

Les Cahiers

n° 276
MAI-JUIN 2024

DE L'AFOC

SOMMAIRE

Édito

par David Rousset
Secrétaire général

L'ACTU DE L'AFOC

- #BalanceTonOrigine (p. 2)
- Une meilleure information sur les produits de protection intime (p. 3)
- Durabilité de la gesticulation ? (p. 4)
- Trop de récipients et d'emballages alimentaires non conformes (p. 5)
- Une meilleure protection des consommateurs et des internautes (p. 6)
- Dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux (p. 7)

EN BREF...

(p. 8)

AGENDA

(p. 8)

La décence commune, valeur olympique ?

Les Jeux Olympiques sont attendus avec impatience par des millions de fans de sport. Mais cet événement mondial est également une occasion en or pour les escrocs de profiter de l'engouement général.

Selon des sources récentes, plus de 80 faux sites de vente de billets ont été identifiés, dont 40 ont été fermés par les autorités. Ces sites frauduleux proposent des billets à des prix exorbitants ou, pire encore, vendent de faux billets qui ne seront ni reçus par les acheteurs, ni valables pour accéder aux événements. Pour éviter de tomber dans le piège de ces arnaques, il est crucial de n'acheter des billets que via le seul site officiel des Jeux Olympiques de Paris 2024.

Les Jeux Olympiques peuvent aussi avoir un impact significatif sur les villes hôtes, notamment en termes de logement et d'économie locale. L'un des effets les plus notables est l'augmentation du prix des transports et des loyers dans ces villes pour profiter de l'afflux de visiteurs. Pour ces derniers, cette situation soulève des questions éthiques et pratiques auxquelles il n'a pas été répondu par un gel des loyers ou une mesure d'encadrement de leur augmentation.

Alors que des études de cabinets pointent déjà que les JO n'auront pas de retombées significatives favorables sur l'économie française, doit-on en conclure que seuls les escrocs et les bailleurs sans vergogne tireront un bénéfice matériel de cet événement ?

AFOC

ASSOCIATION FO CONSOMMATEURS

141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS

TÉL. 01 40 52 85 85

www.afoc.net

afoc@afoc.net

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION **Pascal LAGRUE**

ISSN 0985-6129 • DÉPÔT LÉGAL MAI 2024

REPRODUCTION AUTORISÉE AVEC MENTION D'ORIGINE

IMPRIMERIE CGT-FO

LA REPRODUCTION TOTALE OU PARTIELLE DES « CAHIERS

DE L'AFOC » N'EST AUTORISÉE QU'À DES FINS NON COMMERCIALES ET SOUS RÉSERVE DE L'INDICATION CLAIRE ET

LISIBLE DE LA SOURCE : « CAHIERS DE L'AFOC • 141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS • PRIX À L'UNITÉ 3,50 €

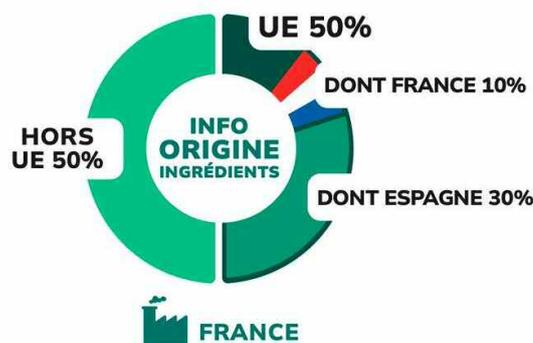
ABONNEMENT POUR 6 NUMÉROS 20 €

#BALANCE TON ORIGINE

Dans une ère où les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par l'origine de leur nourriture, le gouvernement français souhaite introduire dans les prochains mois une nouvelle étiquette, l'Origine-Score, qui indiquerait l'origine des ingrédients d'un produit alimentaire, permettant ainsi aux consommateurs de faire des choix plus éclairés en fonction de leur préoccupation. Il répond également à la colère récente des agriculteurs en introduisant un indicateur de l'origine des produits alimentaires manufacturés français dans les rayons des supermarchés.

Selon les premiers éléments d'information communiqués, Origine-Score classera, sur le même principe que le Nutri-Score qui note la qualité nutritionnelle, les produits alimentaires manufacturés sur une échelle de 0 à 100 en fonction de l'origine de leurs ingrédients. Plus un article comportera d'ingrédients français et mieux il sera noté.

Son étiquette prendrait la forme d'un logo « *plutôt visible* » sur lequel on verrait une petite usine qui indiquerait où le produit a été fabriqué. Un camembert avec l'origine des trois principaux ingrédients pourrait également être présent. Chaque partie représente l'origine du produit avec le pourcentage correspondant : France, UE et hors UE.



