



# Touraine

TOURS

AMBOISE

CHINON

LOCHES

TOURS NORD

**Publication de l'association Que Choisir 37**

**Numéro 41 - juin 2024**

## Bientôt les vacances !

Pour celles et ceux qui ont la chance de pouvoir en profiter.

Elles sont proches et, afin de vous aider à les préparer mais aussi à réagir en cas de litiges, vous trouverez dans cette parution les bonnes pratiques pour voyager, trouver un hébergement et repérer les pièges à éviter.

Le numéro 41 du bulletin "Que Choisir Touraine" est à nouveau l'occasion de dénoncer, encore et encore, des abus et des pratiques douteuses. Nous devons rester vigilants face aux nouvelles stratégies mises en place par certains grands groupes de l'agro-alimentaire et des géants de la vente sur internet. "**L'ultra fast-fashion, la shrinkflation, la cheapflation**", ces anglicismes désignent des méthodes de marketing pour tromper les consommateurs tout en optimisant les profits des distributeurs.

Exiger moins de pesticides dans nos fraises, déjouer pièges et arnaques, repérer les supercherries et les contre-vérités qui se glissent dans les propositions

attractives, en magasin et sur le Web ou par téléphone, etc. Voilà une partie de nos actions.

Nous voulons aussi vous parler de nous, les bénévoles. Pour mener à bien tous les projets d'information, de sensibilisation et autres, nous avons besoin de renfort.

C'est pourquoi L'UFC-Que Choisir a lancé au niveau national une campagne de publicité pour recruter de nouveaux bénévoles. Les photos des affiches sont réalisées avec de vrais bénévoles.



C'est aussi l'occasion de rendre hommage à ceux qui s'investissent et sans qui les combats et les victoires de l'association ne seraient pas possibles.

Nous ne vous demandons pas de vous faire photographe mais seulement de prendre quelques heures par mois pour participer, chacun à son niveau, à la réussite de nos valeurs. Il ne faut jamais oublier que chacun de nous possède un savoir-faire et des compétences et que le bénévolat c'est aussi des moments de partage et de convivialité.

**Alors n'attendez pas la rentrée pour nous contacter.**

## SOMMAIRE

1	Edito	5	Les collections vendues au numéro	9	Campagne de recrutement de bénévoles
2	Des pesticides dans nos assiettes	6	Vive les vacances	10	Les litiges en 2023
3	L'ultra fast fashion	7	Les droits dans les voyages aériens	11	Chiffres des appels reçus
4	Shrinkflation et cheapflation	8-9	Compte rendu de l'assemblée générale		



UFC-Que Choisir - <https://indreetloire.ufcquechoisir.fr>

L'association de consommateurs de référence

## Des pesticides dans nos assiettes

Classé cancérigène par le Centre international de recherche sur le cancer en 2015 et épinglé par l'INSERM pour son impact sanitaire désastreux, le glyphosate revient sur le devant de la scène<sup>1</sup> aux côtés des autres PFAS -prononcez pifasse- qui dissimulent plusieurs milliers de substances chimiques.

### Quels sont-ils ?

Les PFAS sont des composants artificiels, synthétisés par l'homme à partir d'hydrocarbures. Composés à base d'atomes de carbone et de fluor résistants, ils se dégradent très lentement, se diffusent dans l'eau, les sols, l'air, les fonds océaniques, les régions arctiques et contaminent les organismes vivants dont l'être humain. Ces substances actives sont utilisées dans l'Union européenne. 37 pesticides contenant des PFAS sont autorisés dans l'UE dont 30 en France.

### À quoi servent-ils ?

Depuis 1950, les PFAS sont utilisés dans de nombreux produits du quotidien : cuirs et textiles imperméables, emballages alimentaires, poêles et casseroles en téflon, semelles de fer à repasser, certains implants médicaux, mousse anti-incendie, peintures, fils dentaires, cordes de guitare, produits cosmétiques, ménagers et pesticides entre autres.

### Et dans notre alimentation ?

Une étude basée sur des données de surveillance officielles des États membres de l'Europe, menée de 2017 à 2021, a montré que 48 % des fruits et légumes que nous consommons sont importés (hors pommes de terre et bananes) ainsi que 74 % des légumes surgelés et 43 % des légumes en conserves. Une autre étude, menée de 2019 à 2021, démontre que la proportion de fruits et légumes contenant des résidus de pesticides a presque triplé au cours de la décennie, soit 220 % d'augmentation pour les fruits et 247 % pour les légumes de l'Union européenne avec un record pour les abricots + 333 %, les pêches + 362 % et les fraises + 534 %. Fraises et raisins de table cultivés en UE comportaient quatre pesticides PFAS différents.

