



# CONSUMERS INTERNATIONAL

MISE À JOUR SUR LA  
STRATÉGIE POUR LES  
MEMBRES



**CONSUMERS  
INTERNATIONAL**

TRAVAILLONS ENSEMBLE  
POUR LE CHANGEMENT

Nous avons révisé notre stratégie de façon à apporter autant que possible à nos membres.

De nombreux aspects vous sont familiers : nos efforts de représentation et d'influence à l'échelle mondiale, la création de liens entre vous et les autres membres, et nos projets sur la protection du consommateur.

En parallèle, nous allons travailler avec un réseau élargi de parties prenantes afin de nous attaquer aux défis et opportunités clés du numérique auxquels le consommateur est confronté. Les informations, solutions et actions qui en découleront garantiront que nous pourrons jouer un rôle important pour provoquer un changement positif en faveur des consommateurs dans le monde entier et bénéficieront à nos membres.

Lisez la suite pour en savoir plus et faites-nous part de vos priorités numériques.





## FAIRE LA DIFFÉRENCE DANS UN MONDE INTERCONNECTÉ

La stratégie de Consumers International a été révisée. Pour ce faire, nous avons écouté nos membres et experts mondiaux, nous avons travaillé avec notre Directoire et interrogé notre Conseil. Le monde a changé, il est devenu plus numérique, interconnecté et évolue à un rythme de plus en plus rapide. Il nous faut donc nous adapter nous aussi afin de rester pertinents.

Notre vision – un monde où chacun aura accès à des produits et services sûrs et durables – ne change pas. Notre stratégie admet désormais qu'il est nécessaire d'adopter une nouvelle approche de la protection et de l'émancipation du consommateur pour suivre le rythme du changement.

### **EN COMMENÇANT PAR LES ENJEUX NUMÉRIQUES**

Notre souhait est que les consommateurs puissent tirer le meilleur parti de l'économie et de la société numérique sans avoir à faire de compromis sur la qualité, l'attention et l'équité.

Le numérique est l'un des principaux enjeux auxquels les consommateurs sont confrontés à l'heure actuelle, et c'est donc sur ce sujet que nous allons nous concentrer en premier lieu.

# EN QUOI METTRE L'ACCENT SUR LE NUMÉRIQUE SERT-IL VOS CONSOMMATEURS?

Le numérique est rapidement en train de devenir la méthode par défaut pour travailler et accéder à des services importants tels que les transports, les loisirs ou le secteur bancaire. Une société numérique plus forte peut accroître la couverture des services publics, apporter de nouvelles solutions aux problèmes sociaux et améliorer les services existants. Les problématiques de la protection des données, de la vie privée et de la sécurité de ces services sont essentielles pour la confiance des consommateurs envers ce monde numérique. Sans une telle confiance, les consommateurs ne pourraient pas profiter des bénéfices, opportunités et avancées économiques que le numérique peut leur apporter.

Les enjeux de protection et l'émancipation des consommateurs numériques ne se limitent pas aux pays à hauts revenus. La moitié de la population mondiale n'a pas encore accès au net, même si ce pourcentage se réduit rapidement. Ne pas pouvoir se connecter ou ne disposer que d'une connexion limitée peut avoir un impact majeur sur l'implication en tant que consommateur et citoyen dans la société, en particulier pour les nouvelles générations. Non seulement les innovations numériques ont le potentiel de sortir les gens de la pauvreté, mais elles peuvent également contribuer à un avenir plus durable et à la réalisation des objectifs tels que ceux de développement durable de l'ONU.

Nous voulons vous aider à émanciper les consommateurs que vous protégez en replaçant leur voix au cœur de l'évolution numérique. Les entreprises, les gouvernements et la société civile seront ainsi plus réactifs à l'émergence des défis et opportunités auxquels les consommateurs sont confrontés.

Vous bénéficierez ainsi d'un soutien quelle que soit la problématique de protection des consommateurs sur laquelle vous travaillez.