Pour l'Afoc, Origine-Score est une initiative intéressante pour améliorer la transparence dans l'origine des produits alimentaires manufacturés dans la mesure où il permet aux consommateurs de faire des choix plus éclairés et de soutenir l'économie nationale. Attention toutefois : il ne prétend pas dire qu'un produit dont l'origine est française serait meilleur qu'un autre, pas plus qu'à permettre aux consommateurs d'identifier et d'acheter des produits alimentaires certifiés d'origine majoritairement français comme ceux portant le label « *Origine France garantie* » (le label « *Made in France* » n'existe pas, ce sont les entreprises qui se l'octroient sans preuve ni contrôle). Pour rappel, pour les produits alimentaires bruts, à savoir les fruits et légumes, la viande, le poisson, le miel mais aussi le vin, la réglementation française impose déjà la mention du pays d'origine, ou de la zone de pêche dans le cas du poisson sauvage. En toute hypothèse, l'Afoc souhaite que le dispositif à venir utilise des processus de contrôles par tierce partie indépendante pour éviter les pratiques trompeuses.

Toutefois, le dispositif ne sera pas obligatoire, mais les industriels qui décideront de l'afficher devront le mettre sur toutes leurs références. Reste à savoir comment il sera accueilli par ces derniers sachant que selon des enquêtes, l'origine de la plupart des ingrédients composant les produits alimentaires transformés n'est pas indiquée. Il pourrait donc y avoir de la résistance. On se rappelle en effet que Lactalis a obtenu en 2021 l'annulation d'un décret qui imposait, à titre expérimental, l'affichage obligatoire de l'origine des ingrédients carnés et laitiers utilisés dans les plats transformés, en vigueur depuis 2017 suite à l'affaire de la viande de cheval frauduleusement introduite dans des lasagnes de bœuf. S'agissant d'un dispositif volontaire, il y a de fortes chances que les marques refusent d'afficher qu'elles s'approvisionnent à l'autre bout du monde. Pour le rendre obligatoire, la France a annoncé qu'elle porterait ce nouvel indicateur au niveau européen dans le cadre de la révision du règlement Inco prévue en 2025. Idem pour le Nutri-Score. L'issue favorable attendue n'est pas gagnée pour les deux. A suivre...

UNE MEILLEURE INFORMATION SUR LES PRODUITS DE PROTECTION INTIME

Les produits de protection intime féminine, tels que les tampons et les serviettes hygiéniques, sont des articles couramment utilisés par les femmes pendant leurs menstruations. Plus de 2,8 milliards (source : Données Circana) de produits de protection intime, dont près de 2 millions de culottes menstruelles, sont vendus chaque année en France. Une femme utilise entre 6 000 et 13 000 produits de protection intime jetables durant sa vie.

Il est essentiel de choisir des produits qui garantissent non seulement confort et protection, mais aussi sécurité. Or, la composition de ces produits varie selon les marques et les types ; ils peuvent contenir du coton, de la rayonne, ou un mélange des deux, ainsi que des parfums et des adhésifs. Certains produits peuvent également contenir des substances chimiques comme la dioxine, un sous-produit du processus de blanchiment, qui peut être lié à des risques pour la santé tels que le cancer et les problèmes de reproduction. Il est recommandé de rechercher des produits sans parfum et sans chlore pour minimiser les risques d'irritation et d'exposition à des substances toxiques et d'en changer régulièrement.

Encore faut-il que cette information existe sur les emballages et notices d'utilisation des produits à la vente : c'est l'objet du décret n° 2023-1427 du 30 décembre 2023 relatif à l'information sur certains produits de protection intime qui est entré en vigueur le 1^{er} avril 2024.

Ainsi, les fabricants et les responsables de la mise sur le marché ont désormais l'obligation de mentionner sur l'étiquetage et/ou la notice d'utilisation des produits visés, les trois catégories d'informations suivantes :

- la liste des composants (dans le cas des articles en textile comme par exemple les culottes de règles, cette liste doit répondre à la législation européenne harmonisée imposant les règles d'affichage de la composition des produits textiles) et, pour chacun d'eux, le détail des substances et matériaux incorporés ;
- la mention des modalités et précautions d'utilisation ;
- les possibles effets indésirables (irritations, intolérances, allergies, microtraumatismes) ou plus graves tels que le syndrome de choc toxique menstruel.