### Les PFAS sont-ils partout ?

Les pesticides épanchés sur les cultures céréalières ou la pomme de terre (TFA et PBT)<sup>2</sup> contaminent les eaux souterraines. Ils se retrouvent également dans l'environnement via les rejets industriels et domes-



tiques et les lieux de grands feux (usines, forêts) contre lesquels ont été utilisées des mousses anti-incendie. Plus de 17 000 sites ont été identifiés contaminés à des niveaux inquiétants dont plus de 2 100 à "des niveaux jugés dangereux pour la santé"<sup>3</sup>.

### Pesticides et santé

La contamination se fait par ingestion (l'eau, les aliments), par inhalation ou application cutanée. Certains PFAS sont toxiques pour le foie et le rein. Ils sont soupçonnés d'être cancérigènes, neurotoxiques et perturbateurs endocriniens, ils favoriseraient l'obésité et le diabète de type 2.

### Quelles mesures ?

Les rejets aqueux industriels ne sont inspectés que depuis 2024 et les contrôles dans l'eau potable ne seront systématiques en principe qu'en 2026. Concernant l'alimentation, un label nommé provisoirement "origine info" devrait être mis en place pour connaître l'origine des produits.

### Des conseils

Mangez des fruits et légumes de saison et si possible évitez les produits alimentaires emballés, consultez la liste des ingrédients et fuyez ceux qui contiennent des pesticides, PFAS en particulier. Ils sont interdits dans les produits cosmétiques labellisés Cosmébio.

**"La terre nous a créés, pourquoi la détruire ?"**  
disait Louise Bodin

<sup>1</sup> Un retour basé sur des études des fabricants et non sur des bases scientifiques.

<sup>2</sup> TFA - Acide trifluoroacétique très persistant, qui a un potentiel de migration  
PBT - Polytéraphthalate de butylène (plastique)

<sup>3</sup> Enquête Le Monde dans le cadre du Forever Pollution Project



# L'ultra fast fashion le nouveau fléau

Depuis les années 90, nous étions habitués à la "fast fashion" (mode rapide), caractérisée par une production rapide de vêtements peu chers avec 36 collections de vêtements par an contre 4 pour les marques de vêtements classiques.

Depuis peu, une nouvelle forme de consommation de masse a envahi le secteur de la mode : "l'ultra fast fashion". Celle-ci a pour but de sortir des collections de vêtements de manière encore plus rapide et moins chère que la fast fashion. Dans ce système, on passe de 3 ou 4 collections par mois à 3 à 4 par semaine. Cette tendance est aujourd'hui représentée principalement par des sites de vente en ligne comme Shein, Alibaba, Primark, Boohoo ou Temu. Cet engouement pour l'ultra fast fashion est notamment dû à la publicité sur les réseaux sociaux ou même sur Internet en général. Elle vise prioritairement les plus jeunes d'entre nous, qui sont à la fois plus vulnérables et disposent de peu de moyens pour se payer des vêtements. Cette envie d'acheter sera d'autant plus stimulée par les différentes techniques commerciales utilisées par les entreprises d'ultra fast fashion : promotions effectuées toute l'année, mise en ligne de centaines de nouveaux vêtements chaque jour, recours à des influenceuses et influenceurs...

## Un nouveau fléau

Mais qui dit production plus rapide et moins chère dit catastrophe sociale, humaine et environnementale.

Premièrement, cette industrie cache un immense impact social et humain. Le faible prix demandé aux consommateurs derrière leur ordinateur est en quelque sorte "payé" en amont par des employés qui travaillent souvent plus que le temps de travail légal (plus de 12 heures par jour) sans percevoir le salaire mérité.

