

“IOCU s’est affirmé comme le porte-parole mondial des consommateurs. Une voix plus puissante et plus respectée que jamais qui, non seulement s’est engagée dans la lutte contre les grandes multinationales avec succès, mais a aussi mis à l’épreuve le système des Nations Unies d’une manière inédite, obtenant ainsi de vrais résultats pour les gens ordinaires.”

Anwar Fazal, Président de l’IOCU/Consumers International, 1978-1984

- Zveza Potrošnikov Slovenije
Svegers Konsumenter
The Network for Consumer Protection in Pakistan
Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios
Verbraucherzentrale Bundesverband
Voluntary Organisation in Interest of Consumer Education
Which? Yavaşan Lemhaga Konsumenten Indonesia
CHOICE
Jamyat Almuhsalikh-Lubuhan
Accion del Consumidor
Consumers' Federation of Australia
Fundación por los Derechos del Consumidor
Macao Consumer Council
Consumer Focus
National Association of Consumers
Active Consumers
Advisory Council on Consumer Affairs
Shogata e Konsumentit Shqiptar
Slovakia and Municipal Employers
Consumer Protection Association of Micronesia
Associação de Usuário de Bancos, Cajas y Seguros
Associação Geral de Consumidores
PRO TESTE
ATLAS-SIALS
Consumers Association of Brunei
Association for Consumers Action on Safety and Health
Association Force Ouvrière Consommateurs
Tudatos Vásárlók Egyesülete
Asociacia spotrebiteľských subjektov Slovenska
Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
Association for the Environment and the Consumers
Association Topolise des Consommateurs
Association pour la Défense du Consommateur
Azad Yeshlahaklylar Birliyi
Belorusskoe Obshchestvo Zastity Potrebitelei
Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Chinese Women's Consumers Association
Citizen, Consumer and Civic Action Group
Comité para la Defensa del Consumidor Hondureño
Consumer Coordination Council
Consumer Law News Network
Consumer Protection Council
Consumer Protection Organization of Nigeria
Consumers Association of Ghana
Consumers Association of India
Consumers Association of Singapore
Consumers' Forum
Consumers Union of Quebec
Nilton Shinshisa Remei
Consumidores y Usuarios Asociados Uruguay
Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile
Hrvatska Udruga Za Zastitu Potrošaca
Education and Research Association for Consumers
Estonian Consumers Union
European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardization
Consumidores Independientes
Federación de Usuarios y Consumidores Independientes



- Lithuanian National Consumer Federation
Vekstat Lietuvos Vartotojų Federacija
SOS Consummateurs
Réseau Associatif des Consommateurs de l'Énergie
Tüketici Koruma Derneği
Association for the Defence of Consumer Rights and Interests
Fundación Bandere Ecologica
Unión de Consumidores de España
Generazione Attiva
Consumers' Federation of Georgia
Consumers Union of Russia
Consumers Empowerment Organisation of Nigeria
Consumer Awareness Organisation
Asociacija potrošača Srbije
Pokret za zaštitu potrošača Beograd
African Woman and Child Feature Service
Associação de Defesa do Consumidor
Tanzania Consumer Advocacy Society
Zambian Consumer Association
Institute for Consumer Protection
Nacionalna Organizacija Potrošača Srbije
Australian Competition and Consumer Commission
Autoridad de Protección del Consumidor y Defensa de la Competencia
Consumer Affairs Authority, Sri Lanka
Consumer Affairs Victoria
Office of the Consumer Protection Board of Thailand
Instituto de Consumo de Castilla La Mancha
Consumer Rights Protection Centre of Republic of Latvia
Dirección de Consumo y Seguridad Industrial, España
Department of Fair Trading and Consumer Affairs, Fiji
Independent Consumer and Competition Commission, Papua New Guinea
Direcção-Geral do Consumidor, Portugal
Ministry of Commerce, Industry and Labour, Samoa
Ministry of Commerce, Industry and Cooperatives, Kiribati
Ministry of Trade, Industry and Commerce, Saint Lucia
Ministry of Consumer Affairs Division, Trinidad and Tobago
Department of Consumer Affairs, India
Ministry of Industry and International Trade, Zimbabwe
Ministry of Industry, Trade and Labour, Israel
Ministry of Trade and Foreign Economic Co-operation, Republic of Tatarstan
Ministry of Trade and Industry, Cooperatives and Marketing, Lesotho
Department of Trade and Consumer Affairs, Botswana
National Authority for Consumers Protection, Romania
Office of Consumer Protection, South Africa
Office of Consumer Affairs, Industry, Canada
Office of Consumer Protection, Canada
Servicio Nacional del Consumidor, Chile
Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, Dominican Republic
UK Office of Fair Trading
Zambia Competition Commission
Consumer Protection Council, Nigeria
Bureau of Trade Regulation and Consumer Protection
Consumer Affairs Commission, Philippines
Civil Supplies and Consumer Protection Department,
State Government of Tamil Nadu
The Consumer Protection Agency, Egypt
Ukrainian State Committee for Technical Regulation and Consumer Policy
Kulturolévisztasó
Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo

CONSUMERS INTERNATIONAL

50 ANS AU SEIN DU MOUVEMENT MONDIAL DES CONSOMMATEURS

5

CONSUMERS
INTERNATIONAL

1960 - 2010

Athrocconsumo
Verein für Konsumenteninformation
Kultitalai-Konsumentienraja
UF-Que Choisir
American Council on Consumer Interests
Consumer Guidance Society of India
Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios
Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor
Association des Consommateurs du Mali
Test-Achats

Zdrúženje slovenských spotrebiteľov
Association pour la Défense des Consommateurs

Associação Consumatori Urenti
Centro para la Defensa del Consumidor
Consumers Foundation Chinese Taipei
Comité de Defensa de los Derechos del Consumidor
Confederación de Consumidores y Usuarios
Consummation, logement et Cadre de vie
Consumentenbond
Consumer Association of Malawi
Consumer Council of Zimbabwe
Consumer Council of Fiji

Fohtuugerädet
Consumer Education and Research Society
Consumer Federation of America
Consumer Information Network of Kenya
Consumer Unity and Trust Society
Consumers Union of U.S.