**Pour en savoir plus, consultez l'annexe 1.**



**BIEN QUE NOTRE PRIORITÉ SERA LE NUMÉRIQUE, NOUS ALLONS ÉGALEMENT MAINTENIR NOTRE REPRÉSENTATION ET NOTRE INFLUENCE AINSI QUE LE SOUTIEN QUE NOUS APPORTONS À NOS MEMBRES, ET DÉVELOPPER NOTRE EXPERTISE DANS D'AUTRES SECTEURS DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR TELS QUE L'ALIMENTATION, LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS VIA DES PROJETS FINANCÉS EN EXTERNE.**





## POUR Y PARVENIR



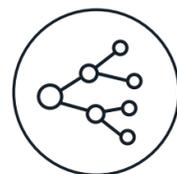
### RELATIONS ET PARTAGES ENTRE LES MEMBRES

Nous allons aider nos membres à se relier les uns aux autres et nous appuyer sur cette expérience collective pour partager idées et informations, et coopérer sur des problématiques liées aux consommateurs diverses et variées. Ensemble, nous pouvons orienter l'évolution du marché mondial sur une échelle qu'il est impossible d'atteindre à un simple niveau national. Le cas échéant, nous aiderons les membres à relier leurs campagnes à vocations transfrontalières et internationales, et qui sont susceptibles de concerner et intéresser les autres membres. Nous continuerons à coordonner la Journée mondiale des droits des consommateurs.



### UN RÉSEAU PLUS LARGE : BÂTIR NOTRE FORUM

Aucune entité isolée ne peut relever seule ce défi qu'est devenu notre monde numérique et interconnecté. Nous allons bâtir un réseau plus large, qui rassemblera nos membres et un forum de parties prenantes mondiales. Les participants au forum se réuniront pour s'attaquer à des défis ou des opportunités spécifiques pour le consommateur. Il comprendra des représentants des gouvernements, de la société civile, des entreprises ainsi que des donateurs.



### RASSEMBLER, REPRÉSENTER ET INFLUENCER

Nous rassemblerons ce réseau afin de nous attaquer aux défis et opportunités essentielles pour le consommateur, pour améliorer notre compréhension et permettre l'élaboration plus rapide de meilleures solutions. Les solutions ainsi développées seront alors amplifiées par notre capacité de diffusion, notre leadership dans le processus de réflexion et notre influence directe au plus haut niveau.



### PLUS DE PROJETS

Nous continuerons de mener des projets financés par des sources externes sur divers sujets liés au consommateur, capitalisant sur notre influence et notre expertise et en renforçant celles-ci. En plus du numérique, ces thèmes continueront d'inclure l'alimentation, la consommation durable et la sécurité des produits.

## QUOI DE NEUF?

Bien que vous soyez déjà familiers avec une bonne partie de notre stratégie, ce réseau élargi et la manière dont nous allons travailler avec constituent une approche inédite.

Nous sommes convaincus que nous aurons ainsi un impact plus important et affecteront plus rapidement le changement en mettant en contact les bonnes personnes, au bon moment, sur le bon thème. Ou autrement dit, en rassemblant.

En travaillant avec nos membres, nous avons accumulé six décennies d'expérience à faciliter des collaborations fructueuses à l'échelle mondiale. Nous resterons une voix influente auprès des forums internationaux tels que l'ONU, le G20, l'OCDE et l'Organisation internationale de normalisation (ISO). Il nous faut à présent agir à travers un réseau élargi, en nous efforçant d'atteindre des acteurs différents pour un impact maximal dans l'ensemble de la sphère numérique. C'est ainsi que nous pourrons apporter plus rapidement des solutions.

En bâtissant notre forum de représentants des gouvernements, des entreprises, de la société civile et des donateurs, nous aurons davantage d'occasions d'influer directement sur les parties prenantes les plus importantes et d'améliorer notre compréhension collective de leurs points de vue.