En plus de cette maltraitance salariale, l'ultra fast fashion a un impact environnemental néfaste. On sait déjà que l'industrie textile est une des plus polluantes qui soit. Elle est responsable d'environ 10 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre, elle est la troisième consomma-



trice d'eau au niveau mondial et l'une des premières responsables de la pollution des sols du fait de l'usage de produits chimiques (1,5 à 6,9 kg de produits chimiques pour produire 1 kg de vêtements). Produite essentiellement et rapidement dans des pays d'Asie, il faut aussi prendre en compte l'impact environnemental du transport de ces vêtements (par avion ou par bateau) pour arriver sur les marchés occidentaux.

De plus, étant donné leur prix, la qualité de ces vêtements n'est évidemment pas au rendez-vous ; ils sont donc souvent jetés rapidement pour laisser place à d'autres vêtements plus à la mode. Cette surconsommation polluée là encore en générant des déchets à partir d'objets à durée de vie très courte par rapport aux ressources utilisées.

## Acheter mieux et moins

Mais l'industrie de l'ultra fast fashion n'est pas une fatalité. Il ne s'agit pas ici de blâmer les personnes ayant déjà acheté sur ce type de site, il s'agit uniquement d'informer et surtout d'avertir et de prévenir des conséquences de tels achats.

Alors avant tout achat, faites d'abord le tour de votre garde-robe. Ensuite, posez-vous quelques questions-clés : ai-je vraiment besoin de cet achat ? Cet achat est-il vraiment utile ? Quelle est l'origine de ce produit ? Qui a fabriqué ce vêtement ? Dans quelles conditions de travail ? Lisez les étiquettes afin de connaître la provenance de vos produits et leur composition.

Il est possible aussi de se procurer des vêtements de seconde main à un moindre coût et de manière locale, notamment grâce aux différentes friperies, magasins spécialisés en seconde main, ou encore grâce à des applications telles que Vinted ou Le Bon Coin. Se procurer des vêtements neufs n'est pas toujours une obligation et la seconde main est aussi avantageuse pour le porte-monnaie que pour la planète !



## Shrinkflation et cheapflation ou comment faire payer plus cher au consommateur

Ces anglicismes barbares recouvrent une même réalité : comment nous faire payer plus cher notre alimentation ou nos produits ménagers, à notre insu ?

Le plus simple consiste à mettre moins d'aliments dans un paquet, tout en conservant le même prix (ce qui revient à augmenter le prix au kilo) : c'est le *downsizing* ou *shrinkflation* –certains utilisent le néologisme "réduflation"– largement évoqué dans les médias ces temps-ci. La *cheapflation* consiste quant à elle à remplacer des ingrédients par des substituts de moindre qualité, donc moins coûteux, tout en maintenant là aussi le prix du produit.

Ces deux pratiques sont contestables et dénoncées par l'UFC-Que Choisir mais elles sont légales si le consommateur est informé en magasin des quantités du produit concerné et, surtout, du nouveau prix de vente au litre ou au kilo.

### Du côté des industriels

Une nouvelle version plus qualitative ou plus éthique d'un produit (amélioration de la recette, de l'efficacité ou de l'emballage) justifierait une hausse du prix au kilo. Mais les industriels y sont réticents : augmenter les tarifs risque de faire fuir les consommateurs, surtout dans le contexte actuel d'inflation. Mieux vaut maintenir le prix affiché et escamoter quelques grammes de produit dans un emballage inchangé ou changer la recette pour des ingrédients moins chers.

La nuance est parfois subtile, avec une légère modification des proportions des ingrédients, à l'instar d'une célèbre marque de barres glacées : la part de lait parmi les ingrédients est passée à 17 % contre 15 % auparavant. En parallèle, les barres s'allègent de 2 g. Pour d'autres produits, c'est un emballage amélioré qui justifie la discrète réduction de la quantité de produit, par exemple un emballage recyclé à 100 % ou une formule plus concentrée...

### A l'insu du consommateur

Le problème réel est en fait la prise de conscience que le consommateur aura, ou pas, de l'évolution des quantités du produit qu'il a l'habitude d'acheter. Comment s'apercevoir que votre paquet de pâtes qui faisait 500 g n'en fait plus que 450, que votre bouteille de soda est passée de 1,5 à 1,25 l, donc une baisse de 17 % de la quantité mais qui fait augmenter le prix au litre de 19 % et que votre paquet de gâteaux apéro est passé de 250 à 230 g, soit une diminution de 8 % et une augmentation au kilo de 33 %.

De même, quel consommateur pourrait vérifier que la liste des ingrédients de son produit a évolué et que certains ingrédients plus nobles ont été remplacés par des ingrédients de moins bonne qualité ?