Consumers Association of Bangladesh
Consumers Association of Penang
Służba i obrany spóðebiehitu Eeaké republiky
Consumer NZ
Consumers Korea

Organizacia na potrosowacite na Makedonija
Consumidores Argentinos
Cypriot Consumers Association
EKTOZIO
Federation of Consumer Organisations - Tamilnadu and Pondichery
Federation of Malaysian Consumers Associations
Foundation for Consumers
Fundashi pa Konsumentu
Ghaeda Tai-Konsunnari
Guyana Consumers Association
Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
Israel Consumer Council
Interrepublikan Confederation of Consumer Societies
Association des Consommateurs de l'île Maurice

National Consumers Forum
National Consumers' League
Shodharen
National Society for Consumer Protection
Neylendasamitkin
Organisation de Défense du Consommateur
Organizacia de Consumidores y Usuarios
China Consumers' Association
Hong Kong Consumer Council
Föderale Konsumentöv

Selangor and Federal Territory Consumers Association



Federation des Associations de Consommateurs de Côte d'Ivoire
Forum Animal Concerns Trust
Forum Nacional das Entidades Cuis de Defesa do Consumidor
Fundacion Antonio Núñez Jiménez de la Naturaleza y el Hombre
Fundacion del Consumidor y del Usuario
IBON Foundation
Instituto Panameño de Derecho de Consumidores y Usuarios
Kentro Prostatas Karianalaton
Sveriges Konsumenter i Samverkan

Korean National Council of Consumer Organisations
Lembaga Perlindungan Dan Perihalangan Konsumen
Liga por la Defensa del Consumidor de Nicaragua
Liga Uruguaya de Defensa del Consumidor
Ligue pour la Défense du Consommateur au Bénin
MAG Estudios de Consumo
National Federation of Mongolian Consumers' Association
National Consumer Forum
Option Consommateurs
Organización de Consumidores y Usuarios de Chile
Pro-Consumers

National League of Consumers of Kazakhstan
Public Interest Advocate Centre
Regroupement pour la défense des consommateurs du Mali
Asociata pentru Protecția Consumatorilor din Romania
Servicio de Educación y Defensa de los Consumidores
Socio Economic Welfare Action for Women and Children
stiftung Warentesti

Suomen Kuluttajaliitto
Uganda Consumers Protection Association
Unión de Usuarios y Consumidores
Svaaroveri iharuvunperi pashiphanitium
Union National de Consommateurs y Usuarios de la República de Panama
Unione Nazionale Consumatori
Hoi Tieu thuan va Bao ve Ngoin tieu dung Viet Nam
Yemen Society for Consumer Protection
Youth Education Network
Hankko-sodija-yurvanang
Knowledge Ecology International
Bulgarian National Consumer Association
Ethiopian Consumer Protection Associatio
Tiketeri Haklayi Dernegi
Fundacion AMBIO-ALERTIA

Consumers' Union of Tajikistan
Nippon Consumer Voice for Better Standards
Consumers' Association New INCA
Federation of Consumers in Bulgaria
Ornan Association for Consumer Protection
El Poder del Consumidor
Associação para Defesa do Consumidor
Colectivo Ecológico Laísso
Aruba Consumer Solidarity Group
Instituto de Estudios de Derecho del Consumo
Unión de Consumidores de Argentina
Consumer Protection Association of the Gambia
Centra za zastitu potrosaca

Cuddalore District Consumer Protection Organisation
Fogyasztovédelelmi Egyesület
Országos Szórvettség
Croatian Union of Consumer Protection Organisations
CONSENT
The Union '21 Century'

CONSUMERS INTERNATIONAL – NOTRE VISION

« Notre vision est celle d'un monde où tous ont accès à des biens et à des services sains, sûrs et durables, exercent leurs droits individuels en tant que consommateurs et utilisent leur puissance collective dans l'intérêt des consommateurs du monde entier. »

Consumers International

L'HISTOIRE D'UN MOUVEMENT RÉELLEMENT MONDIAL



Consumers International (CI), auparavant connu sous le nom d'International Organisation of Consumers Unions (IOCU), a vu le jour en 1960, fondé par un groupe de cinq organisations de consommateurs issues des États-Unis, de l'Europe de l'Ouest et d'Australie qui s'est lancé dans l'aventure avec optimisme.

Créé au départ comme un centre d'échange mondial d'informations entre les organisations de consommateurs réalisant des tests de produits – organisations dont le nombre ne cessait de croître dans le boom de l'après-guerre – CI a rapidement acquis une impressionnante réputation d'agent pour

le changement sur les sujets de consommation d'actualité.

En dix petites années, nous avons attiré 50 organisations membres. Une décennie plus tard, nous avons obtenu le statut consultatif général auprès de l'ONU – après avoir aidé à mener et à gagner des campagnes essentielles contre des sociétés transnationales sur les questions de l'alimentation infantile et des pesticides.

Notre histoire nous a fait passer des États-Unis et de l'Europe à l'Asie et à l'Amérique latine, à travers l'Europe de l'Est et l'Afrique. Aujourd'hui, nous comptons plus de 225 organisations membres dans 115 pays, et nous continuons notre expansion.

Les priorités et les programmes de CI ont évolué pour refléter une plus grande implication dans des questions allant des services publics, des médicaments et de la sécurité alimentaire à l'environnement, l'endettement et l'accès au crédit, qui affectent les consommateurs partout dans le monde.

Ce qui n'a pas changé, c'est l'engagement de CI à construire un mouvement international puissant visant à accroître la protection des consommateurs et à renforcer leur influence dans le monde entier.

Alors que CI fête son cinquantième anniversaire, nous pouvons être fiers, à juste titre, de notre organisation. Je voudrais vous inviter à partager nos succès et nos ambitions pour l'avenir.

Samuel Ochieng, Président, Consumers International

L'histoire de Consumers International

LA NAISSANCE DES DROITS DES CONSOMMATEURS



Mars 1960 représente une étape importante dans le développement du mouvement mondial des consommateurs. Les délégués représentant des groupes de consommateurs de différentes parties du monde, réunis à La Haye, ont finalisé la création de l'International Organisation of Consumers Unions (IOCU), qui devait devenir Consumers International (CI) par la suite.

Les cinq organisations de consommateurs à but non lucratif qui ont initié cet effort – et dont le soutien ininterrompu est toujours crucial pour le succès de CI aujourd'hui – étaient les suivantes : Consumers Union, États-Unis ; Consumers' Association (Which?), Grande-Bretagne ; Nederlandse Consumentenbond, Pays-Bas ; Union Belge des Consommateurs (Tests Achats), Belgique ; Australian Consumers' Association (Choice), Australie.

