht, ont accueilli parmi eux le groupement écotel.

Comme thème général, les trois partenaires avaient choisi le recyclage de vieux GSM. Pendant les trois jours, plus d'une centaine d'appareils a pu être collectée. Pour récompenser les participants à l'action un Ipad/jour a été joué au hasard. Ces cadeaux furent remis aux heureux gagnants lors d'une petite réception à l'ULC. En bref mission accomplie et parfait succès !

### **2.5.2. L'ULC À LA FOIRE DE PRINTEMPS**

Le ministère de l'Economie et du Commerce extérieur a organisé lors de la Foire de printemps 2012 ses traditionnelles « Journées du consommateur », en collaboration avec l'Union Luxembourgeoise des Consommateurs, le Centre Européen des Consommateurs, la Police Grand-Ducale. Le stand était placé sous la thème « e-commerce : en toute sécurité –aber sicher». Parallèlement au commerce traditionnel, le commerce électronique ne cesse de se développer. Toutefois, si acheter en ligne permet au consommateur de gagner du temps et de bénéficier d'un choix de produits plus large, il est important de bien s'informer et se préparer au préalable, ceci afin d'éviter certains pièges inhérents à ce type d'achats et d'éviter toute mauvaise surprise.

Cette brochure présente ainsi, de façon non exhaustive, des conseils en matière de sécurité informatique, de droit des consommateurs et évoque certaines escroqueries courantes.

A cette occasion une brochure a été élaborée reprenant les thèmes suivants :

- La sécurité informatique
- Les droits du consommateur
- L'escroquerie

### **2.5.3. L'ULC AU FESTIVAL DES MIGRATIONS, DES CULTURES ET DE LA CITOYENNETE**

L'ULC a participé au 27<sup>e</sup> festival des migrations, des cultures et de la citoyenneté qui s'est tenu du 16 au 18 mars 2012.

### **2.5.4. SEMAINE NATIONALE DU LOGEMENT**

L'ULC a participé à la 14<sup>e</sup> édition de la semaine nationale du logement qui s'est déroulée du 28 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 2012 à la Lux Expo à Kirchberg. Les représentants de l'ULC ont ainsi pu renseigner de nombreux intéressés et y distribuer du matériel d'information.

### **2.5.5. FOIRE « VAKANZ » SALON DU TOURISME**

L'ULC a participé du 20 au 22 janvier 2012 au Salon du Tourisme. Cette manifestation est devenue un « must » et figure dorénavant au calendrier des manifestations à ne pas rater. Le nombre de visiteurs semble en progression constante.

### **2.5.6. EXPO ESCHWEILER**

Cette foire a lieu tous les deux ans. La dernière s'est déroulée du 6.07 au 8.07.2012 Eschweiler. L'ULC envisage de ne plus participer à l'édition 2014.

### **2.5.7. WALFER BICHERDEEG**

L'ULC a participé en 2012 pour la 3<sup>e</sup> fois aux 18<sup>e</sup> « WALFER BICHERDEEG » qui ont eu lieu du 17 au 18 novembre 2012. La présence de l'ULC a été particulièrement appréciée par les nombreux visiteurs. Les représentants de l'ULC ont ainsi pu renseigner de nombreux intéressés et y distribuer du matériel d'information.

### **2.5.8. « WEEKEND LUXEMBOURGEOIS à MEDERNACH »**

L'ULC a participé pour la troisième fois au «Weekend Luxembourgeois à Medernach » qui a eu lieu le 1<sup>er</sup> et le 2 septembre 2012 à Medernach.

## **2.6. COOPERATION AVEC LE LYCEE TECHNIQUE HOTELIER « ALEXIS HECK »**

Comme par le passé, l'ULC a voulu garder en 2012 la bonne habitude de remettre un diplôme pour « prévenance exemplaire et courtoisie » à l'élève qui, au courant de l'année scolaire, a su aller au-devant des autres élèves. Ce diplôme est valorisé par l'insertion d'une vraie pièce en or.

## **2.7. RADIO ET TELEVISION**

### **2.7.1. RADIO SOCIOCULTURELLE 100,7**

Les émissions de l'ULC sur l'antenne de la Radio Socioculturelle ont eu lieu au rythme de toutes les six semaines. La collaboration avec les rédacteurs de la Radio socioculturelle sera prolongée en 2013.

### **2.7.2. RADIO LATINA**

Les émissions avec Radio Latina ont lieu toutes les 2 semaines. A l'ordre du jour sont des thèmes consuméristes d'actualité.

Elles s'inscrivent dans le cadre de l'émission : « Ech liewen zu Lëtzebuerg ».

### **2.7.3. RADIO ARA**

En 2012, l'ULC et les rédacteurs de l'antenne se sont mis d'accord sur une collaboration continue afin d'étendre la présence de l'ULC dans les médias. Les émissions traitent des thèmes consuméristes, d'actualité et seront reconduites en 2013.

## **2.8. ACTIONS PUBLICITAIRES**

### **2.8.1. ACTION NOUVEAUX MEMBRES**

Durant l'année 2012 l'ULC a mis sur pied 1 campagne publicitaire ayant pour but de recruter de nouveaux membres.

Le « de Konsument 5 » a été distribué à 105.000 ménages à Luxembourg Ville et Esch-sur-Alzette.

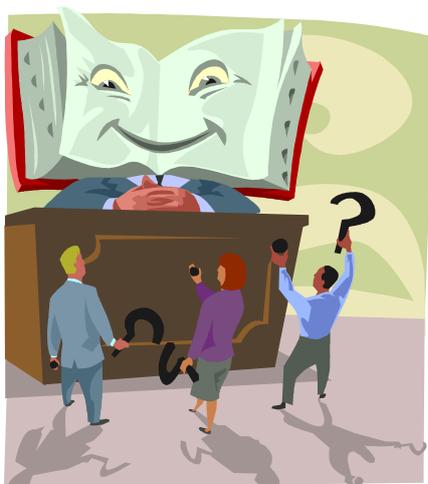
Cet envoi comprenait un bulletin, dont une partie était détachable et à renvoyer à l'ULC. Chaque nouveau membre devait payer une cotisation de 30€.

# UNION LUXEMBOURGEOISE DES CONSOMMATEURS

nouvelle a.s.b.l.

55, rue des Bruyères

L-1274 HOWALD



## CONTENTIEUX, AFFAIRES JUDICIAIRES, CONSEIL ET INFORMATION

### Chapitre 3 :

3.1. CONTENTIEUX.....	53
3.2. HEURES D'OUVERTURE .....	59



### **3. CONTENTIEUX, AFFAIRES JUDICIAIRES, CONSEIL ET INFORMATION**

#### **3.1. CONTENTIEUX**

L'effectif du service « contentieux et information » en question compte 13 gestionnaires et répond quotidiennement aux multiples demandes d'assistance juridique et de renseignements. Toute l'équipe participe également à diverses missions de prévention et s'efforce d'offrir une assistance individuelle aux adhérents de l'ULC.