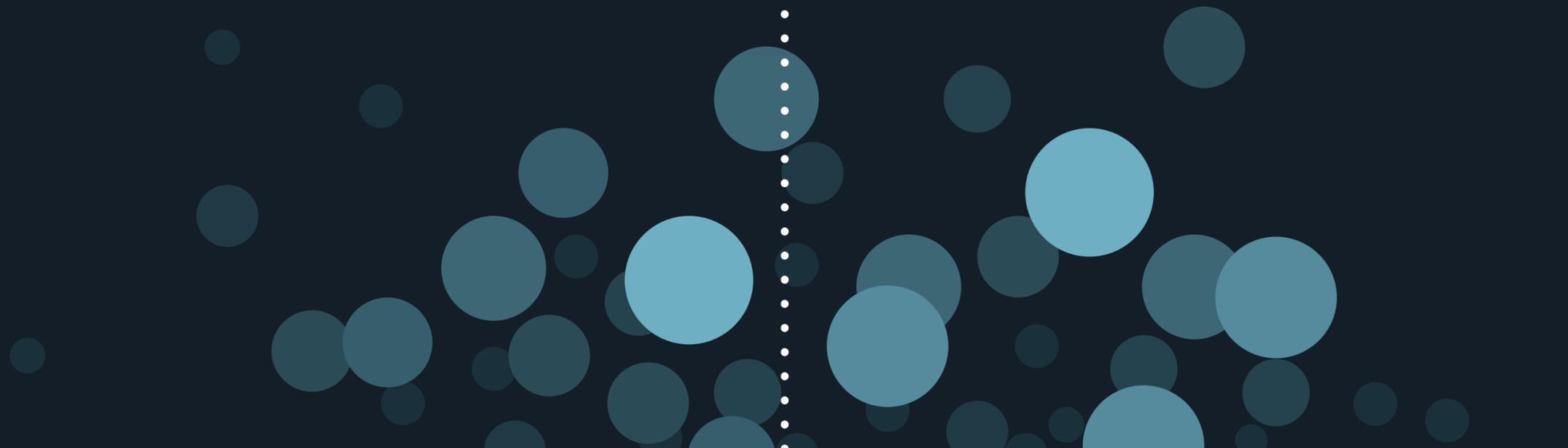
Nous serons alors en mesure d'utiliser cette compréhension dans les forums d'élaboration des politiques internationales afin d'affermir notre voix. Nos membres s'engagent de plus en plus auprès de parties prenantes plus diversifiées afin de s'attaquer aux problématiques affectant le consommateur au niveau national. En tant qu'organisation internationale, nous estimons que le meilleur moyen de soutenir nos membres est de faire de même à l'échelle mondiale.





## COMMENT LE FORUM VA-T-IL FONCTIONNER ?

Aucune entité isolée ne peut relever seule ce défi qu'est devenu notre monde numérique et interconnecté. Nous allons bâtir un réseau plus large, qui rassemblera nos membres et un forum de parties prenantes mondiales. Les participants au forum se réuniront pour s'attaquer à des défis ou des opportunités spécifiques pour le consommateur. Il comprendra des représentants des gouvernements, de la société civile, des entreprises ainsi que des donateurs.