Initialement, l'action de l'IOCU consistait à unir ces groupes de consommateurs désireux d'aider les citoyens à prendre des décisions d'achat en

connaissance de cause, alors que commençait le boom de consommation de l'après-guerre ; son rôle s'est rapidement développé, et notre organisation est devenue un support international, offrant aux groupes de consommateurs le pouvoir collectif dont ils manquaient séparément, particulièrement dans la lutte contre les lois favorisant l'industrie.

L'IOCU était résolu à augmenter le nombre de ses adhérents et à aider les groupes nouvellement constitués partout dans le monde, tout en veillant à garantir l'indépendance de ses membres vis-à-vis des milieux d'affaires. Le principe est toujours valable aujourd'hui – les organisations membres doivent intervenir exclusivement dans l'intérêt des consommateurs, être libres de tout lien avec les partis politiques et ne dépendre d'aucune subvention. Elles doivent être à but non lucratif et non commercial.

L'IOCU a rapidement commencé à communiquer grâce aux bulletins d'information des membres et aux conférences bisannuelles, et à évoquer une stratégie de protection des consommateurs plus vaste, et en particulier le besoin d'aborder la question de la pauvreté, de l'accès aux biens et aux services de base, et des défis auxquels font face les consommateurs des pays en voie de développement.

Bien que le nombre de membres continue à augmenter, les ressources demeuraient très faibles. Cependant, en 1968, l'IOCU a adopté de nouveaux statuts, le pouvoir passant des associations fondatrices aux membres votants, et a augmenté les cotisations. Ceci a permis d'accroître les sommes disponibles, et aussi d'offrir la possibilité de participer aux organisations qui ne correspondaient pas au modèle des fondateurs, en particulier celles qui commençaient à émerger dans les pays en voie de développement, où l'éducation des consommateurs et le plaidoyer pour l'accès aux biens et aux services de base constituaient le principal problème.

1960 | 16 membres

Création de l'International Organisation of Consumers Unions (IOCU) à l'hôtel Kurhaus à La Haye, en mars 1960

1962

Le Président des États-Unis John F. Kennedy adresse au Congrès des États-Unis un discours affirmant les droits fondamentaux des consommateurs

Dates clés



« Une nouvelle institution sociale, le mouvement des consommateurs réalisant leurs propres tests, fait son entrée sur la scène internationale. Les consommateurs organisés unissent leurs efforts... pour apporter un peu de vérité sur le marché et plus d'équilibre à l'économie. »

Colston Warne, Président de l'IOCU, 1960-1970

Au début des années 1970, un bureau régional a été créé en Malaisie, le bureau pour l'Asie et le Pacifique. Les membres de son comité consultatif étaient originaires d'Inde, de Singapour, de Malaisie, des Îles Fidji et des Philippines – un groupe d'acteurs très différent des fondateurs de l'IOCU. Cette décision s'est avérée primordiale pour l'histoire du mouvement international des consommateurs.

Une démarche audacieuse et réussie

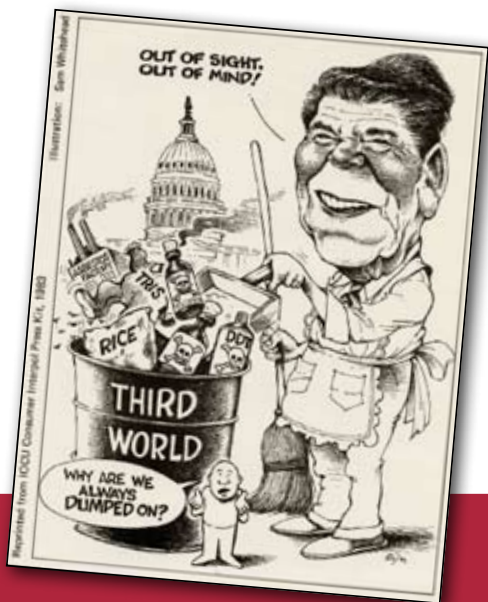
Le modèle du nouveau bureau pour l'Asie et le Pacifique était basé sur la promotion des organisations de consommateurs via l'assistance technique, la formation et l'échange d'informations.

Mais l'homme nommé à sa tête a saisi l'opportunité de créer quelque chose de très différent. Anwar Fazal était un dirigeant dynamique et persuasif, plein d'idées. Au cours de la décennie suivante, il a fait du bureau pour l'Asie et le Pacifique l'épicentre de l'IOCU.

Grâce à une approche entièrement nouvelle, Anwar a cherché à cibler les entreprises transnationales au

moyen de campagnes spécifiques, obtenant l'implication d'associations à la fois dans les pays développés et les pays en voie de développement. Il a amené l'IOCU vers de nouvelles méthodes de campagne et de plaidoyer, en jouant un rôle prépondérant dans la création de réseaux de travail par sujet – comme l'International Baby Food Action Network (IBFAN, Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile), le Pesticide Action Network (PAN, Réseau d'action contre les pesticides) et Health Action International (HAI, Action internationale pour la santé – qui comprenaient des partenaires extérieurs au mouvement des consommateurs.

Le bureau pour l'Asie et le Pacifique a aussi créé Consumer Interpol (L'Interpol des consommateurs), grâce auquel les membres échangent des informations sur des produits interdits dans un pays, mais expédiés ailleurs à des consommateurs non avertis. Ce projet a débouché sur une campagne de lobbying auprès de l'ONU pour l'établissement d'une liste de produits interdits, qui a abouti en 1983, lorsque les Nations Unies ont publié la *Liste des produits interdits, retirés, sévèrement réglementés ou non agréés par les gouvernements (List of Products Banned, Withdrawn, Severely Restricted or Not Approved by Governments)*.



1963

L'IOCU obtient le statut d'observateur auprès de l'Organisation des Nations unies



1968 | 37 membres

Les statuts de l'IOCU sont modifiés pour donner le droit de vote à tous les membres titulaires et introduire une deuxième catégorie de membres, plus flexible



Au même moment, l'IOCU a créé une structure de gestion mondiale, le rôle peu médiatique de Secrétaire exécutif étant remplacé par celui de Directeur général en 1983.

À cette époque, l'Union soviétique s'était déjà effondrée, et l'Europe centrale et de l'Est s'étaient converties à l'économie de marché, augmentant ainsi le besoin d'organisations de consommateurs fortes.

Alors que les années 1990 s'écoulaient, l'IOCU gérait un large éventail de programmes de renforcement de capacité dans le monde entier, et assurait des formations à la fois sur les méthodes – comme la gestion institutionnelle, la recherche et la collecte de fonds – et sur des sujets spécifiques. En 2000, le nombre de membres était passé à plus de 225, issus de 115 pays. Le mouvement des consommateurs était vraiment devenu mondial.