Le travail quotidien du service se présente concrètement de la manière suivante :

Les gestionnaires répondent de 8h00 à 12h00 d'une part aux nombreux appels téléphoniques entrants par lesquels aussi bien les membres de l'ULC que les non-membres souhaitent avoir des renseignements d'ordre juridique et accueillent d'autre part sans rendez-vous les membres de l'ULC désireux d'avoir une consultation juridique.

Les gens souhaitent soit obtenir de simples renseignements leur permettant de faire face aux problèmes auxquels ils sont confrontés, soit une intervention concrète de l'ULC en leur nom et pour leur compte.

S'il s'avère que de simples informations sont effectivement insuffisantes, un dossier sera ouvert au nom du membre.

Dans ce cas, l'ULC essaiera de trouver une solution à l'amiable en adressant un courrier au vendeur ou au cocontractant auquel se trouve confronté le consommateur.

Au cas où le règlement à l'amiable du litige échoue, le gestionnaire en charge du dossier transmettra celui-ci à un avocat.

La statistique présentée dans le chapitre suivant permet de constater l'ampleur du travail réalisé.

Le nombre des communications téléphoniques (appels entrants et sortants) menées par le service « contentieux et information » est de 45.228 appels en 2012.

Les consultations juridiques individuelles sur rendez-vous assurées au siège à Howald par les avocats mis à disposition par l'ULC ont diminué de 19,09 % pour atteindre 1.878 consultations par rapport à 2.321 consultations l'année précédente.

Les consultations individuelles sans rendez-vous assurées également au siège à Howald par le service contentieux ont diminué de 7,04 % pour atteindre 4.188 consultations par rapport à 4.505 l'année précédente.

Les consultations en nos locaux à Esch-Alzette et Ettelbrück, qui ont lieu hebdomadairement soit le mardi ou le jeudi, ont diminué de l'ordre de 11,15 % pour atteindre 287 consultations par rapport à 323 l'année précédente.

Le nombre important tant des communications téléphoniques que des consultations juridiques, explique des surcharges temporaires de notre standard téléphonique aux moments de grande affluence.

Même si le nombre des dossiers traités en 2012 par les 13 gestionnaires de l'ULC a diminué de 10,74 %, soit de 5.093 en 2011 à 4.546 en 2012, toujours est-il que ce chiffre reflète l'importance du travail effectué non-négligeable par le service « contentieux et information ».

Parmi ces dossiers, 679 ont pu se régler sur place en fournissant immédiatement les renseignements nécessaires aux membres.

En ce qui concerne les secteurs les plus touchés, on peut noter une baisse de 10,82 % dans le domaine de la construction, soit 1.113 dossiers traités pendant l'année 2012 par rapport à 1.248 dossier traités en 2011.

Les affaires relatives au bail à loyer se chiffrent à 540 dossiers par rapport à 598 dossiers l'année précédente. Les transactions immobilières sont de l'ordre de 297 dossiers par rapport à 350 en 2011. Même si on peut constater une légère baisse dans ce secteur, il y a lieu de constater que l'accès à la propriété semble rester une priorité pour le consommateur.

Les trois inspecteurs techniques de l'ULC ont procédé à 1.410 visites des lieux et ont parcouru 56.094,75 km !

Pour assurer la sauvegarde des intérêts de ses membres, l'ULC a dû recourir en 2012 dans 156 cas aux tribunaux par rapport à 104 en 2011. Les 156 dossiers transférés à des cabinets d'avocats représentent 3,43 % de tous les litiges nationaux. Ce chiffre confirme l'esprit de conciliation et de médiation déployé par les gestionnaires de l'ULC. La volonté d'éviter dans la mesure du possible de longues et onéreuses procédures judiciaires est en effet indispensable pour garder le contrôle des charges financières.

Les consultations effectuées par les avocats en les locaux de l'ULC se chiffrent en 2012 à 1.878 par rapport à 2.321 en 2011, soit une baisse de 19,09 %.

Les contributions financières de l'ULC à titre de frais et honoraires d'avocats et d'expertises judiciaires ont atteint le montant important de 383.627,52 € pour l'exercice 2012.

Enfin, en ce qui concerne les consultations auprès des experts fiscaux, nous constatons que leur nombre a atteint un nouveau record, à savoir 666 consultations en 2012 par rapport à 658 en 2011, soit une hausse de 1,22 %.

**STATISTIQUES :**  
**APPELS TELEPHONIQUES**

	2012
<b>ENTRANTS</b>	<b><u>30 827</u></b>
<b>SORTANTS</b>	<b><u>14 401</u></b>
-	
<b>TOTAL EN NBRE</b>	<b><u>45 228</u></b>

**CONSULTATIONS :**

	2011	2012	
Consultations juridiques sur rendez-vous au siège à Howald :	2 321	1 878	- 19,09 %
Consultations juridiques à Esch/Alzette et à Ettelbrück :	323	287	- 11,15 %
Guichets (conseils, tests, contrats-type, documentation) :	4 505	4 188	- 7,04 %
<b>TOTAL en nbre</b>	<b>7 149</b>	<b><u>6 353</u></b>	<b>- <u>11,13 %</u></b>
<b>TOTAL en %</b>		<b><u>- 11,13 %</u></b>	

LITIGES NATIONAUX :

	2 011	2 011	31/12/2012	2 012	2 012
	Dossiers sans suite inclus	Sans suite	Dossiers sans suite inclus	Sans suite	%
<b><i>Bâtiment – Construction</i></b>					
Architectes :	25	- 5	29	- 6	
Carrelages :	47	- 1	43	- 1	
Façades :	52		41		
Gros-oeuvre :	658	- 55	580	- 45	
Installations de chauffage :	128	- 2	108	- 2	
Installations électriques :	50		42	- 1	
Installations sanitaires :	33		28	- 1	
Marbres :	7		6		
Menuiserie :	70		90	- 1	
Peintures, revêtements muraux intérieurs :	14	- 1	15	- 1	
Revêtements de sol :	63		42		
Travaux de toiture :	61	- 1	56		
Tuyauteries, canalisations et égouts :	23	- 1	19		
Vérandas :	17		14	-	
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>1 248</b>	<b>- 66</b>	<b>1 113</b>	<b>- 58</b>	<b>-10,82%</b>
<b><i>Logement</i></b>					
Bail à loyer (contrats, résiliations ...):	598	- 107	540	-93	
Bail à loyer (décompte des charges locatives):	70	- 3	81	- 6	
Copropriété :	179	- 70	209	- 70	
Copropriété (décompte des charges communes) :	114	- 15	65	- 8	
Déménagement :	4		9		
Loyers :	1		5		
Immobilier (Agences, contrats, ventes immobilières, ...)	350	- 88	297	- 78	
Servitudes (Droit de la propriété, mitoyenneté)	13	- 8	13	- 7	
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>1 329</b>	<b>- 291</b>	<b>1 219</b>	<b>- 262</b>	<b>-8,28%</b>