L'arrêté "shrinkflation" du 16 avril 2024, publié le 4 mai au Journal officiel, rend "obligatoire l'information des consommateurs" pour des produits "qui ont subi une modification de poids ou de volume à la baisse entraînant une hausse de prix à l'unité de mesure", à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2024. Riposte immédiate des industriels : on remplace un produit d'une gamme par un autre avec un nouveau packaging et un nouveau code barre, comme cette nouvelle boîte de céréales au chocolat pour enfants plus étroite qui passe de 430 g à 375 g (-13 %) pour une hausse du prix au kilo de 37 %. Pas de changement de recette ni d'ingrédients mais un nouveau produit avec un nouveau code barre et ce nouveau produit n'est, du coup, pas concerné par cet arrêté.

En conclusion, ces pratiques sont particulièrement insidieuses parce que diminuer la taille, le poids ou changer la recette, c'est évidemment moins voyant qu'une hausse des prix. Alors un conseil pour ne pas tomber dans ce piège : vérifiez toujours les prix au kilo ou au litre, y compris pour les promotions !

# Les collections vendues au numéro chez les marchands de journaux

Régulièrement et plusieurs fois dans l'année, des éditeurs de collections par numéro comme ATLAS, ALTAYA, HACHETTE proposent de souscrire un abonnement pour des séries de livres, de construire des maquettes (motos ou voitures) ou encore de collectionner des figurines sous forme d'offres découvertes avec un premier numéro à petit prix et des cadeaux.

Attention : quel sera au total le prix pour lequel on s'engage ? Et pour quelle durée (certaines collections ont duré trois ans) ?



Pour nous convaincre de prendre un abonnement, ces éditeurs mettent en avant des offres découvertes ; le

prix des premiers numéros est très bas pour être attractif et nous pousse à nous engager.

En général, la qualité est au rendez-vous, la plupart des forums montrent que les collectionneurs sont satisfaits mais, là où le bât blesse, c'est le coût final de la collection.

## Comment l'acheteur peut-il savoir s'il a la capacité financière ?

On rappelle le fonctionnement : au départ, une offre de lancement avec un premier numéro entre 1 et 2 €. Le deuxième numéro est proposé à un tarif légèrement supérieur et le plus souvent le n° 3 ou le n° 4 est offert. A partir du 4<sup>e</sup> ou du 5<sup>e</sup> numéro, les prix changent et augmentent. Il est donc difficile voire impos-



sible de calculer le prix total de la collection sans savoir combien de numéros contient la collection, le prix des numéros une fois l'offre de lancement terminée ainsi que les frais de port en cas d'abonnement et éventuellement les frais annexes.

## Quel est le coût réel de ces collections ?

Cela dépend bien sûr de la collection. En 2022, le réseau anti-arnaques, association partenaire de l'UFC-Que Choisir, a fait



le calcul pour la collection Playmobil Altaya Aventures de l'Histoire avec le premier numéro à 1,99 € puis le deuxième à 4,99 €, les livrets restants à 8,99 € sans oublier les frais de port de 0,80 € par numéro. La collection est revenue à 674,30 € en tout.

S'il est vrai que lorsque l'on est passionné on ne compte pas, cela peut quand même valoir la peine de se renseigner au préalable !

Il est possible de trouver ces informations sur le site internet de l'éditeur mais aucune n'est mentionnée sur l'emballage des numéros ni chez le marchand de journaux. C'est dommage !



# Vive les vacances !



**P**artez l'esprit tranquille et revenez enchanté mais, pour cela, faites attention à quelques détails qui pourraient vous gâcher la vie.

## Attention aux arnaques !

Tout d'abord méfiez-vous des annonces trop alléchantes, elles peuvent cacher une réalité moins idyllique : piscine minuscule et non privative, vue mer... mais à 2 km, terrasse ensoleillée de 2 m x 2 m avec vue sur les toits et donnant sur l'avenue principale, appartement situé au premier étage juste au-dessus d'un bar fermant à 4 h tous les matins.

Attention également aux fausses annonces sur internet. Elles vous feront rêver mais ne sont le fait que de loueurs-escrocs qui ont copié-collé une vraie annonce avec une fausse adresse. Ils se feront un grand plaisir de vous soutirer votre argent facilement et sans grand risque pour eux.