Le plaidoyer a commencé à se concentrer sur les négociations dans le domaine du commerce international, particulièrement sur celles de la toute nouvelle Organisation mondiale du commerce (OMC).

Entre-temps, le mouvement des consommateurs a continué à se renforcer, et le nombre de membres a doublé, pour passer à 150 dans plus de 50 pays au milieu des années 1980.

Ceci était en partie dû aux efforts de renforcement de capacité de l'IOCU, mais aussi à des évolutions importantes au niveau mondial, comme la croissance économique dans certains pays et de nouvelles opportunités pour les associations issues de la société civile dans d'autres.

À la fin des années 1990, l'IOCU avait fait paraître plus de 100 publications depuis sa création, dont *Starting a Consumer Organization: Why? How?* (Démarrer une organisation de consommateurs : Pourquoi ? Comment ? - 1964), *Consumer Testing and Research* (Tests et recherche réalisés par les consommateurs - 1976), *Problem Pesticides, Pesticide Problems* (Des pesticides pour résoudre les problèmes, des problèmes avec les pesticides - 1987) et *A Spoonful of Sugar* (Une cuillère de sucre -1996).

Le besoin d'une voix des consommateurs à travers le monde

L'IOCU a commencé un travail expérimental en Amérique latine et dans les Caraïbes au début des années 1980, en publiant un bulletin d'information latino-américain via son organisation membre à Mexico à partir de 1981, et a finalement ouvert un bureau régional en Uruguay en 1986.



1972 | 54 membres

1974 | 66 membres

Le premier bureau régional de l'IOCU ouvre à Singapour. Déménagement à Penang, Malaisie, l'année suivante



Membres de CI en campagne contre une promotion de médicaments contraire à l'éthique à Sydney, Australie

L'IOCU a également intensifié ses actions en direction de l'International Organization for Standardization (ISO, Organisation internationale de normalisation) et de la Commission du codex alimentarius (normes alimentaires), alors que les normes internationales devenaient la référence pour les différends au sujet des obstacles artificiels au commerce.

Ces évolutions de la gouvernance mondiale ont rendu de plus en plus difficile l'adoption par les pays de normes nationales différentes de celles faisant

l'objet d'un accord international, augmentant donc le besoin de la représentation des consommateurs au niveau mondial.

D'autres sujets ont émergé des questions relatives au commerce, y compris l'impact des brevets et de la protection des droits d'auteur sur l'accès des consommateurs aux médicaments contre le SIDA et autres médicaments essentiels. Il était clair qu'un mouvement international puissant, ainsi que l'avait montré l'IOCU, était plus que jamais nécessaire.

« Nous devons créer un nouveau paradigme de développement et de bonheur qui puisse générer une paix selon trois dimensions – la paix avec nous-mêmes, la paix avec les autres et la paix avec la Terre mère. De petites gens accomplissant de petites choses dans des petits endroits partout dans le monde peuvent changer ce monde. »

Anwar Fazal, Président de l'IOCU, 1978-1984

L'IOCU devient Consumers International

Vers la fin des années 1990, une organisation très différente de l'originale était en place, évolution marquée par le changement de nom de l'IOCU, qui devient Consumers International (CI) en 1995.

Faire campagne et augmenter le nombre de membres était maintenant une priorité particulière en Europe centrale et de l'Est ainsi qu'en Afrique. En Europe, CI a d'abord aidé à la création d'une présence durable des consommateurs, en partant pratiquement de rien dans des pays s'efforçant de passer à la démocratie et à l'économie de marché, et de préparer les demandes d'adhésion à l'Union européenne. CI

1975 | 95 membres

1977

L'IOCU obtient le statut consultatif général auprès de l'ONU, le plus haut niveau d'implication pour une ONG

1978 | 105 membres

1979

L'IOCU coordonne la création de l'International Baby Food Action Network (IBFAN, Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile)





Alors que CI travaillait sur ces questions au cours des années 2000, son éventail de cibles et de techniques de campagne s'est développé. L'implication primordiale auprès des sociétés transnationales s'est intensifiée, en parallèle avec une exigence de responsabilisation et de responsabilité des entreprises. Les campagnes se sont axées sur la commercialisation trompeuse de produits pharmaceutiques et la promotion de la malbouffe auprès des enfants. De nouvelles techniques de communication, comme les groupes de discussion par e-mail, les sites internet dédiés à un projet spécifique et les films de campagne, ont été utilisées pour sensibiliser le public et s'impliquer auprès des membres.

Aujourd'hui, les principes fondateurs du mouvement alimentent et inspirent encore les personnes et les organisations membres de CI. Les centres d'intérêt se sont élargis pour aborder la lutte contre la pauvreté, la responsabilité des entreprises, les services, la consommation durable et le changement climatique ainsi que les conseils sur les produits de consommation. Alors que nous regardons vers les cinquante prochaines années, notre engagement en matière de campagne, de plaidoyer et d'implication continue à croître.

compte maintenant 32 membres dans des pays de l'Europe de l'Est et de l'ex-URSS.

L'implication mondiale s'est illustrée de différentes manières à mesure de l'expansion de CI. De nombreuses publications (y compris les rapports annuels) sont apparues en trois langues – l'anglais, le français et l'espagnol. Des congrès internationaux, qui se tiennent maintenant tous les trois ou quatre ans, ont eu lieu pour la première fois en Amérique latine (Chili, 1997) et en Afrique (Afrique du Sud, 2000). Et les présidents successifs de CI, à partir de 1991, sont venus successivement d'Indonésie, de Hong Kong, d'Australie, du Brésil et du Kenya.

La participation des membres au travail effectué par CI était entretenue à la fois par la variété des programmes et par le niveau élevé d'implication dans la formulation de la politique.

D'autres questions de consommation sont devenues des priorités – par exemple, l'accès aux services publics et leur gestion, la réglementation des OGM (organismes génétiquement modifiés) et la protection des droits des consommateurs à l'ère numérique.