<b>Autres</b>					
Actions en cessation :	5				
Administrations, Ministères, Caisses de Maladie :	109	- 33	76	- 18	
Alimentation :	11		18		
Appareils Hifi acquisitions :	4		1		
Animaux Acquisitions	4	- 1	1		
Animaux Soins	1	- 1			
Appareils Hifi réparations :	0		6		
Assurances automobiles :	74	- 5	62	- 7	
Assurances habitation :	21	- 3	23	- 1	
Assurances vie :	16	- 1	23	- 9	
Assurances pension complémentaire :	4	- 1	4	- 1	
Autres assurances :	68	- 17	65	- 18	
Automobiles – achats :	119	- 6	76	- 7	
Automobiles – réparations :	143	- 9	113	- 9	
Avocat :	20	- 8	12	- 1	
Bijoux – achats :	8	- 1	2		
Bijoux – réparations :	6		10		
Camping	1		1		
Cartes de crédit (VISA, Master, ...)	13	- 1	7		
Centres de beauté, amaigrissement, fitness	13		6		
Cotisation (Fitness, cours, ...)	0		3		
Crèches :	15	- 2	18	-	
Cuisines équipées – achats	38	- 1	36	- 1	
Cuisines équipées – réparations :	8		11	- 1	
Electro-ménager – achats :	20		20		
Electro-ménager – réparations :	43		29		
Garanties légales	4		25	- 1	
Hôtellerie	2				
Informatique appareils :	31	- 2	30		
Informatique logiciels :	7	- 1	4		
Jardinage :	14		13		
Litiges entre particuliers :	11	- 4	26	- 7	
Lotteries	2		1		
Médecins, Hôpitaux :	35	- 8	42	- 3	
Mobilier – achats :	26		35		

Mobilier – réparations :	13		14		
Nettoyage à sec :	9		9		
Notaires :	4	- 1	7	- 2	
Opticien, lunetterie :	6		8	- 1	
Outillage (acquisitions + réparations) :	0		1		
Prescriptions :	2	- 1	4		
Prix (indication, étiquetage, affichage)	153	- 6	113	- 5	
Relations publiques :	6		23		
Restauration	1		3		
Secrétariat et autres demandes internes	0		2		
Services financiers – crédits à la consommation :	6		9	- 3	
Services financiers – crédits hypothécaires :	19	- 4	29	- 6	
Services financiers – comptes courants :	22	- 5	18	- 4	
Services financiers – placements	5	- 1	5		
Services financiers – paiements transfrontaliers	0		3		
Successions :	100	- 82	106	- 92	
Télécommunications :	283	- 9	290	- 5	
Télédistributions :	114	- 2	66	- 2	
Téléphones portables – achats :	9	- 1	9		
Téléphones portables – réparations :	22		31	-	
Textiles et autres fibres :	20		17		
Timesharing	1	- 1			
Transports publics et privés :	23	- 1	14		
Ventes à distance :	2	- 1	11		
Voisinage :	104	- 43	97	- 47	
Voyages agences :	87		63	- 3	
Divers :	609	- 176	463	- 105	
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>2 516</b>	<b>- 439</b>	<b>2 214</b>	<b>- 359</b>	<b>-12,00%</b>
<b>TOTAL EN NBRE</b>	<b>5 093</b>	<b>- 796</b>	<b>4 546</b>	<b>- 679</b>	<b>-10,74%</b>
<b>TOTAL EN %</b>	-	-	<b>-10,74%</b>	-	-

Dossiers remis à des avocats : 104 en 2011 et **156** en 2012 ce qui correspond à une augmentation de 49,99 %

Ceci correspond à 2,04 % de 5.093 en 2011 et **3,43 %** de 4.546 en 2012 litiges nationaux.

### SERVICE TECHNIQUE :

	2011	2012	2012
Visites des lieux effectués par les techniciens de l'ULC :	1.580	<b>1.410</b>	- 10,76 %
Kilomètres parcourus par les techniciens :	60.766	<b>56.095</b>	- 7,69 %

\* \* \*

### CONSULTATIONS SPECIALES :

	2011	2012	2012
Impôts :	658	<b>666</b>	+ 1,22%

## **3.2. HEURES D'OUVERTURE**

Les heures d'ouverture du secrétariat de l'ULC à Howald sont :

Matin : de 8.00 à 12.00 heures

Après-midi : 13.00 à 17.00 heures

Consultations juridiques : de 8h00 à 12h00 et de 13h00 à 17h00 (l'après-midi **uniquement** sur rendez-vous)

Permanence service contentieux : lundi, mercredi, vendredi de 12.00 à 13.00 heures.

Sauf samedi, dimanche et jours fériés.

Les bureaux d'information de l'ULC à Esch/Alzette (salle dans le complexe omnisport à Esch/Lallange ; bd Hubert Clement) et Ettelbruck (40 Avenue Salentiny) sont à disposition du public une fois par semaine pendant 2 heures.

A Esch/Alzette : mardi de 14.00 à 16.00 heures

Tél. : 57.49.61

A Ettelbruck : jeudi de 14.00 à 16.00 heures

Tél. : 81.85.24



**UNION LUXEMBOURGEOISE DES CONSOMMATEURS**

**nouvelle a.s.b.l.**

**55, rue des Bruyères**

**L-1274 HOWALD**



**ENTREVUES, PARTENARIATS ET ACTIVITES PARTICULIERES DE  
L'ULC**

**Chapitre 4 :**

4. ENTREVUES, PARTENARIATS ET ACTIVITES PARTICULIERES DE L'ULC .....**63**



## **4. ENTREVUES, PARTENARIATS ET ACTIVITES PARTICULIERES DE L'ULC**

Ce chapitre reprend de façon succincte et par ordre chronologique les plus importantes des activités de l'ULC au cours de l'année 2012 et plus particulièrement toutes les initiatives qui ne sont pas traitées de façon plus explicite sous d'autres titres du présent rapport d'activité.

### **JANVIER 2012 :**

- Le comité prépare une réunion du Conseil de la consommation pour la date du 27 janvier 2012.
- L'ULC présente son avis juridique sur la proposition de directive relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation ainsi que sur le règlement relatif au règlement en ligne des litiges de consommation.
- Une entrevue a lieu avec Monsieur Jeannot Krecké, Ministre de tutelle de l'ULC. Plusieurs sujets sont abordés, entre autre l'exploitation de voitures taxis au Luxembourg. Le Ministre précise que la législation en la matière est de la compétence du Ministère des Transports. L'ULC sollicite donc une entrevue auprès du Ministre compétent pour aborder le sujet en question.
- Le comité de l'ULC se penche sur le dossier RC-Automobile, Bonus/Malus. L'ULC avait déposé une plainte auprès du Conseil de la concurrence pour entente entre assureurs au sujet de l'application du degré Bonus/Malus dans certains cas de figure. Aussi, l'ULC contacte le Ministre des Finances, Luc Frieden, Ministre compétent en la matière, afin de connaître la position du Ministère.
- L'ULC appelle à la prudence en rapport avec le festival de l'automobile du 28 janvier au 6 février 2012. Par voie de communiqué, l'ULC répète ses conseils et mises en garde en rapport avec la signature de contrats de vente.
- Lors d'une conférence de presse, l'ULC et la Chambre des Salariés présentent leur brochure commune « Les droits des voyageurs à l'étranger ». Cette brochure connaîtra un vif succès auprès des consommateurs.
- L'ULC participe du 20 au 22 janvier 2012 au Salon du Tourisme. Plus de 2.000 exemplaires de la brochure sur les droits des voyageurs sont distribués à cette occasion. De nombreux consommateurs visitent le stand de l'ULC pour poser leurs questions respectivement avoir des informations sur des questions consoméristes.
- Il est décidé que l'ULC sera présente avec une page sur facebook, surtout afin de sensibiliser les jeunes consommateurs aux sujets consoméristes.