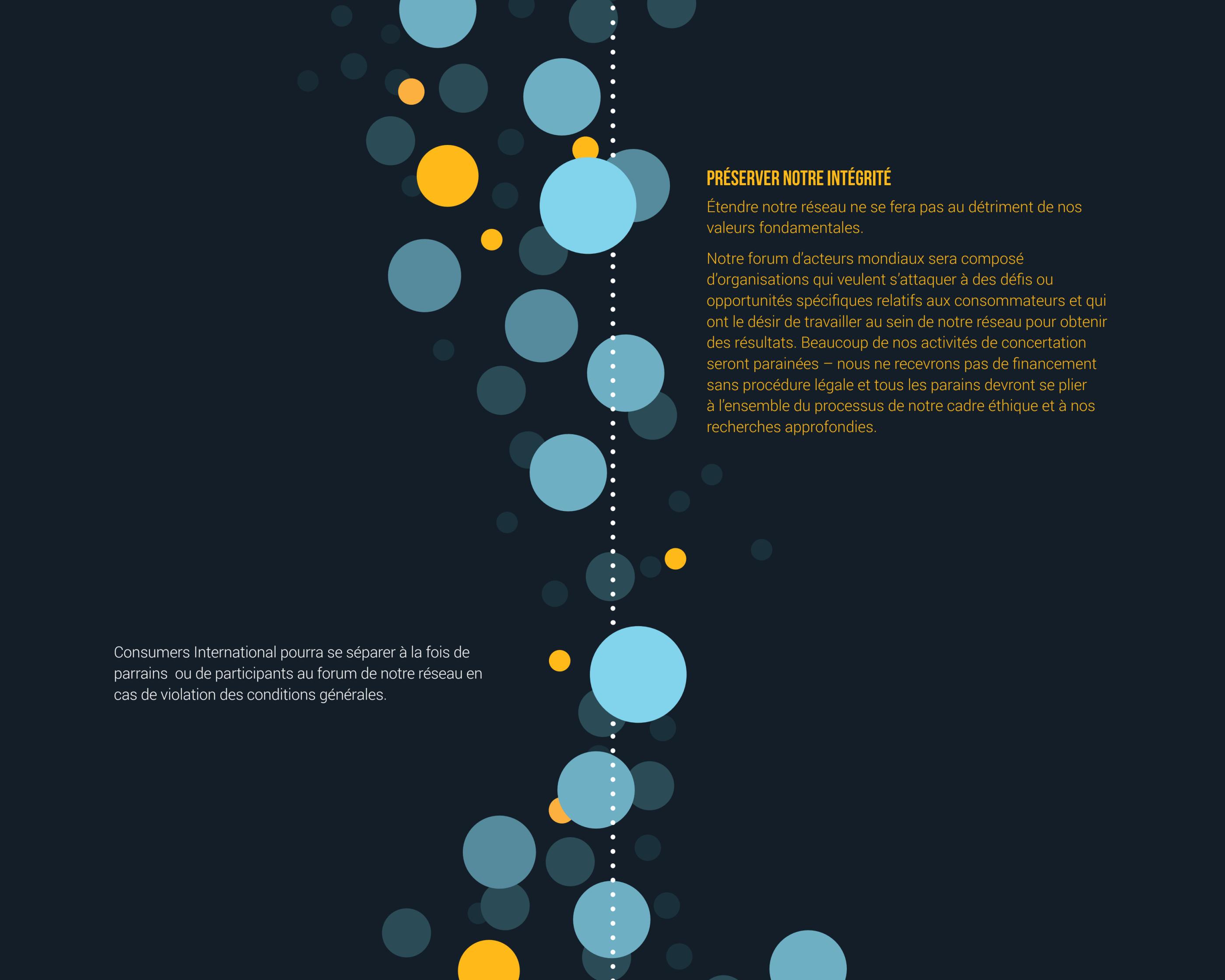




Le forum sera distinct de nos membres, avec ses propres opportunités de communication et de réseaux. Les participants au forum ne sont pas des membres de Consumers International et ne disposent d'aucun droit de vote.

Notre réseau tout comme d'autres auront l'occasion de parrainer les activités de rassemblement sur les questions numériques. Ces parrains verseront une contribution pour une activité unique ou pour une série d'activités en partenariat avec Consumers International.

Les participants au forum tout comme les parrains devront répondre strictement à nos principes directeurs et critères éthiques, qui ont été élaborés à partir des meilleures pratiques des ONG avec les apports et recommandations du Directoire et du Conseil de Consumers International.



Consumers International pourra se séparer à la fois de parrains ou de participants au forum de notre réseau en cas de violation des conditions générales.

## **PRÉSERVER NOTRE INTÉGRITÉ**

Étendre notre réseau ne se fera pas au détriment de nos valeurs fondamentales.

Notre forum d'acteurs mondiaux sera composé d'organisations qui veulent s'attaquer à des défis ou opportunités spécifiques relatifs aux consommateurs et qui ont le désir de travailler au sein de notre réseau pour obtenir des résultats. Beaucoup de nos activités de concertation seront parainées – nous ne recevrons pas de financement sans procédure légale et tous les parains devront se plier à l'ensemble du processus de notre cadre éthique et à nos recherches approfondies.