Congrès mondial de CI, 2007

1981

L'IOCU coordonne la création du Pesticide Action Network (PAN, Réseau d'action sur les pesticides) » L'Organisation mondiale de la santé (OMS) adopte le Code international pour la commercialisation des substituts du lait maternel

1983

La première Journée mondiale des droits des consommateurs a lieu le 15 mars » Les Nations unies publient la première Liste des produits interdits et dangereux

1983

L'IOCU lance Consumer Interpol (L'Interpol des consommateurs), un service international de mise en garde contre les produits dangereux, et commence sa campagne pour une meilleure information sur les produits interdits » L'IOCU coordonne la création de Health Action International (HAI, Action internationale pour la santé) » **Des membres dans 50 pays**

Journée mondiale des droits des consommateurs

La Journée mondiale des droits des consommateurs a lieu le 15 mars de chaque année, depuis 1983. Cette date a été proposée pour saluer le discours historique que John F. Kennedy, président des États-Unis, a adressé au Congrès vingt ans plus tôt. Le Président Kennedy a été le premier dirigeant du monde à aborder la question des droits des consommateurs, en prononçant une allocution qui continue à inspirer les actions de CI aujourd'hui.



Au Congrès des États-Unis:

Nous sommes tous, par définition, des consommateurs. Ils constituent le groupe économique le plus important, qui touche et est touché par presque toutes les décisions économiques publiques et privées. Les deux tiers des dépenses dans l'économie sont faites par les consommateurs. Pourtant, ils sont le seul groupe important dans l'économie qui n'est pas organisé efficacement et dont, souvent, les avis ne sont pas entendus.

Le Président Kennedy a alors énoncé quatre droits des consommateurs:

1 Le droit à la sécurité – être protégé contre les produits, procédés de production et services dangereux pour la vie ou la santé.

2 Le droit à l'information – obtenir les informations nécessaires pour faire un choix en connaissance de cause, et être protégé contre les publicités et étiquetages malhonnêtes ou mensongers.

3 Le droit de choisir – avoir accès à une variété de produits et de services à des prix compétitifs, avec l'assurance d'une qualité satisfaisante.

4 Le droit d'être entendu – être assuré que les intérêts du consommateur seront représentés dans l'élaboration et la mise en œuvre des politiques gouvernementales, ainsi que dans le développement des produits et services.

CI a, par la suite, complété cette liste en ajoutant quatre autres droits :

5 Le droit à la satisfaction des besoins essentiels

– avoir accès aux biens et services essentiels de base : nourriture, vêtements, logement, soins de santé, éducation, services publics, eau et assainissement.

6 Le droit à la réparation – obtenir un règlement équitable des plaintes justifiées, y compris une compensation pour information fautive ou trompeuse, biens défectueux ou services insatisfaisants.

7 Le droit à l'éducation du consommateur – acquérir le savoir et les compétences nécessaires pour choisir les biens et services en confiance et en connaissance de cause, tout en étant conscient des droits fondamentaux et des responsabilités du consommateur et de la manière d'agir sur ceux-ci.

8 Le droit à un environnement sain – vivre et travailler dans un environnement qui ne menace pas le bien-être des générations présentes et futures.

Cet ensemble de huit droits des consommateurs guide maintenant les actions de campagne et de politique de CI et des organisations de consommateurs du monde entier.

1985 | 135 membres

La Charte mondiale des droits des consommateurs – un modèle pour les mesures nationales de protection du consommateur – est adoptée par les Nations unies après 10 ans de campagne de IOCU » L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) adopte le premier Code International sur les pesticides

1986

Le bureau d'Amérique latine de l'IOCU ouvre en Uruguay. Il déménagera au Chili cinq ans plus tard

1987 | 151 membres

1988

L'IOCU publie une loi-type de protection du consommateur en Amérique latine et des lois de référence de protection du consommateur en Asie

1989 | 171 membres

COMMENT CI A MENÉ LE MOUVEMENT DES CONSOMMATEURS

1 Faire campagne

CI a été le pionnier d'une nouvelle méthode de campagne pour les ONG, en utilisant des techniques emblématiques pour mobiliser des groupes disparates autour d'un sujet particulier, dans un but particulier – ciblant des figures influentes au sein des gouvernements et au cœur de l'industrie, pour amener un changement dont le besoin se faisait tellement sentir. Ces tactiques ont permis à CI d'être reconnu comme l'un des principaux meneurs de campagne de la communauté internationale des ONG.

Ces méthodes ont donné des résultats. Ainsi, le document du mouvement des consommateurs qui a depuis fait école au niveau international – La Charte mondiale des droits des consommateurs – a été adopté par les Nations unies en 1985, après 10 ans de campagne de CI. Cet événement a donné une importante légitimité aux principes des droits des consommateurs et offert un soutien pratique au développement des législations nationales en matière de protection du consommateur. De nombreux pays ont adopté des lois basées sur ce modèle.

La création des trois réseaux mondiaux, l'IBFAN, HAI et le PAN, a représenté les premiers partenariats à long terme avec des groupes extérieurs à CI, et des exemples primordiaux de cette activité pionnière de campagne. Ils ont contribué à fusionner l'expertise et l'énergie de nombreux groupes en une voix unique, vigoureuse et compétente dans la lutte pour l'établissement de normes minimales acceptables pour la protection des consommateurs dans le monde entier.

IBFAN

« Ce sont les biberons, pas les balles, qui causent la mort d'un million de bébés chaque année. »

En 1979, l'IOCU et d'autres groupes de citoyens ont formé l'International Baby Food Action Network (IBFAN, Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile) pour éradiquer la mort et la maladie touchant des millions de bébés dans les pays en voie de développement et causées par la consommation de biberons de lait infantile.

Après une intense campagne menée par l'IBFAN, comprenant l'organisation de boycotts par les consommateurs de Nestlé et de ses semblables, dont les agissements subtils, mais efficaces discréditaient l'allaitement maternel, l'Assemblée mondiale de la santé de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a adopté le Code international pour la commercialisation des substituts du lait maternel – le premier code de ce type conçu pour contrôler les méthodes de commercialisation abusives et généralisées de l'industrie de l'alimentation infantile.

1992 | 177 membres



1993

Le siège de l'IOCU quitte La Haye pour Londres

1994

Le bureau de l'IOCU pour l'Afrique ouvre au Zimbabwe

1995 | 208 membres

L'IOCU change de nom et devient Consumers International (CI) • CI publie une loi-type de protection du consommateur pour l'Afrique

PAN

L'épandage incontrôlé et le mauvais usage de pesticides mortels a conduit l'IOCU à cofonder le Pesticide Action Network (PAN, Réseau d'action contre les pesticides) en 1982. Unissant plus de 300 organisations dans quelque 50 pays, le PAN a fait campagne contre les pesticides toxiques et les méthodes de commercialisation contraires à l'éthique, tout en faisant la promotion de contrôles efficaces et, partout où cela était possible, d'alternatives sûres.