### **FEVRIER 2012 :**

- En coopération avec le Centre information jeune, l'ULC lance une campagne sur le « surendettement des jeunes ». La campagne se présente sous forme de roadshow, un véhicule spécialement équipé circulant dans le pays et s'arrêtant à plusieurs endroits pour donner aux jeunes la possibilité de s'informer sur les risques du surendettement.
- L'ULC constate avec satisfaction que l'Association des Compagnies d'Assurances (ACA) a retiré les règles interprétatives pour ses membres en rapport avec l'application du système Bonus/Malus. L'ACA informe le public que dorénavant les différentes compagnies d'assurances sont libres d'interpréter chacune pour soi-même le règlement relatif à la RC-Automobile, respectivement à l'application de l'échelle Bonus/Malus.

- Le comité prend connaissance d'une campagne de « myenergie », groupement d'intérêt économique, en rapport avec l'assainissement énergétique des bâtiments d'habitation jusqu'en 2020. Le projet prévoit d'atteindre une classification « maison à basse énergie » pour toutes les habitations du Luxembourg jusqu'en 2020. Le projet s'adresse aux métiers de la construction. Il s'agit de l'élaboration d'un plan d'action ensemble avec les corps de métier afin de définir les mesures à mettre en vigueur pour atteindre le but visé.
- L'ULC envoie ses délégués à une assemblée avec les pensionnaires de l'Hospice de Hamm en présence des membres du conseil d'administration de cet hospice. La Patientenvertriebung est également présente. Il est annoncé à l'occasion de cette assemblée que l'augmentation des tarifs ne sera pas remise en question alors qu'autrement les frais de fonctionnement de l'Hospice de Hamm ne sauraient plus être couverts après que la Ville de Luxembourg a décidé de ne plus subventionner le fonctionnement de l'hospice.
- Le comité constate avec satisfaction que le Conseil de la concurrence a condamné la société Numéricable, anciennement Coditel, à une amende pécuniaire pour non respect du droit de la concurrence et pour transposition tardive d'une décision du Conseil de la concurrence en 2010.

### **MARS 2012 :**

- L'ULC prépare un numéro spécial du bulletin « de KONSUMENT » qui sera distribué au mois de mai 2012 à quelque 70.000 ménages non membres de l'ULC dans les régions centre et sud du pays. Un document publicitaire sera inséré dans le magazine comme encart.
- Les responsables de l'ULC rencontrent la direction de l'Institut Luxembourgeois de Régulation (ILR) au sujet des nombreuses plaintes introduites par des consommateurs contre les sociétés Orange et Tango. L'ILR de son côté a également recueilli un nombre impressionnant de plaintes qu'il traite dans le cadre de sa mission de médiation, mission inscrite dans la loi. Il en résulte un fructueux échange de vue. L'ULC et l'ILR coopéreront plus étroitement sur le dossier en question de même que la participation de l'ILR à la rédaction d'articles d'information pour les consommateurs est acquise.
- L'ULC réédite sa brochure « A vos droits, prêts, partez », qui traite des voyages à forfait, des droits des passagers ainsi que du timeshare.
- L'ULC est sollicitée pour la rédaction d'un avis juridique sur le projet de loi de lutte contre le tabagisme. Il est décidé de ne pas rédiger un avis, mais de communiquer toutefois quelques commentaires par courrier au Ministre de la Santé.

### **AVRIL 2012 :**

- Une entrevue a lieu avec Monsieur Etienne Schneider, Ministre de l'Economie et Ministre de tutelle de l'ULC. Le résultat est décevant. En effet, l'ULC est informée que la contribution financière de l'Etat pour l'année 2013 sera diminuée de 86.000 €.
- La coopération avec l'Université Catholique de Louvain pour la réalisation du projet DOLCETA (Online Consumer Education) est continuée en 2012. Le site DOLCETA connaîtra une révision en ce sens qu'il va s'adresser à l'avenir à un public d'enseignants plus particulièrement.
- L'ULC prend position par voie de communiqué de presse sur les sensibles augmentations des tarifs des autoécoles ainsi que la hausse tarifaire pratiquée par les contrôles techniques pour voitures automobiles. Ces hausses sont fondamentalement désapprouvées par l'ULC.

- Lors d'une réunion avec les responsables du Ministère de l'Economie, ces derniers confient à l'ULC que la contribution financière de l'Etat pour l'année 2013 sera réduite du montant 86.000 €. Cette coupure fera entre autre l'objet d'une entrevue avec le Premier Ministre Jean-Claude Juncker qui est sollicité.
- L'ULC présente ses avis par rapport à plusieurs textes légaux : projet de loi sur le surendettement. L'ULC transmettra un avis supplémentaire au Ministère de la Famille de même qu'à la Chambre des Députés suite à la présentation de l'avis du Conseil d'Etat ; projet de loi sur la réforme de la loi sur la responsabilité civile automobile : l'ULC approuve les modifications à intervenir, à savoir l'instauration d'un régime de protection de victimes faibles, c'est-à-dire des enfants de moins de deux ans ainsi que les personnes âgées de plus de 70 ans et encore les personnes handicapées. Le projet de loi prévoit que ces personnes pourront être indemnisées, même en cas de comportement fautif. Aussi, l'article 92 de la loi sur le contrat d'assurances va prévoir à l'avenir une médiation en cas de litige.
- L'ULC présente un second avis sur le projet de loi modifié sur le surendettement pour relancer la Commission parlementaire en charge de cet important projet qui prévoit la possibilité d'une faillite personnelle.

### **MAI 2012 :**

- Une entrevue a lieu avec la direction de l'Institut Luxembourgeois de Normalisation et d'Accréditation (ILNAS). L'ILNAS travaille à la mise en ligne d'un portail intitulé « Infrastructure, qualité et sécurité du Luxembourg ». En fait, ce portail internet sera géré par l'agence pour la normalisation et l'économie de la connaissance, GIE. L'ILNAS demande à l'ULC de participer au projet et d'être présente sur le site avec une page de présentation des services offerts par l'ULC. L'ULC accepte volontiers cette proposition.
- L'ULC réagit par voie de communiqué de presse à une prise de position de la Confédération Luxembourgeoise du Commerce au sujet de la situation du commerce sédentaire.
- L'ULC adresse une lettre de protestation au Ministre de l'Economie en rapport avec la réduction de la contribution financière de l'Etat aux frais de fonctionnement de l'ULC pour l'année 2013.
- Une entrevue a lieu avec la Fédération Nationale des Hôteliers, Restaurateurs et Cafetiers (HORECA). Plusieurs sujets sont abordés, entre autre les commissions imposées au secteur par les sites de réservation de chambres d'hôtels. Sont également abordés le sujet du prix de l'eau potable ainsi que les tarifs des courses en taxis.