Vérifiez que ce bien existe réellement avec des outils comme Google Earth ou Street View, accessibles pour toute la planète. Prenez des précautions, un petit clic vaut mieux qu'une grande claque...

Téléphonez au propriétaire en personne afin d'avoir des informations sur le logement, l'environnement, la situation... Le linge est-il fourni ? Le ménage est-il à votre charge ?

N'hésitez pas à vérifier, une fois la location réservée, que le logement n'est plus disponible, en faisant téléphoner un ami qui voudrait le réserver à la même période ou en allant sur le site concerné. Si ce bien est encore disponible, alors danger.

## Faites un dossier complet

Demandez systématiquement un contrat de location comprenant le descriptif détaillé du logement, des équipements, des prestations, ainsi que le prix du loyer, des charges éventuelles, taxes de séjour, etc. Il

doit également comprendre la durée de location avec les jours et heures d'arrivée et de départ, le montant de la caution et le détail, avec les dates, des sommes à verser, réservation et solde. Les conditions d'annulation, s'il y en a, doivent être inscrites dans le contrat. On peut en trouver avec remboursement total des sommes versées jusqu'à un mois avant la date d'arrivée et ensuite avec des sommes dégressives allant jusqu'à une semaine, c'est pratique en cas de coup dur de dernière minute. Ce dossier peut être utile en cas de litige ultérieur.

## Assurez-vous

Vérifiez que vous bénéficiez de la garantie villégiature dans votre contrat assurance habitation afin de couvrir d'éventuelles dégradations dont vous seriez responsable, assurance que le propriétaire est en droit de vous réclamer.

## En arrivant et en repartant

Etre vigilant est une sécurité non négligeable. Il est prudent de : dresser l'état des lieux, relever les compteurs d'eau, d'électricité, de gaz. Un inventaire sommaire de la vaisselle, des meubles, des défauts sur les murs et les sols peut être utile lors de la récupération de votre dépôt de garantie. Ce même inventaire est à refaire lors de votre départ et, si tout le monde est d'accord, vous permettra de rentrer chez vous sereinement.



**Bonnes vacances**

# Voyages aériens : des droits à connaître

**A** l'heure où les vacances approchent, certains partiront sans doute en avion. Voici trois cas concrets (et vécus) de problèmes qui peuvent vous arriver.

## Surbooking (surréservation)

Vous allez embarquer à bord d'un avion quand on vous annonce que, faute de places suffisantes, vous devrez attendre un autre vol. C'est ce qu'on appelle du surbooking : la compagnie aérienne vend plus de places qu'il n'y en a dans l'avion, en tablant sur le fait que certains passagers ne se présenteront pas.

**Ce que dit la loi.** La pratique est, hélas, légale. Dans ce cas, la compagnie doit rechercher des passagers volontaires pour différer leur départ, en échange de prestations à définir entre le passager et le transporteur.

Si vous n'êtes pas volontaire ou si les conditions proposées ne vous satisfont pas, la législation européenne vous garantit une assistance et une indemnisation financière, à certaines conditions. Si on vous refuse l'embarquement pour cause de surbooking, vous pouvez attendre un autre vol ou annuler purement et simplement votre vol :

- ◆ Si vous décidez d'attendre : la compagnie doit vous proposer un autre vol vers la même destination aux mêmes conditions et sans supplément. Elle doit aussi vous fournir gratuitement rafraichissements et restauration pendant l'attente et vous garantir un hébergement et le transport entre l'aéroport et le lieu d'hébergement s'il n'y a pas de possibilité de prendre un autre vol le jour même.
- ◆ Si vous annulez votre vol : la compagnie doit vous rembourser intégralement dans un délai de sept jours, sans que vous fassiez de démarche.

**Conclusion.** Si la compagnie ne respecte pas ses obligations, déposez une réclamation auprès de son service clientèle. En l'absence de réponse ou en cas de réponse insatisfaisante, vous pouvez vous adresser à un organisme de règlement extrajudiciaire des litiges ou à une association de défense des consommateurs.

## Augmentation de dernière minute

Vous réservez un voyage à forfait (vols et hébergement) et, trois jours avant le départ, on vous annonce que le vol retour est annulé et donc que vous pourrez en prendre un autre moyennant supplément.