Malgré une forte opposition des sociétés exportatrices de pesticides, le PAN a réussi à empêcher l'exportation de pesticides interdits ou réglementés, importés à l'insu et sans le consentement des gouvernements des pays importateurs.

HAI

CI a cofondé Health Action International (HAI, Action internationale pour la santé) en 1981. Réseau informel d'environ 120 groupements de consommateurs et d'intérêt public, HAI s'est engagé dans une campagne mondiale pour l'utilisation sûre, rationnelle et économique de produits pharmaceutiques. Lors de la 41e Assemblée mondiale de la santé en 1987, HAI a organisé une grande campagne pour faire pression sur les délégués, les exhortant à mettre en place des contrôles plus stricts sur les publicités de l'industrie pharmaceutique.

Les exportations de médicaments des États membres de la CEE (Communauté économique européenne) ont été étudiées par HAI Europe, car de nombreux médicaments étaient expédiés vers des pays en voie de développement après avoir été interdits à la vente en Europe. Les membres de HAI ont organisé une campagne contre cette norme à deux poids et deux mesures potentiellement dangereuse et ont reçu un large soutien de la part de presque tous les groupes politiques du Parlement européen.



1997

La Charte mondiale des droits des consommateurs de l'ONU s'étend au droit à la consommation durable sous la pression de CI ▶ **Des membres dans 100 pays**

1998

CI coordonne la création du Transatlantic Consumer Dialogue (TACD, Dialogue transatlantique des consommateurs), un forum destiné à fournir des recommandations aux gouvernements des pays de l'Union européenne et des États-Unis sur le commerce, la sécurité des produits, les services financiers, internet et les questions de propriété intellectuelle

2 Représentation

Une part essentielle des actions de l'IOCU, puis de CI, a été la représentation des intérêts des consommateurs auprès de l'ONU ainsi qu'ailleurs. Une représentation formelle a donné à l'organisation une voix influente sur des sujets et des décisions d'importance mondiale.

Par exemple, au début des années 2000, il a été découvert que certains aliments OGM (organismes génétiquement modifiés) contenaient des toxines et des allergènes et qu'ils différaient sur le plan nutritionnel des versions non modifiées. La représentation de CI aux réunions d'élaboration des normes alimentaires (de la Commission du codex alimentarius) a permis l'adoption d'une solide norme internationale pour l'évaluation de la sûreté des OGM, qui est devenue aujourd'hui la norme de référence pour les agences nationales de sécurité alimentaire.

Les représentants de CI sollicitent actuellement la création d'un code de l'OMS pour la commercialisation de la malbouffe destinée aux enfants, de façon à proposer des repères pour évaluer la façon dont les fabricants font la promotion d'une alimentation malsaine auprès des enfants.

Et depuis 1999, les bureaux de Londres de CI abritent le Transatlantic Consumer Dialogue, (TACD, Dialogue transatlantique des consommateurs), un forum permettant à toutes les grandes organisations de consommateurs de l'Union européenne et des États-Unis de conseiller les principaux officiels de leur gouvernement sur les normes de sécurité des produits, les questions financières, la réglementation et autres sujets clé de consommation.

3 Construire le mouvement des consommateurs

Depuis le tout début, CI a été le socle du mouvement des consommateurs, aidant le lancement des organisations à partir de rien et leur donnant les outils pour s'épanouir seuls.

CI a fourni son aide dans tous les domaines, du renforcement de capacité et du soutien des campagnes au travail en réseau et à la formation. Un de ses programmes agréés en la matière est le Rhoda Karpatkin Advocate Programme, une bourse en faveur des activités consuméristes.

Le Rhoda Karpatkin Advocate Programme a été créé en 2001 après le départ à la retraite de celle qui lui a donné son nom, dans le but de développer les compétences et l'expérience en matière d'actions de campagne et de lobbying de la prochaine génération des dirigeants des organisations membres de CI dans les pays en voie de développement.

Rhoda, qui a été présidente de Consumers Union (CU) de 1974 à 2001 et présidente de CI de 1984 à 1991, s'était investie dans la construction d'organisations de consommateurs dans les pays en voie de développement et dans la mobilisation des groupes de consommateurs dans la lutte pour leurs droits et la justice sociale. Le programme, financé par CU, a pour but de soutenir l'objectif stratégique de CI de « construire des organisations de consommateurs dans le monde entier, capables de faire campagne efficacement pour les consommateurs au niveau national et via CI au niveau mondial ».

«...Consumers International et l'ISO, Organisation internationale de normalisation, ont intensifié leur collaboration pour identifier les domaines dans lesquels des normes internationales pouvaient être utiles et pour augmenter la prise en compte de l'intérêt des consommateurs dans leur développement... La pertinence mondiale des normes ISO et leur utilité pour les consommateurs ne peuvent que profiter de cette collaboration avec CI et son réseau d'associations nationales de consommateurs.»

Alan Bryden, Secrétaire général de l'ISO, 2003-2008

2000 | 225 membres

2004

CI fait campagne avec succès auprès de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) pour que débutent les travaux d'élaboration d'une norme sur la responsabilité sociale des entreprises. CI obtient pour la première fois l'accord de l'ISO sur le fait que les consommateurs doivent être un groupe d'acteurs distinct dans le cadre de la prise de décision de l'ISO » Des membres dans 115 pays/countries

Une relation particulière avec les Nations unies

Le 10 avril 1963, le Conseil économique et social des Nations unies a accordé à CI (IOCU à l'époque) le statut consultatif. Cela signifiait que CI devenait le principal groupe représentant les problèmes pratiques auxquels les consommateurs étaient confrontés dans le monde entier.

Cette relation a également permis à CI d'apporter sa contribution aux travaux des principales agences des Nations unies chargées de notre santé, de la nourriture que nous mangeons ainsi que des droits de l'homme et des travailleurs.

CI a obtenu le droit de s'exprimer aux côtés des nations membres lors des débats de l'assemblée annuelle de l'OMS et des réunions de la Commission du codex alimentarius (agence de normalisation alimentaire de l'ONU) – où nous étions souvent la seule voix défendant les droits des consommateurs.

La pression exercée par CI à l'ONU pendant les années 1980 a permis la prise d'un certain nombre de mesures importantes.