### **JUIN 2012 :**

- L'ULC suit de près l'évolution des tarifs des parkings sous-terrain. En effet, l'ULC constate une augmentation des tarifs de stationnement à partir de la troisième heure.
- Le Ministre de l'Economie, Ministre de tutelle de l'ULC, répond à la lettre de protestation lui adressée en rapport avec la réduction du subside annuel pour l'ULC. Cette réponse ne donne pas satisfaction à la direction de l'ULC qui décide d'aborder le sujet lors de l'entrevue avec le Premier Ministre Jean-Claude Juncker qui aura lieu au mois de juillet 2012.

### **JUILLET 2012 :**

- Une entrevue a lieu avec les responsables du service clientèle de la BCEE. A cette occasion, un intéressant échange de vue a lieu en rapport avec la situation du marché financier luxembourgeois. Plus particulièrement, la discussion tourne autour des intérêts créditeurs sur comptes à terme, respectivement sur comptes épargne.

- L'ULC décide d'effectuer une enquête sur les tarifs de l'eau potable dans les différentes communes du pays. Seront analysées par la même occasion les taxes facturées pour l'assainissement de l'eau ainsi que pour les poubelles.
- L'entrevue demandée avec Monsieur Jean-Claude Juncker, Premier Ministre, Ministre d'Etat, a lieu au mois de juillet 2012. Quant à la réduction de la participation financière de l'Etat aux frais de fonctionnement de l'ULC en 2013, le Premier Ministre informe l'ULC qu'il ne va pas revenir sur la décision du Ministre de l'Economie. D'autres sujets sont d'abordés lors de cette réunion, entre autre la Directive sur le règlement alternatif des litiges de consommation, ce nouveau cadre juridique favorisant la création d'instances de médiation. D'autre part, les responsables de l'ULC abordent le sujet de la représentation des consommateurs dans différents organismes de droit public.
- Une entrevue a lieu avec le Conseil de la publicité dont le président précise que le but de l'association est de garantir une autorégulation de la publicité notamment sur internet. Il est proposé de créer un groupe de travail dont l'ULC ferait partie. L'ULC rappelle dans ce contexte que la collecte de données et d'information sur les usagers du web n'est pas d'emblée illégale, sauf en cas de désaccord des consommateurs. D'autre part, l'ULC insiste sur la conformité de la collecte de données personnelles aux exigences de la législation sur la protection des données.

### **AOÛT 2012 :**

**En raison des congés d'été, il n'y a pas d'initiatives particulières à signaler pour le mois en question.**

### **SEPTEMBRE 2012 :**

- Suite à un accord intervenu avec l'Automobile Club du Luxembourg, un taxi à basse émission de CO2 entrera en service aux couleurs de l'ULC et avec son logo.
- L'ULC décide l'introduction de tarifs préférentiels de fin d'année pour le règlement de la cotisation 2012.
- Une réunion du Conseil de la consommation a lieu en date du 21 septembre 2012. A l'ordre du jour figurent le projet de loi portant modification du Code de la consommation. Ce projet prévoit qu'à l'avenir la vente de porte à porte, respectivement hors établissements commerciaux, ne sera plus défendue dans son ensemble. Toutefois, les consommateurs disposeront de différentes options pour marquer leur refus d'être démarchés à domicile de même que plusieurs possibilités de résilier de tels contrats sont prévues. Le délai de rétractation est uniformisé à 14 jours.
- Une réunion de l'Observatoire de la formation des prix a lieu. Les membres de l'Observatoire se voient présenter les résultats d'une enquête effectuée par la société Nielsen en rapport avec le niveau des prix au Luxembourg et dans les régions transfrontières. Il en résulte que le Luxembourg est en moyenne plus cher de 7 % que les magasins en Allemagne. Ce résultat est contesté par les représentants du commerce luxembourgeois qui se lancent dans une discussion au sujet de l'approche méthodologique utilisée par la société Nielsen. Ces réserves ne sont pas partagées par l'ULC qui constate que l'étude apporte la preuve de ses propres constatations.
- L'ULC prend position par communiqué de presse au sujet de la Semaine nationale du logement où elle est présente sur un stand commun ensemble avec d'autres organisations du secteur privé (Caritas, Agence immobilière sociale...).

- Par un deuxième communiqué l'ULC proteste contre la constante perte du pouvoir d'achat des consommateurs, respectivement le taux d'inflation élevé au Luxembourg.

### **OCTOBRE 2012:**

- L'ULC intervient énergiquement en rapport les temps d'attente inacceptables au service de contrôle technique pour automobiles à Esch-Alzette et à Sandweiler. Le Ministère des Transports réagit par voie de presse et le Ministre en charge promet de rapides changements afin de normaliser la situation. Il propose notamment de prolonger les heures d'ouverture et d'instaurer un régime de rendez-vous pour le samedi ainsi qu'après 17 heures. En outre, une piste supplémentaire sera ouverte. Le Ministre prend également une initiative législative visant à modifier la périodicité des contrôles techniques. Ainsi, il est prévu qu'après un premier contrôle après trois ans et demi, le deuxième contrôle ne sera effectué que deux ans plus tard (un an dans le régime actuel).
- Les membres du comité de gérance prennent connaissance d'un courrier adressé par Madame Viviane Reding, Commissaire européenne à la justice, aux Ministres européens des droits des consommateurs des 27 pays membres de l'UE. Il y retourne du non respect de la société APPLE du délai de garantie légale de deux ans. Or, c'est précisément l'ULC qui a lancé une action en justice contre APPLE, ce dont ledit courrier ne souffle mot.
- L'ULC participe au salon « Top 50 » qui a lieu du 5 au 7 octobre 2012 au Casino 2000 à Mondorf-les-Bains. Ledit salon s'adresse plus particulièrement aux consommateurs âgés de plus de 50 ans.
- L'ULC publie un communiqué au sujet du projet du budget de l'Etat 2013. L'ULC pense que la réduction des dépenses de l'Etat aurait pu être plus conséquente et déplore d'autre part la réduction des transferts sociaux au profit des familles.
- Une conférence organisée par l'ULC a lieu en date du 23 octobre au Centre Convict à Luxembourg sur le sujet du logement. Plus de 100 personnes ont assisté à la conférence qui avait comme orateur Monsieur Marco Schank, Ministre du Logement ainsi que Maître Gérard A. Turpel. Le Ministre a présenté les nouvelles subventions étatiques pour les propriétaires – constructeurs d'immeubles à basse énergie. Il précise qu'à moyen terme le but poursuivi n'est plus seulement la construction de maisons basse énergie, mais la construction de maisons à bilan énergétique positif. Maître Turpel pour sa part expose sur le droit de la construction, les garanties, les délais d'action, les vices apparents et vices cachés, etc.. La conférence suscite un vif intérêt auprès des personnes présentes.
- L'ULC est satisfaite de la réaction de la presse par rapport à son communiqué par lequel elle avait critiqué l'existence de cartes d'identité défectueuses. L'ULC avait en effet demandé que les personnes concernées soient rapidement indemnisées.