L'entrée en vigueur de ce décret est fixée au 1^{er} avril 2024, avec un délai autorisé d'écoulement des stocks déjà mis sur le marché jusqu'au 31 décembre 2024.



DURABILITÉ DE LA GESTICULATION ?

L'annonce en était faite fin 2023 : l'indice de réparabilité des produits offerts à la vente allait progressivement se transformer en 2024 en indice de durabilité, intégrant des nouveaux critères de fiabilité, de robustesse et d'évolutivité du produit. Les lave-linges, les téléviseurs et les smartphones étaient les premiers produits concernés. L'Afoc avait relayé l'information dans ses médias.

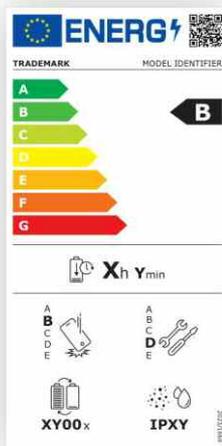
Cependant, la Commission européenne a exprimé des réserves concernant l'initiative française. Elle a estimé que l'indice de durabilité français faisait doublon avec les dispositions d'un règlement européen qui prévoit l'affichage d'une étiquette énergétique sur les smartphones et tablettes mis sur le marché à partir de 2025.

Domage que les autorités françaises et européennes concernées ne se soient pas concertées plus avant en amont, ce qui aurait évité tous les développements subséquents à la loi de référence, qui date quand même de l'année 2020 (loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire) et la consultation sur les décrets et arrêtés d'application.

Pour rien donc ? Pas sûr, le texte européen ne vise que les smartphones ; en France, le nouvel indice de durabilité devrait donc pouvoir concerner les lave-linges et les téléviseurs. Quand ? Aucune communication officielle ne permet de l'affirmer, d'aucuns avançant une entrée en vigueur à la fin de l'année 2024 et des textes d'application pris ce mois. A voir...

Quant à l'étiquette énergie des smartphones, elle verra le jour en juin 2025 dans les pays de l'Union européenne. Sauf qu'il s'agira non pas d'un indice de durabilité mais d'une étiquette énergie établie sur des critères différents. En l'état des informations disponibles, ces mesures intégreraient positivement l'obligation de mettre à disposition des consommateurs les pièces détachées pendant au moins sept ans (contre cinq ans actuellement en France) et la prise en compte du nombre d'années de maintenance des mises à jour logicielles dans l'indice européen. Il s'agit donc plus d'un indice de réparabilité. L'Afoc avait pris position à l'époque sur cet indice en exprimant son scepticisme (2019 : « *Des produits réparables, c'est bien ; des produits qui ne cassent pas, c'est mieux !* » ; 2020 : « *Un indice de réparabilité peu exigeant...* »).

Le diable étant dans les détails, il conviendra de voir ce qui tient du *greenwashing* de la réelle protection des consommateurs. A quoi bon en effet pouvoir réparer facilement et pendant 7 ans un smartphone si le prix des pièces à remplacer est supérieur au prix d'un nouveau smartphone !



Au surplus, l'Afoc note que l'indice européen de réparabilité (voir infographie) fera partie d'une étiquette énergie au milieu d'autres informations. Pour l'Afoc, pour être utile et opérant, il conviendra de permettre un accès facilité aux éléments de calcul des notes de l'indice du produit concerné et de s'assurer que les pondérations opérées entre les éléments retenus ne viennent pas « *moyenner* » la note finale ne permettant pas ou trop peu aux consommateurs dans ce cas de choisir un produit plutôt qu'un autre. De plus, il serait utile de promouvoir un contrôle indépendant par tierce partie afin de crédibiliser les démarches des professionnels vendeurs et non seulement se satisfaire des procédures d'auto-contrôle des fabricants.

Enfin, le défi consistera également à harmoniser les approches nationales et européennes pour promouvoir la durabilité des produits tout en évitant la confusion pour les consommateurs.

TROP DE RÉCIPIENTS ET D'EMBALLAGES ALIMENTAIRES NON CONFORMES



Les services de la répression des fraudes ont rapporté récemment les résultats d'une enquête sur les contenants alimentaires utilisés sur toute la chaîne de production, depuis le fabricant ou l'importateur jusqu'au distributeur comme les commerces de bouche et l'industrie agro-alimentaire : barquettes plastiques, boîtes à pizza, et autres matériaux qui entrent au contact des denrées alimentaires. Et ces résultats ne sont pas bons puisque 20 % en moyenne des produits utilisés ne sont pas conformes ; ils sont susceptibles de présenter un danger pour la santé en raison de la migration de substances provenant du matériau vers l'aliment.