Parmi celles-ci se trouvent notamment le Code international de conduite pour la distribution et l'utilisation des pesticides de la FAO (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture), le Code international pour la commercialisation des substituts du lait maternel réalisé conjointement par l'OMS et l'UNICEF, la Charte mondiale des droits des consommateurs de l'ONU, la Liste des produits interdits ou sévèrement réglementés de l'ONU, et les Critères éthiques applicables à la promotion des médicaments de l'OMS.

Aujourd'hui, nous continuons à faire pression pour que l'OMS adopte un code international pour la commercialisation des produits alimentaires destinés aux enfants.



2007

CI publie sa Charte sur l'accès durable à l'énergie

2009

CI est nommé ONG partenaire officielle de la Commission de l'ONU sur le Développement durable (UNCSD)

2008

CI est nommé au Conseil consultatif de l'ONU sur la consommation durable en tant que représentant de la communauté internationale des ONG » CI publie ses recommandations pour un Code international sur la commercialisation des produits alimentaires auprès des enfants

Les dirigeants

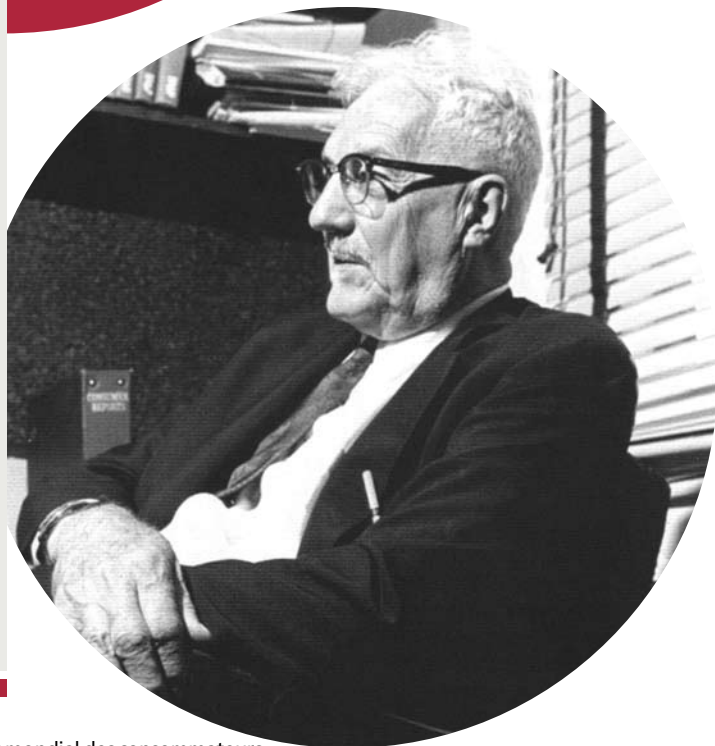
qui ont façonné
Consumers International

Peter Goldman

Directeur de l'association britannique Consumers' Association (aujourd'hui Which?) de 1964 à 1987. A joué un rôle essentiel au sein de l'IOCU jusqu'à son décès en 1987. L'un des principaux architectes de la transformation de l'IOCU d'un club d'éditeurs spécialisés en une organisation internationale. Élu président de l'IOCU en 1970, fonction qu'il a occupée jusqu'en 1975. Le bureau pour l'Asie et le Pacifique fut créé sous son mandat, avec l'aide de Which? (et de Consumers Union). Nommé directeur général de l'IOCU en 1987 à la fin de sa présidence de CA, il est décédé alors qu'il entrait dans ses nouvelles fonctions.

Colston Warne

Un visionnaire du mouvement des consommateurs pendant plus de 50 ans, couvrant une grande partie du XXe siècle. Professeur d'économie à l'Amherst College aux États-Unis, l'un des fondateurs de Consumers Union (CU) en 1936 et président de son conseil d'administration jusqu'à son départ à la retraite en 1980. Supporteur dynamique du développement des associations de consommateurs dans les autres pays depuis les années 1950. L'un des signataires fondateurs de l'IOCU en 1960 et son président pendant les dix premières années. Outre sa vision personnelle, son dynamisme et son enthousiasme, il a apporté une aide financière et technique importante, essentielle au début des activités de l'IOCU.



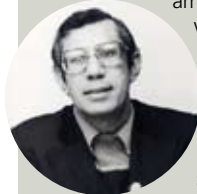
Rhoda Karpatkin

Est devenue présidente de Consumers Union en 1974, après en avoir été la conseillère juridique. A occupé ce poste jusqu'à son départ à la retraite en 2001. Membre du Comité exécutif de l'IOCU durant toute cette période et présidente de 1984 à 1991. Partisan déterminé de l'extension du mouvement des consommateurs dans les pays en voie de développement – la création du bureau pour l'Amérique latine, le travail préalable à la création du bureau pour l'Afrique et le travail d'approche en Europe centrale et de l'Est ont eu lieu sous sa présidence. L'un des fondateurs et des fermes partisans du Transatlantic Consumer Dialogue (Dialogue transatlantique des consommateurs), dans lequel elle est encore impliquée. A exercé une grande influence sur la préservation de l'organisation intellectuelle et sur l'expansion pratique du mouvement international des consommateurs pendant plus de trois décennies.



Anwar Fazal

L'un des principaux fondateurs de la Consumers Association of Penang (CAP, Association de consommateurs de Penang) Malaisie, en 1969, avant de devenir en 1974 le directeur du premier bureau régional de l'IOCU, le bureau pour l'Asie et le Pacifique. A créé des programmes abordant pour la première fois les problèmes importants rencontrés par les consommateurs dans les pays en voie de développement ; a amélioré la



visibilité de l'IOCU, grâce à sa vision globale ainsi qu'à ses dons d'orateur et pour le lobbying ; a donné un rôle prépondérant à l'IOCU au sein de la communauté internationale des ONG en créant des réseaux de travail collectif pour des campagnes spécifiques ; a collecté pour la première fois des fonds pour soutenir ces réseaux et la croissance des activités de l'IOCU. Président élu de l'IOCU de 1978 à 1984, a eu un rôle essentiel au sein de l'organisation durant cette période. Sans doute la figure la plus influente de l'histoire de l'IOCU, il a créé une organisation éclatante et innovante pour cette époque et posé les fondations pour une action rassemblant des membres dans le monde entier dans les années 1990.