### **NOVEMBRE 2012 :**

- Une audition devant le Conseil de la concurrence a lieu en date du 25 novembre 2012. Sont présents l'ULC en tant que partie plaignante de même que toutes les compagnies d'assurances visées par sa plainte ainsi que l'ACA. A l'occasion de cette audition, l'ULC de même que les compagnies d'assurances présentes par mandataires ont l'occasion de présenter leurs points de vue respectifs en droit et en fait aux membres du Conseil de la concurrence.
- L'ULC publie un communiqué sur la sécurité des jouets, respectivement les normes européennes existantes à ce sujet. Par la même occasion, l'ULC donne une série de conseils pratiques aux consommateurs en rapport avec l'achat de jouets.

- Une entrevue a lieu avec Monsieur Jean-Marie Halsdorf, Ministre de l'Intérieur, au sujet des milliers de cartes d'identité défectueuses. Le Ministre s'engage à indemniser les citoyens concernés de façon appropriée. La prise en charge des frais en résultant devra s'effectuer par la société belge qui a produit les cartes d'identité défectueuses avec laquelle le Ministre de l'Intérieur est en communication. Toutefois, les modalités pratiques de cette indemnisation restent à définir.
- L'ULC sollicite une entrevue auprès de tous les partis politiques du Luxembourg.
- Une réunion du groupe de travail « protection des consommateurs » de la Commission de surveillance du secteur financier a lieu. L'ULC est membre de ce groupe de travail qui insiste sur la bonne information des consommateurs par rapport à des produits d'investissement. La Commission élabore plus particulièrement des propositions par rapport aux sujets suivants : crédit à la consommation, intermédiaires de crédits à la consommation, mobilité bancaire, recherche d'avoirs, sécurité des opérations bancaires en ligne, droit au compte, surendettement, ....
- D'autre part, une coopération avec le Ministère de l'Education nationale pour une campagne d'information des jeunes sur les produits financiers est lancée.
- Une réunion de l'Observatoire pour la formation des prix a lieu au mois de novembre. Une étude microéconomique sera réalisée par la société Deloitte, étude visant à étudier les comportements des responsables des sociétés luxembourgeoises en rapport avec la formation des prix, les marges bénéficiaires, les réactions suite au déclenchement des tranches indiciaires et l'augmentation de la masse salariale qu'elle comporte, la politique commerciale....
- L'ULC revient une dernière fois sur le projet de loi sur le surendettement qui a été finalisé et dont le vote interviendra sous peu. Il est rappelé dans ce contexte que ce projet de loi introduira la possibilité d'une faillite personnelle au bout d'une phase plus ou moins longue préalable : phase de médiation devant la Commission de médiation, redressement judiciaire et ensuite rétablissement personnel.
- La direction de l'ULC signe un contrat de leasing pour un nouveau central téléphonique plus performant qui permettra de servir encore davantage les consommateurs qui s'adressent à l'ULC pour obtenir aide ou information.
- L'Eurodéputé Claude Turmes contacte l'ULC en vue de sa participation à une conférence sur les allégations de santé en rapport avec des denrées alimentaires.
- L'ULC lance en coopération avec BEESECURE l'édition d'un dépliant d'information sur les smartphones. Les consommateurs sont mis en garde contre les arnaques possibles (SMS-Premium, Apps...).
- Des accords interviennent avec les partenaires de l'Université Catholique de Louvain en vue de la collaboration en 2013 pour le site DOLCETA.

### **DECEMBRE 2012 :**

- L'ULC signe la convention financière avec le Ministère de l'Economie pour l'année 2013. Une aide financière est accordée par l'Etat en échange de la réalisation par l'ULC d'un certain nombre d'actions dites éligibles. Ces actions éligibles visent essentiellement l'information de tous les consommateurs, y compris ceux qui ne sont pas membres individuels de l'ULC. Les différentes catégories cofinancées sont : bulletin « de KONSUMENT », site internet, rédaction d'avis, instances de médiation, représentation de l'ULC dans différents organismes, actions judiciaires en cessation, éducation des consommateurs (plus particulièrement des jeunes consommateurs), brochures d'information, enquêtes de prix.

- L'ULC adhère à la Charte « Making Luxembourg ». Il s'agit d'une action contre le racisme à laquelle participent de nombreuses organisations de la société civile.
- Le comité étudie l'avis de la Chambre des Salariés sur le projet de loi portant modification du Code de la consommation. L'avis de l'ULC et celui de la CSL vont dans le même sens.
- L'ULC se penche sur un ensemble de problèmes que rencontre la branche alimentaire : pétrole dans l'emballage du chocolat, corps étrangers dans les pizzas, contaminations bactérielles. L'ULC s'adressera à l'OSQCA en vue d'une plus étroite collaboration afin de garantir une information complète et rapide du consommateur en cas de problèmes avec des denrées alimentaires.



# UNION LUXEMBOURGEOISE DES CONSOMMATEURS

nouvelle a.s.b.l.

55, rue des Bruyères

L-1274 HOWALD



## REPRESENTATIONS INTERNATIONALES

### Chapitre 5 :

5.1.	BEUC – BUREAU EUROPEEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS .....	73
5.2.	GCEC – GROUPE CONSULTATIF EUROPEEN DES CONSOMMATEURS .....	75
5.3.	ANEC, ASSOCIATION EUROPEENNE POUR LA COORDINATION DE LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS DANS LA NORMALISATION .....	76
5.4.	DOLCETA .....	77



## **5. REPRESENTATIONS INTERNATIONALES**

### **5.1. BEUC – BUREAU EUROPEEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS**

Membre effectif : **Monsieur Eugène KIRSCH**

Membre suppléant : **Madame Aline ROSENBAUM**

Le BEUC, « Bureau Européen des Consommateurs » regroupe actuellement quarante organisations de consommateurs issues de trente pays européens (UE, EEE et pays candidats).

Tout comme l'ULC, le BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs, a fêté ses 50 ans en 2012.

Le BEUC et ses six membres fondateurs, dont fait partie l'ULC, furent des pionniers en matière de défense des droits et intérêts des consommateurs.

Depuis 1962, le BEUC s'est employé à défendre au mieux les intérêts des consommateurs auprès des instances européennes (Conseil, Parlement, Commission) et a obtenu des résultats notables, tels que, par exemple :

- 1997 : OGM : l'Etiquetage des denrées alimentaires contenant des Organismes Génétiquement Modifiés(OGM) est rendu obligatoire au sein de l'UE.
- 1999 : Sécurité des jouets : interdiction européenne d'utiliser des Phtalates, produits chimiques nocifs, utilisés jusque-là dans les jouets en PVC souple.
- 2000 : Essence sans plomb: le plomb, dangereux pour la santé et nuisible pour l'environnement, est interdit d'utilisation dans l'essence.

La célébration de son anniversaire fut l'occasion pour le BEUC, comme pour l'ULC, de faire le bilan des 50 années passées mais aussi de se tourner vers le futur et vers les nouveaux défis auxquels devront faire face les consommateurs dans les années à venir.

Ces défis sont immenses : comment protéger les intérêts des consommateurs dans un contexte de crise économique, de mondialisation de la fabrication et provenance des produits, de nécessité de s'orienter vers une consommation durable,...

Deux assemblées générales se sont tenues en 2012.