**Ce que dit la loi.** La loi prévoit bien une possibilité d'augmentation mais de façon très encadrée (article 211-12 du Code du tourisme) seulement pour certains motifs, à savoir l'augmentation des coûts des transports, taxes ou taux de change ; mais aussi à certaines conditions : une majoration du prix n'est possible que si l'organisateur ou le détaillant la notifie de manière claire et compréhensible au voyageur, en assortissant ladite majoration d'une justification et d'un calcul, sur un support durable, au plus tard vingt jours avant le début du voyage ou du séjour.

**Conclusion.** Dans le cas exposé, la majoration de prix n'est pas légale.

## Problèmes de sécurité dans le pays de destination

Vous réservez un voyage pour une destination quelconque mais une révolution éclate dans le pays (ou des attentats terroristes récurrents). Vous décidez donc d'annuler pour raisons de sécurité. L'agence de voyage vous rétorque qu'elle n'envisage pas d'annuler le voyage et, de ce fait, refuse de vous rembourser.

**Ce que dit la loi.** Les dispositions du Code du tourisme, prises en application d'une directive européenne, sont claires : "*Le voyageur a le droit de résoudre le contrat avant le début du voyage ou du séjour sans payer de frais de résolution si des circonstances exceptionnelles et inévitables, survenant sur le lieu de destination ou à proximité immédiate, ont des conséquences importantes sur l'exécution du contrat. Et dans ce cas, le voyageur a droit au remboursement intégral des paiements effectués*". Et parmi les "*circonstances exceptionnelles et inévitables*", la directive mentionne "*des problèmes de sécurité graves, tels que le terrorisme*".

**Conclusion.** L'agence de voyages ne peut pas, dans ce cas, refuser de rembourser un voyageur qui décide de ne pas partir vu les circonstances.



## Assemblée générale annuelle : l'heure des bilans 2023

**L'assemblée générale de notre association UFC-Que Choisir 37 s'est tenue vendredi 5 avril 2024 au Centre de vie du Sanitas.**

Le changement de jour (les années précédentes l'AG se tenait un samedi) n'a pas semblé trop perturber les adhérents motivés puisqu'ils étaient un peu plus nombreux que l'an dernier à y assister : 84 exactement, ce qui, avec les 177 pouvoirs qui avaient été enregistrés, représentait un total de 261 votants.

Dans la forme, rien que de très classique.

- 1 - Le PV de l'assemblée générale du 25 mars 2023 a été adopté à l'unanimité.
- 2 - Le rapport moral, lu par Claudette Meunier, responsable du pôle litiges, a été adopté à l'unanimité.
- 3 - Le rapport d'activité, où chaque responsable de pôle a effectué un tour d'horizon de l'année 2023, a lui aussi été adopté à l'unanimité.

En Indre-et-Loire, notre association comptait, l'an dernier, 1 616 adhérents. Dans ses locaux situés à Tours, ou dans ses permanences à Loches et Amboise, l'association et ses 80 bénévoles :

- reçoivent, informent et conseillent les consommateurs du département dans tous les domaines de la consommation ;
- représentent les consommateurs tourangeaux dans diverses commissions d'organismes publics ;
- effectuent dans le département des enquêtes de qualité et de prix pour des produits et services dont les résultats sont relayés ensuite au niveau de la fédération ;



- conduisent des combats judiciaires contre des professionnels indécents ;
- interviennent auprès des pouvoirs publics, auprès de nos parlementaires locaux dans le cadre de campagnes pour faire avancer les droits des consommateurs.

- 4 - Le rapport financier et le budget 2024 sont approuvés à l'unanimité.
- 5 - L'affectation du résultat et le report ont été validés à l'unanimité.



- 6 - Quatre membres du conseil d'administration, faisant partie du tiers sortant, sollicitaient le renouvellement de leur mandat (la quatrième, Geneviève Didé, ne se représentait pas). Les trois sont réélus. François Hugonnard est également élu, pour un premier mandat.