Pour mettre en place notre réseau, nous allons « rassembler » des participants. Un rassemblement peut être un événement unique ou plus vraisemblablement, une série d'événements comportant des rencontres de petite taille et des tables rondes, réparties sur une période de 6 à 18 mois. Chacune devrait s'appuyer sur des recherches, une expertise du sujet, des rapports et la diffusion d'informations.

**MEMBRES DE  
CONSUMERS  
INTERNATIONAL**

**PARTICIPANTS  
SÉLECTIONNÉS AU  
FORUM**

## **SE RASSEMBLER**

**POUR S'ATTAQUER À UN DÉFI OU UNE OPPORTUNITÉ  
SPÉCIFIQUE POUR LE CONSOMMATEUR EN DÉVELOPPANT**



**L'INNOVATION**



**LA PRÉVOYANCE**



**L'INFLUENCE**

Nos rassemblements ne seront que le début de l'histoire.  
Il existe un énorme potentiel de valeur qui va continuer d'être généré  
après le processus de rassemblement.

Le cas échéant, nous ferons pression pour qu'une solution développée à l'aide de nos rassemblements soit adoptée, grâce à nos moyens de diffusion habituelle, notre leadership dans le processus de réflexion et des mécanismes d'influence directe.

Dans certains cas, rassembler des membres et des participants au forum mondial pour répondre à une problématique de protection du consommateur et partager des idées suffira pour initier le changement. Si nos membres et les participants du forum ne parviennent pas à apporter directement un changement, nous pouvons utiliser divers outils pour partager nos perspectives et nos propositions.

Nous diffuserons nos idées par l'intermédiaire de nos plates-formes de communication et des réseaux sociaux, ainsi qu'en établissant des relations avec les médias.

Nous allons maintenir nos relations avec les organisations clés telles que l'ONU, l'OCDE, le G20 et l'ISO afin d'influencer directement l'élaboration des politiques à l'échelle mondiale.

Nous positionnerons notre organisation et nos membres comme des leaders d'opinion et élèverons les résultats de nos rassemblements au rang d'événements majeurs pour le consommateur et l'industrie numérique à l'échelle internationale.

Nous rechercherons les lieux où nous pourrions influencer les décisions au niveau mondial. Nous influencerons, engagerons et inspirerons un changement réel pour les consommateurs tout autour du globe.

**Pour toute question  
concernant la stratégie  
mise à jour, veuillez  
adresser un e-mail à  
members@consint.org**

## **QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES?**

Nous sommes convaincus que cette nouvelle orientation, qui a été développée grâce au soutien du Directoire et des membres du Conseil, va générer une organisation plus durable et à l'impact plus important avec le potentiel de continuer à évoluer et se développer.

Notre capacité à orienter le changement sur le marché mondial et les forums d'élaboration des politiques internationales va ainsi être renforcée. Cette nouvelle orientation va apporter davantage à nos membres et à notre réseau, et va également créer une organisation de pointe avec qui les gens souhaiteront travailler.

Nous nous retrouverons dans la meilleure position possible pour soutenir nos membres et les consommateurs à l'avenir. Elle permettra à Consumers International, de devenir une organisation aux sources de revenus plus diverses, ce qui nous permettra de fonctionner de façon efficace pour les années à venir.

**Nous joignons une [brève enquête sur les questions](#) spécifiques au numérique, qui nous aidera à saisir les défis et opportunités qui y sont liées dans votre contexte ainsi qu'à appuyer les orientations futures de nos activités.**

**Nous vous serions reconnaissants si vous pouviez y répondre avant le 15 mars 2018.**

# ANNEXE 1



## SERVICES FINANCIERS

Le numérique transforme le secteur bancaire. Des innovations telles que le paiement mobile, les prêts entre particuliers, les microprêts, les transferts sans frais et les produits d'assurance sont tous accessibles depuis des appareils mobiles.