#### **5.1.1. ASSEMBLEE GENERALE DU BEUC LES 10 ET 11 MAI 2012 A BRUXELLES**

Aline Rosenbaum représentait l'ULC lors de cette assemblée, qui s'inscrivait dans le cadre des festivités du cinquantenaire du BEUC. L'Assemblée Générale s'est tenue, à titre exceptionnel, en deux parties :

L'ordre du jour était le suivant :

##### **1ER JOUR, JEUDI 10/05/2012**

- Accueil des participants et approbation du projet d'ordre du jour
- Groupe de discussions et de travail sur des questions stratégiques pour le Beuc et les associations membres sur le thème « *consumer organisation on the move* »

Les représentants des associations présentes furent invités à soumettre à l'assemblée les questions concrètes qui leur paraissaient essentielles dans le cadre d'une réflexion sur les défis et opportunités à venir pour les associations de consommateurs et les projets et initiatives que chacun entreprend ou entreprendra pour y faire face.

Les discussions se sont ensuite tenues par petits groupes de 4 à 5 personnes, chaque groupe étant animé par un hôte.

Les questions traitées portèrent notamment sur : « l'impact de la crise financière sur les activités des associations de consommateurs ? », « le rôle des associations de consommateurs : de l'information à l'assistance ? », « Comment définir les priorités des associations de consommateurs : Surcharge d'informations et outils de comparaison des prix »

Ce fut l'occasion pour l'ULC de confronter son expérience au quotidien avec celle d'autres associations de consommateurs, de partager des réflexions sur les problèmes auxquels nous sommes tous confrontés en tant qu'associations de consommateurs, et des moyens à élaborer pour y remédier.

Il s'avère que les associations de consommateurs dont l'activité principale réside dans l'information des consommateurs, que ce soit une information juridique, technique ou économique (comparaison des caractéristiques et prix de différents produits et services) ont de plus en plus de mal à convaincre les consommateurs de leur utilité dans la société actuelle, qualifiée de « société de l'information », où une multitude d'informations sont accessibles gratuitement sur internet.

L'information du consommateur reste primordiale et indispensable mais doit se démarquer des informations commerciales.

Les consommateurs attendent des informations claires et précises.

Cependant, il apparaît également que l'attente en matière d'assistance est également très grande, ce que constate tous les jours notre département contentieux.

L'ULC se trouve confortée dans sa volonté de porter assistance aux consommateurs dans leurs démarches vis-à-vis des professionnels.

Cette première matinée de travail fut suivie d'une conférence « What vision for a European Consumer Strategy ».

## **2ÈME JOUR, VENDREDI 11/05/2012**

- Rapport des directeurs
- Présentation des comptes du Beuc
- Présentation d'un exposé : les dispositifs médicaux
- Exposé : l'énergie intelligente, les compteurs intelligents, les consommateurs avertis
- Exposés d'associations membres
- Dates des prochaines assemblées générales

Fin de l'Assemblée Générale

## **5.1.2. ASSEMBLEE GENERALE DU BEUC LE 18 NOVEMBRE 2012 A STOCKHOLM**

L'ULC n'a pas pu participer à cette assemblée générale, lors de laquelle a eu lieu l'élection du nouveau Président et des membres du nouveau Bureau exécutif du BEUC, tous élus parmi les représentants de ses associations membres.

Monsieur Peter Vicary- Smith, président de l'association de consommateurs britannique « which ? » a été élu président du Beuc, pour une durée de 4 ans.

Les sujets abordés lors de l'assemblée générale devaient concerner notamment la protection de l'environnement et la consommation durable.

## 5.2. GCEC – GROUPE CONSULTATIF EUROPEEN DES CONSOMMATEURS

Membre effectif : **Monsieur Eugène KIRSCH**

Membre suppléant : **Monsieur Bob SCHMITZ**

Le GCEC s'est réuni trois fois (mars, juin, novembre) et le Luxembourg a été représenté à chaque fois par Bob Schmitz. Une nouveauté intéressante a été introduite dans la mesure où les situations nationales (cadre politique, rôle des associations de consommateurs, principaux enjeux et objectifs,...) sont présentées au fur et à mesure par les délégués nationaux. En 2012, nous avons pu en apprendre plus sur les pays suivants : France, Allemagne, Pays-Bas, Royaume-Uni et Slovaquie. Tout au long de l'année, l'Agenda Consommateur et le Programme Consommateur 2014-2020 ont fait l'objet de discussions et mises à jour régulières. Nous sommes intervenus activement sur des dossiers qui revêtent une importance particulière pour nous en permettant d'améliorer notre cadre réglementaire ou en ayant une incidence particulière sur les échanges transfrontaliers pour lesquels notre pays reste le laboratoire par excellence. Les initiatives en matière de *règlement extrajudiciaire* (propositions de directive ADR/Alternative Dispute Resolution et règlement ODR/Online Dispute Resolution) ont ainsi fait l'objet d'interventions écrites et orales de notre part, non seulement au niveau de la Commission mais encore au Conseil et au Parlement Européen, car ces initiatives obligeront nos autorités à mettre en place un cadre de règlement extrajudiciaire cohérent et complet pour les conflits de consommation. Autre dossier épineux qui avance doucement, la proposition de Règlement relatif à un *droit commun européen de la vente* qui devrait faciliter les contrats transfrontaliers mais ne sera acceptable que s'il atteint un très haut niveau de protection des consommateurs. Pour l'instant, nous restons à peu près la seule organisation de consommateurs à soutenir le principe de cet Instrument Optionnel qui sera introduit à côté des réglementations existantes (Codes Civil et de la Consommation dans notre cas). Notre position s'explique par l'expérience acquise en termes de transactions transfrontalières et différentes instances nous ont invités à leur faire part de nos réflexions à cet égard (Audition du PPE/Parti Populaire Européen au Parlement Européen le 5 décembre, table ronde à la Représentation bruxelloise du Land de Basse-Saxe le 25 avril, séminaire de l'Académie de Droit Européen ERA les 9-10 février). Notre expertise a également été sollicitée pour intervenir lors d'une conférence de la Commission Européenne du 5 juin concernant la révision de la directive sur les *voyages à forfait*. Nous avons soumis des réflexions sur la force majeure pour permettre aux consommateurs d'annuler leurs voyages sans frais.

Au sein du GECC, nous avons été parmi les plus actifs quant aux *allégations environnementales* en sollicitant un meilleur contrôle. De ce fait, Bob Schmitz a été nommé parmi les experts d'un nouveau groupe de dialogue instauré par la Commission (« *Multi-stakeholder Dialogue on Environmental Claims* ») qui s'est réuni en octobre et en novembre dans le but de préparer un Rapport à présenter et discuter lors du « *Consumer Summit* » en mars 2013. Les activités européennes ne concernent pas seulement l'élaboration ou la révision d'initiatives législatives, mais de plus en plus d'attention est accordée à leur bonne application. A cet égard, nous avons joué un rôle de premier plan pour lancer des *actions d'injonction coordonnées contre Apple* qui trompe les consommateurs sur leurs droits résultant de la garantie légale. Ce dossier a été amplement discuté lors de deux réunions de COJEF (*Consumer Justice Enforcement Forum*), géré par le BEUC, qui se sont déroulées à Lisbonne (8-9 mars) et à Bruxelles (12-13 octobre) et auxquelles nous avons activement participé.