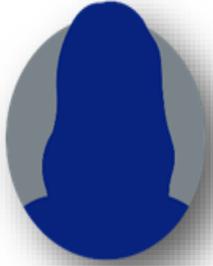
Et puis, il est de coutume d'avoir un invité extérieur qui intervient sur un sujet en lien, évidemment, avec la consommation, au sens le plus large de ce terme. Cette fois, c'est le major de police Bouzegza, référent sûreté, qui est venu dispenser conseils et informations sur les meilleures façons de se prémunir contre les cambrioleurs et autres arnaqueurs. Dans un exposé clair, vivant et rigoureux (ce qui n'excluait pas quelques notes humoristiques), M. Bouzegza a distillé un certain nombre de bonnes pratiques à mettre en œuvre si on veut ne pas être "cambriolable" ou "arnaquable". Si certains conseils relèvent du simple bon sens, d'autres nécessitaient bien l'expertise d'un professionnel pour être dispensés.

En tout cas, cet exposé a manifestement passionné les participants à cette assemblée générale, si on mesure l'intérêt de l'auditoire au nombre de questions posées. Il est vrai que tout le monde est potentiellement concerné par le sujet.

A chacun, M. Bouzegza a pris le temps de répondre gentiment et avec précision. On imagine sans peine que désormais certains d'entre nous changeront certaines de leurs pratiques quotidiennes dans un souci de vivre dans un environnement plus serein.



Joëlle CONSTANZA  
Pôle communication



Martine GARRIVET  
Pôle litiges et procédures  
Pôle communication



Claudette MEUNIER  
Pôle litiges et procédures



Robert RENONCET  
Pôle litiges et procédures



Martine N'ZOUNGOU  
Pôle administration



François HUGONNARD  
Pôle communication



Alex LAVIROTTE  
Pôle administration



Georges LAUBRY  
Pôle représentations



Maryvonne LE FERRAND  
Pôle représentations



Gilles GAULIER  
Pôle représentations



Jean-Marc PERARNEAU  
Pôle représentations



Françoise LAGORCE  
Pôle représentations

## Une nouvelle campagne de recrutement de bénévoles percutante

L'UFC Que-Choisir a besoin de recruter de nouveaux bénévoles et notamment des plus jeunes afin d'assurer le renouvellement du réseau et de rester représentatif des consommateurs. Dans ce but, la Fédération a conçu une nouvelle campagne nationale de recrutement.

Depuis le 25 mars, des affiches sont proposées avec des parutions dans la presse tout au long du printemps et de l'été. Chaque affiche est composée d'un portrait d'un bénévole de notre réseau, photographié dans son quotidien pour une campagne authentique, d'une accroche volontairement choquante, pour interpeller le public et d'un texte qui explique et met en avant un des combats de l'UFC-Que Choisir. Et vous, voulez-vous devenir bénévole ?



\* Surtout certains banques et assurances qui tentent à rembourser les victimes de fraudes. Bénévole à l'UFC-Que Choisir. Sarah les fait passer une seule occasion chasser les consommateurs à récupérer les milliers d'euros qu'on leur a subtilisés. Informer, conseiller et défendre les consommateurs, c'est notre combat depuis 1965. Et pour continuer, on a besoin de vous.



DEVENEZ BÉNÉVOLE ET REJOIGNEZ LE MOUVEMENT!



www.quechoisir.org



\* Surtout quand on occupe de lui vendre des produits bourrés de substances chimiques dangereuses pour sa santé, sa vieillesse, sa santé... et de le ridiculiser sur le web. Bertrand, tant que les industriels ne changent pas, les produits continuent de se développer. Informer, conseiller et défendre les consommateurs, c'est notre combat depuis 1965. Et pour continuer, on a besoin de vous.



DEVENEZ BÉNÉVOLE ET REJOIGNEZ LE MOUVEMENT!



www.quechoisir.org



\* C'est pour ça qu'elle a rejoint l'UFC-Que Choisir pour dénoncer ceux qui essaient de lui faire avaler des saucisses qui de travers transportent ses enfants son assistante. Alors forcément, quand on a imposé la haute sécurité contre maladie, efface en France, c'est aussi sa victoire. Informer, conseiller et défendre les consommateurs, c'est notre combat depuis 1965. Et pour continuer, on a besoin de vous.



DEVENEZ BÉNÉVOLE ET REJOIGNEZ LE MOUVEMENT!