C'est plus particulièrement vrai de ceux utilisant du carton, du plastique (comme les moules souples) ou de la céramique qui utilisent dans leur fabrication des composés chimiques (élastomères, colorants...) qui ne sont pas inertes et peuvent donc migrer et contaminer l'aliment emballé ou contenu.

Le contenant le plus problématique est le plastique, qui se trouve être par ailleurs le plus utilisé pour le conditionnement des denrées alimentaires (sachets, sacs, films, barquettes...).

Les non-conformités ont très souvent concerné des produits provenant de pays tiers, comme la Chine, composés de plastique (mélamine) mélangé avec des fibres végétales issues du bambou. Or ces fibres ne sont pas autorisées dans les plastiques. Pour l'un d'entre eux, l'analyse a conclu à une dangerosité en raison d'un dépassement de la limite réglementaire pour la mélamine. Au total, environ 20 % des contenants testés ont été déclarés non-conformes.

Les objets en céramique (vaisselle, coupelles à sauce, plats à tajine, poteries en terre cuite...) qui semblent pourtant inertes, peuvent également libérer des composants chimiques dans les aliments comme le plomb, le cadmium, l'aluminium, le cobalt ou l'arsenic. Et de nombreuses non-conformités ont été détectées lors de l'enquête sur ce point avec de possibles problèmes sanitaires à la clé. En effet, trois analyses en laboratoire sur des matériaux émaillés ont été effectuées conduisant à deux résultats « *non conformes et dangereux* ». L'une portait sur une tasse métallique émaillée décorée sur la zone qui entre en contact avec la bouche. Les migrations en cobalt, aluminium et arsenic dépassaient les seuils autorisés. La seconde non-conformité concernait une cocotte en fonte émaillée dont la teneur en aluminium présentait un danger pour la santé.

Les emballages en papier et carton ne sont pas en reste malheureusement. Sur un total de 96 analyses de produits, 16 ont été considérés comme dangereux, 4 échantillons non-conformes et 14 « à surveiller », soit plus d'un tiers au total ...

La majeure partie des résultats non-conformes et dangereux portent sur des boîtes à pizza en carton avec de fréquents dépassements en phtalates : des contaminants présents dans les colles, les adhésifs ou les encres et qui se retrouvent régulièrement dans les matières en carton recyclé. Ces contrôles ont aussi mis en exergue le fait que les surfaces imprimées sont bien souvent directement en contact avec des denrées alimentaires. C'est notamment le cas pour les pailles, avec un risque de contamination via les composants des encres.

L'Afoc rappelle aux consommateurs de rester vigilants sur l'utilisation de ces contenants et de limiter leur usage. Seuls ceux disposant du logo d'alimentarité, pour autant qu'il ne soit pas usurpé et accompagné des conditions d'utilisation, sont aptes au contact avec les denrées alimentaires. Tout autre article est susceptible de présenter un danger pour la santé en raison de migration de substances provenant du matériau vers l'aliment.

UNE MEILLEURE PROTECTION DES CONSOMMATEURS ET DES INTERNAUTES

Marre des faux avis en ligne, de la publicité intrusive ou d'être « trollé » sur les réseaux ?

Depuis le 17 février dernier, de nouvelles obligations s'imposent à toutes les plateformes numériques et places de marché en ligne (market places) pour une meilleure protection des consommateurs (règlement Digital Services Act dit DSA du 19 octobre 2022). Le texte, qui concerne également les fournisseurs d'accès à internet (FAI), les réseaux sociaux et les services d'informatique en nuage (cloud), vise aussi à garantir un internet plus sûr, plus responsable et plus respectueux des droits des citoyens.



Les principales mesures du DSA pour les consommateurs et internautes sont les suivantes :

- En ce qui concerne la transparence des échanges et leur information, les plateformes doivent :
 - proposer des conditions générales formulées dans un langage clair, simple, intelligible, aisément abordable et dépourvu d'ambiguïté ;
 - adopter des systèmes de traitement des réclamations faciles d'accès et d'utilisation ;
 - clarifier leurs règles de modération des contenus et permettre aux utilisateurs de contester facilement si leur compte est bloqué ou suspendu ;
 - clarifier le fonctionnement des algorithmes qui leur servent à recommander des publicités.
- En ce qui concerne la lutte contre les contenus illicites, les market places (tels Airbnb ou Amazon) doivent :
 - proposer aux internautes un outil leur permettant de signaler facilement les contenus illicites. Une fois le signalement effectué, elles devront rapidement retirer ou bloquer l'accès au contenu illégal ;
 - mieux tracer les vendeurs dont elles relayent les offres et mieux en informer les consommateurs (identité et coordonnées complètes des professionnels) pour leur permettre d'exercer leurs droits.