### **5.3. ANEC, ASSOCIATION EUROPEENNE POUR LA COORDINATION DE LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS DANS LA NORMALISATION**

Membre effectif : **Paul MONDOT**

L'ANEC est l'Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs dans la normalisation qui représente les intérêts des consommateurs dans le processus de normalisation et de certification ainsi qu'à travers la politique et la législation liées à la normalisation. L'objectif premier est d'offrir aux consommateurs une protection maximale.

L'ANEC a été constituée en 1995, sous forme d'association internationale à but non lucratif en droit belge. Elle représente les organisations de consommateurs des États membres de l'Union européenne et des pays de l'AELE. L'assemblée générale se compose d'un membre par pays, désigné conjointement par les organisations nationales de consommateurs de ce pays. La Commission européenne et l'AELE financent l'ANEC, tandis que les organisations de consommateurs nationales participent à l'effort en nature.

Le secrétariat, installé à Bruxelles, coordonne un réseau de plus de 200 représentants de consommateurs à travers l'Europe. Les experts contribuent directement au travail de plus de 80 comités techniques, groupes de travail et organes politiques des organisations européennes et internationales de normalisation.

Les priorités de l'ANEC sont: la sécurité des enfants, la conception pour tous, les appareils domestiques, l'environnement, la société de l'information, les services et la sécurité routière.

Sur le plan technique, les activités de l'ANEC reposent en grande partie sur des projets de recherche et de test. Les représentants des consommateurs doivent avoir à leur disposition les informations scientifiques requises pour étayer leur argumentation au sein des comités de normalisation et des groupes de travail, qui plus est lorsqu'ils se heurtent à de lourds intérêts industriels.

D'après la nouvelle approche de l'harmonisation technique, les organisations européennes de normalisation sont chargées de définir des normes européennes de sécurité. Cette délégation de pouvoirs du législateur vers des organisations privées a d'une part, simplifié la législation et l'élaboration des lois, mais à d'autre part, induit un déficit démocratique. Par conséquent, la Commission européenne, la classe politique et les organisations de consommateurs ont demandé qu'un organisme de consommateurs indépendant garantisse la légitimité de la nouvelle approche et organise la représentation des consommateurs dans la normalisation.

Au cours de ces dix dernières années, l'ANEC s'est avérée être un partenaire fiable, compétent et par conséquent très important dans la communauté de la normalisation, et la représentation des consommateurs dans la normalisation communautaire d'après la nouvelle approche, a montré que celle-ci n'était pas un frein à la compétitivité, mais un principe important et accepté du système européen de normalisation. Cependant, les parties prenantes qui défendent l'intérêt public restent minoritaires et un comité européen de normalisation typique, qui traite par exemple des jouets, se compose d'environ 60 à 80% de membres qui représentent des intérêts commerciaux.

## 5.4. DOLCETA

Membres : **Madame Muriel JUNGERS**



DOLCETA est un site d'éducation en ligne à la consommation dont les informations sont disponibles en 27 versions dans 21 langues différentes.

Le site offre à travers de nombreux articles des informations sur divers sujets traitant de la consommation de manière accessible et axée vers le consommateur. Des quiz permettent de tester de manière ludique nos connaissances en matière de consommation.

### Les objectifs de Dolceta :

- **l'information,**
- **l'exercice de nos droits,**
- **actions responsables,**
- **l'amélioration de l'enseignement,**
- **l'apprentissage au niveau scolaire,**
- **la connaissance des procédures à engager en cas de plainte.**

Les mises à jour régulières permettent aux consommateurs d'être informés sur les avancées importantes dans certains domaines tels que les services financiers, la sécurité des produits, le développement durable et les services d'intérêt général (électricité, gaz, transport, etc.). Mais également de comparer les différences entre les différents pays.

Pour les enseignants du primaire, du secondaire et les formations pour adultes, l'espace enseignant de Dolceta fournit des plans de leçons, des dossiers d'information, des ressources, des outils, des quiz et des jeux qui peuvent être utilisés dans des cours variés tels que : l'économie, les mathématiques, la finance et les sciences mais aussi pour les cours de langue, le cours de formation économique et sociale, les programmes d'éducation à la citoyenneté, la vie en société.

### **Le rôle de l'ULC**

L'Union Luxembourgeoise des Consommateurs (ULC) a activement participé à l'élaboration des modules qui composent ce site, site dont le contenu est constamment étendu et mis à jour.

Le site luxembourgeois de Dolceta est réalisé en collaboration et sous la tutelle de l'Université Catholique de Louvain (UCL).

Les modules 1, 2, 3, 4, 5 et 8 ont été réalisés par l'UCL et de part la spécificité des sujets abordés, les modules 6 « Services d'intérêt général » et 7 « Services financiers » ont été effectués par l'ULC.

La maintenance du site est faite conjointement par l'ULC et l'UCL.

Le rôle de l'Union Luxembourgeoise des Consommateurs consiste à adapter au cadre luxembourgeois les articles qui ont été créés à partir d'une base belge. Ce qui implique la transposition en droit luxembourgeois des textes législatifs belges, la recherche de correspondances dans les exemples donnés et éventuellement la réécriture des articles lorsqu'aucune similitude n'a pu être trouvée.

La maintenance du site réside en la mise à jour du site (vérification des liens informatiques, recherche de nouvelles sources, suppression de références devenues obsolètes, etc.)

Le dernier aspect dont est en charge l'ULC est la dissémination (publicité via le site de l'ULC, articles et communiqués de presse, la distribution d'agendas, de brochures dans les foires ainsi que dans nos locaux) de Dolceta.

### **Le site de Dolceta se compose de 8 modules**

Chaque module se compose de sections contenant des textes explicatifs, des exercices de compréhension, des exemples et des illustrations. Des liens vers des ressources complémentaires sont également proposés à l'intérieur des unités.

Module 1 : Droits des consommateurs

Module 2 : Education financière

Module 3 : Sécurité des produits

Module 4 : Education à la consommation

Module 5 : Consommation durable

Module 6 : Services (énergie, transport, communication...)

Module 7 : Services financiers

Module 8 : Sécurité alimentaire

### **Nouveaux gestionnaires du projet**

Le projet Dolceta est géré par un nouveau consortium (Adetef-Sivico-Astec) qui a décidé spécifiquement d'orienter Dolceta à destination des enseignants.

Le premier objectif étant le renouvellement du site afin de le rendre plus attractif notamment dans le domaine de l'éducation à la consommation. Pour ce faire, une analyse portant sur les besoins de certains groupes cibles (enseignants, médias, consommateurs lambda) est réalisée.

Le contenu de Dolceta se base sur les 8 modules initiaux auxquels de nouveaux outils pédagogiques (sites web, jeux de société, jeux de rôle, vidéos ...) sont ajoutés.

Dans 20 pays de l'union européenne, le nouveau projet est testé et évalué par le corps enseignant.

La coordination au niveau du Benelux est assurée par l'UCL (Université Catholique de Louvain).

Le rôle des partenaires nationaux consistera dans la collecte d'informations, la construction de nouveaux modules ainsi que la promotion du site.