Cependant, pour bénéficier de ces services, non seulement tout le monde doit pouvoir accéder à Internet indépendamment de son revenu ou de son groupe social, mais ces produits et services doivent également être sûrs, sécurisés et privés.

## ALIMENTATION

Il y a bien des manières d'exploiter la compréhension du monde numérique pour encourager de meilleures pratiques en matière d'alimentation pour les consommateurs. Le marketing à destination des enfants pour des produits alimentaires mauvais pour la santé se fait de plus en plus par l'intermédiaire des réseaux sociaux, ou par le biais d'applications alimentaires ciblées.

Non seulement cette forme de publicité est envahissante, mais elle exploite également les données des enfants de façons qui ne sont pas complètement comprises. Le fait pour des sociétés mondiales telles qu'Amazon et Alibaba d'investir de plus en plus dans des magasins physiques, avec l'impact significatif sur les chaînes d'approvisionnement et la concurrence que cela implique, est une autre problématique.

Cela pourrait également affecter les données personnelles et la vie privée, voire conduire à une politique de tarification individualisée, et affecter les informations alimentaires que les consommateurs reçoivent ainsi que la qualité des aliments livrés.



# SÉCURITÉ DES PRODUITS

Les produits connectés peuvent s'imposer à nous dans nos vies quotidiennes d'une façon particulièrement intrusive. Ces produits sont toujours allumés, toujours connectés, toujours à l'écoute et se basent sur les données du consommateur pour fonctionner. Le comportement du consommateur va donc être de plus en plus entrelacé avec le produit.

La sécurité des produits, à l'ère numérique, va donc devoir dépasser la nature physique du produit, pour traiter des sujets tels que la protection et la sécurité des données ainsi que le contrôle de la vie privée.

La sécurité des produits connectés et numériques affectera également ceux qui ne le sont pas, comme les systèmes tels que le transport, l'électricité ou l'eau qui dépendent de plus en plus du numérique pour fonctionner. Mais la question ne concerne pas seulement les produits numériques: elle concerne également les solutions numériques. Les avis en ligne, les applications de notation et les sites de comparaison peuvent apporter aux consommateurs un meilleur contrôle sur leurs achats.



# DURABILITÉ

Le numérique peut être un facteur clé pour l'émergence de sociétés plus durables. Les applications et les plates-formes peuvent encourager les initiatives d'économie partagée (dans lesquels des propriétaires louent quelque chose qu'ils n'utilisent pas à un inconnu, comme une voiture, une maison ou un vélo).

Ces mesures permettent de réduire l'utilisation des ressources et de rassembler les gens. Les sites Internet et les applications peuvent apporter des informations aux consommateurs et les aider à s'émanciper et à faire des choix plus durables en matière de produits et de modes de vie. Les produits connectés de l'Internet des Objets peuvent contribuer à l'efficacité énergétique, par exemple par le biais d'une application intelligente qui baisse votre chauffage lorsque vous n'êtes pas chez vous. En émancipant le consommateur sur les questions numériques, nous pouvons débloquent des avantages en termes de développement durable.

Apporter une réponse à des problèmes essentiels pour le consommateur tels que l'obsolescence programmée (c'est-à-dire le fait pour un appareil d'être conçu pour cesser de fonctionner prématurément) est bénéfique non seulement pour le portefeuille du client mais également pour l'environnement, en optimisant l'utilisation des ressources et en réduisant les déchets électroniques.

Consumers International rassemble plus de 200 organisations membres dans plus de 100 pays afin de renforcer et de promouvoir les droits des consommateurs où ils se trouvent.

Nous sommes leurs voix dans les forums internationaux décisionnaires et sur le marché mondial pour faire en sorte que le consommateur soit traité de façon sûre, juste et honnête.

Consumers International est une organisation caritative (N°1122155) et une société à responsabilité limitée par garantie à but non lucratif (N° 04337865) immatriculée en Angleterre et au Pays de Galles.

[consumersinternational.org](http://consumersinternational.org)

[TWITTER@consumers\\_int](https://twitter.com/consumers_int)

[FACEBOOK/consumersinternational](https://facebook.com/consumersinternational)