Les plateformes numériques doivent également encadrer la publicité :

- les techniques manipulatoires, appelées « dark patterns », qui influencent le comportement des consommateurs et les incitent à cliquer, acheter, s'abonner ou fournir des données personnelles, sont interdites ;
- la publicité ciblée est interdite ; les usagers doivent se voir proposer des systèmes de recommandation alternatifs ;
- la publicité ciblant les mineurs est interdite.

En France, un projet de loi portant sur la régulation de l'espace numérique a été adopté par le Sénat le 5 juillet 2023 et par l'Assemblée Nationale le 17 octobre 2023. L'Afoc en avait fait l'écho à l'époque. Une commission mixte paritaire a été chargée de proposer un texte sur les dispositions restant en discussion. Aucune date n'est indiquée à ce jour.

DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Le secteur de l'influence commerciale en ligne connaît une surveillance régulière de la part de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du fait du nombre et de la constance des irrégularités constatées. L'Afoc avait exprimé son inquiétude l'an dernier, à l'occasion de la parution de la loi du 9 juin 2023 précisant le cadre légal de l'activité d'influence commerciale et visant à lutter contre les dérives.

La DGCCRF a rapporté au début du mois d'avril les résultats de ces contrôles opérés en 2022 et 2023 au terme desquels plus de 300 influenceurs ont été scrutés, avec une attention particulière portée sur les réseaux sociaux tels que Snapchat, TikTok, Facebook, Instagram, ainsi que sur les plateformes de communication comme Twitter, Telegram et YouTube. Ces contrôles ont révélé que près de la moitié des influenceurs étaient en situation d'anomalie, ne respectant pas les normes établies pour une communication commerciale transparente et honnête. C'est mieux qu'en 2021 où 6 sur 10 ne respectaient pas la réglementation sur la publicité et les droits des consommateurs, mais néanmoins notablement insatisfaisant.

Les infractions les plus courantes relevées par la DGCCRF incluaient le manque de transparence concernant le caractère commercial des publications et l'identification ambiguë des annonceurs. Des cas plus graves ont également été observés, tels que la promotion de produits ou services illégaux, la vente de produits contrefaits ou dangereux, et des allégations mensongères sur les bienfaits de certains produits pour la santé.

En conclusion, le bilan des contrôles met en lumière la nécessité d'une régulation adaptée à l'évolution rapide du secteur de l'influence commerciale. Il souligne également l'importance pour les influenceurs de se conformer aux règles en vigueur pour maintenir la confiance des consommateurs et la crédibilité de leurs recommandations. Pris au mitan de l'année 2023, la loi du 9 juin 2023 et le guide de bonnes pratiques qui l'accompagne n'ont pas encore été intégrés dans les pratiques de tous les influenceurs.

L'Afoc souhaite que les services de contrôle de l'État continuent de surveiller ce secteur pour réguler les pratiques dans un domaine en pleine expansion, où les influenceurs jouent un rôle de plus en plus central dans les stratégies marketing des entreprises. Dans l'attente, elle recommande aux consommateurs d'être vigilants quant aux annonces proposées sur les réseaux sociaux et promues par des influenceurs. Il est important de prendre le temps de la réflexion et de ne pas succomber à un achat compulsif, de comparer les prix et les caractéristiques des produits entre plusieurs sites avant de commander. Les pratiques commerciales déloyales peuvent être signalées sur la plateforme SignalConso de la DGCCRF.





≡ agenda ≡

MAI

- 14 CA de l'AFOC nationale
- 15-16 Stage consommation à l'AFOC 86
- 22 AG de l'AFOC 82
- 28 AG de l'AFOC 16
- 31 AG de l'AFOC 71

JUIN

- 12 AG de l'AFOC nationale

Bulletin d'adhésion

J'adhère à l'AFOC nationale :

Nom : Prénom :

Particulier : 50 € Association de locataires : 80 €

En respect des règles de protection de vos données personnelles édictées par le RGPD, j'autorise l'AFOC à utiliser mon nom et mon adresse pour les besoins strictement limités à la durée de mon abonnement.

Votre contact pour l'exercice de vos droits d'accès, rectification, opposition et effacement est Bernard Giusti : bgiusti@afoc.net

Date : signature :

A retourner à l'AFOC - 141 avenue du Maine - 75014 PARIS