Marilena Lazzarini

La première présidente originaire d'Amérique latine dans l'histoire de CI, élue en 2003. Une avocate infatigable auprès des tribunaux brésiliens pour le respect des lois relatives à la culture et à l'étiquetage des plantes OGM. Sa campagne a été essentielle pour les efforts entrepris par la suite dans le monde entier pour donner au consommateur la possibilité de choisir en connaissance de cause et pour une gestion sûre des biotechnologies. Elle a été, en 1987, l'un des membres fondateurs du premier groupe de consommateurs de grande envergure du Brésil, l'Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Institut brésilien pour la défense des consommateurs), et a été sa coordonnatrice exécutive de 1996 à 2003. De 2003 à 2007, elle a été présidente de CI, et a mené pendant son mandat une transition vers une organisation plus dynamique et emblématique, reconnue pour ses campagnes.

L'AVENIR

Constance. Persévérance. Courage. Endurance.



Ces mots, souvent utilisés au sujet des coureurs de marathon, résument à la fois l'héritage de Consumers International (CI) et notre serment pour le futur.

Tous ceux qui ont travaillé infatigablement sur des questions de consommation savent que c'est presque toujours un test d'endurance. Les victoires ne se gagnent pas du jour au lendemain, et ne se remportent pas non plus sur un seul champ de bataille.

Depuis 50 ans, CI a mené bataille dans les couloirs des parlements et des grandes entreprises, ainsi que dans les halls des organisations internationales et les rues de nos villes.

CI a jeté dans ces batailles les forces combinées de plus de 225 organisations dans plus de 115 pays à ce jour – et la sagesse issue de décennies d'expérience collective de lobbying, de campagnes et de mobilisation pour le changement.

Le résultat, c'est que CI a réussi à réduire l'exposition des consommateurs à des risques tels que les médicaments dangereux, les produits peu sûrs et inadaptés, les pratiques trompeuses du marché, et bien d'autres encore.

Et qu'en est-il des cinquante prochaines années ? En tant que membres de CI, nous nous engageons à nous battre aussi fort et aussi longtemps qu'il le faudra pour garantir les droits fondamentaux des consommateurs, aussi bien pour les individus que pour les familles, où qu'ils vivent.

Nous nous engageons aussi à garantir la pérennité de la représentation des consommateurs et de leur impact sur le marché au niveau local et mondial.

Il existe encore des risques pour la qualité de vie, comme le prouve le dur fait que trop de gens dans le monde n'ont pas accès à des choses essentielles

comme l'eau, l'électricité, les soins de santé, ni à une nourriture saine, à des services financiers de base et à un marché équitable et sûr.

Dans les pays développés aussi, trop de consommateurs sont victimes des abus du marché, du manque d'information pour choisir en connaissance de cause, des obstacles à l'exercice effectif de leurs droits, et de l'indifférence, ou pire, de la part d'une partie des grandes entreprises et des décideurs politiques.

Nous sommes concernés, tous et partout dans le monde, par le risque important pour la santé de notre planète si nous échouons à mettre en place un mode de consommation durable. Nous consommons non seulement des biens et des services, mais aussi des ressources précieuses. Avec des droits et des responsabilités en tant que citoyens et consommateurs, nous sommes conscients de l'équilibre crucial entre obtenir un traitement équitable des consommateurs et traiter équitablement notre planète.

Enfin, des millions de consommateurs dans le monde entier, dans les pays développés comme en voie de développement, n'ont pas le pouvoir de demander – et d'obtenir – justice pour les questions de consommation. Nous nous devons de les aider.

Le mouvement international des consommateurs ne dispose pas de l'argent des activités d'intérêt particulier à but lucratif, cependant, nous compensons cette différence par le pouvoir des personnes. Et la diversité de nos membres nous rend plus forts.

CI, dans les années à venir, sera le catalyseur pour la construction d'un mouvement international des consommateurs encore plus puissant, unissant des voix souvent disparates en une formidable voix pour le changement.

Tous ceux d'entre nous qui font partie de CI aujourd'hui, et tous ceux qui nous ont précédés, ont aidé les organisations membres à se battre pour leurs droits – et leurs responsabilités – de consommateur dans leur propre pays et sur la scène internationale.

Nous continuerons, avec une détermination inébranlable, à porter le flambeau qui nous a été transmis par nos précédents dirigeants. Avec constance, persévérance et le courage de faire ce qui est juste, nous continuerons à faire avancer, et durer, le bien-être des consommateurs du monde entier.

**James Guest, Vice-président,
Consumers International**



LES PRÉSIDENTS DE IOCU/CI

- 1960 – 1970 **Colston Warne** | Consumers Union, États-Unis
- 1970 – 1975 **Peter Goldman** | Consumers' Association, Grande-Bretagne
- 1975 – 1978 **Wily van Rijckeghem** | Association des Consommateurs, Belgique
- 1978 – 1984 **Anwar Fazal** | Consumers Association of Penang, Malaisie
- 1984 – 1991 **Rhoda Karpatkin** | Consumers Union, États-Unis
- 1991 – 1997 **Erna Witoelar** | Yayasan Lembaga Konsumen, Indonésie
- 1997 – 2000 **Pamela Chan** | Hong Kong Consumer Council, Chine
- 2000 – 2003 **Louise Sylvan** | Australian Consumers' Association, Australie
- 2003 – 2007 **Marilena Lazzarini** | Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Brésil
- 2007 – aujourd'hui **Samuel Ochieng** | Consumer Information Network, Kenya

Remerciements

Outre les nombreuses personnes mentionnées dans ce livret, des centaines, si ce n'est des milliers d'autres, ont donné leur temps, leur aide et leur inestimable énergie à Consumers International au cours des 50 dernières années. Nos remerciements et notre gratitude vont à tous ceux qui ont permis à CI d'atteindre son 50e anniversaire.

Nos remerciements s'adressent aussi à Julian Edwards, ancien directeur général de CI, pour son aide dans la réalisation de ce livret.

Qui sommes-nous ?

Avec plus de 225 organisations membres dans 115 pays, Consumers International (CI) représente la seule voix indépendante faisant campagne pour les consommateurs dans le monde entier. Ensemble, nous construisons un mouvement international puissant visant à accroître la protection des consommateurs et à renforcer leur influence dans le monde entier.

Consumers International est une société à responsabilité limitée par garantie et à but non lucratif établie au Royaume-Uni (n° 4337865) et une organisation caritative reconnue d'utilité publique (n° 1122155).

Pour plus d'information, visitez notre site
www.consumersinternational.org

©Consumers International
24 Highbury Crescent, London N5 1RX, Grande-Bretagne
e-mail : consint@consint.org
www.consumersinternational.org