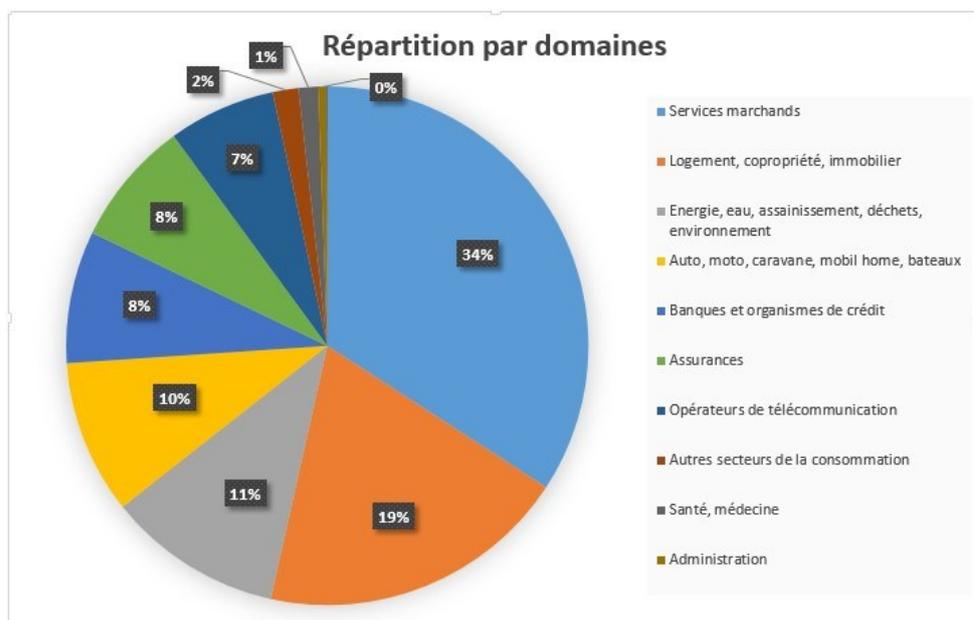
www.quechoisir.org

# Les litiges en 2023

La résolution de litiges (entre un consommateur particulier et un professionnel) est une des activités les plus connues de notre association.

Cette activité est menée par un pôle (le pôle litiges) composé d'une vingtaine de bénévoles avec le renfort d'un stagiaire élève avocat au deuxième semestre 2023.

Le nombre total de litiges est en légère baisse depuis 2020. Il est possible que cette baisse soit le fruit de notre travail de prévention et d'information au quotidien auprès des consommateurs. Le nombre de litiges en ligne (TLL), très important en 2020 (1 319 dossiers) du fait de la pandémie, de l'explosion des litiges liés à l'annulation des voyages et de la fermeture de nos bureaux, a diminué de moitié environ (657 dossiers) en 2023 par rapport à 2020. Les traitements en ligne ne représentent plus que 38 % de l'ensemble des litiges traités.



Nous avons assuré 1 270 rendez-vous présents et/ou téléphoniques au cours desquels nous avons accueilli et conseillé des consommateurs. Ce chiffre est légèrement en hausse par rapport aux années précédentes (1 225 rendez-vous en 2021 et 1 198 rendez-vous en 2022), ce qui peut s'expliquer par un retour à la normale de nos activités en présentiel.

7 615 courriels et 1 644 courriers papier ont été réceptionnés pour 6 770 courriels et 1 052 courriers envoyés dont 649 validés et visés par le responsable du pôle litiges. Ces chiffres correspondent à la fois au traitement des nouvelles demandes ainsi qu'au suivi du traitement des dossiers en cours.

La répartition par domaine reste sensiblement la même chaque année. Les domaines principaux sont les services marchands (560), le logement (316), l'énergie (178), l'automobile (157), la banque (135) et l'assurance (128) ; Ces six secteurs d'activité représentent à eux seuls 1 474 dossiers soit plus de 85 % du total.

Il n'y a pas eu d'action judiciaire menée par notre association en 2023. En revanche, ce sont environ 35 dossiers qui ont été confiés à nos avocats partenaires dont l'objectif est, notamment, de vérifier l'opportunité d'une procédure et les conditions.

## Hommage à Serge TOUPART

Nous avons appris en début d'année le décès de Serge TOUPART qui a été, jusqu'à peu, un de nos bénévoles. Il était adhérent et bénévole de notre association locale de très longue date et il avait assuré de nombreuses missions : administrateur jusqu'en 2017, vice-président de 2009 à 2010 et de 2013 à 2014. Il était aussi membre des commissions environnement et effectuait des enquêtes. Nous saluons son engagement, son travail et son implication aux côtés de l'association pendant toutes ces années.



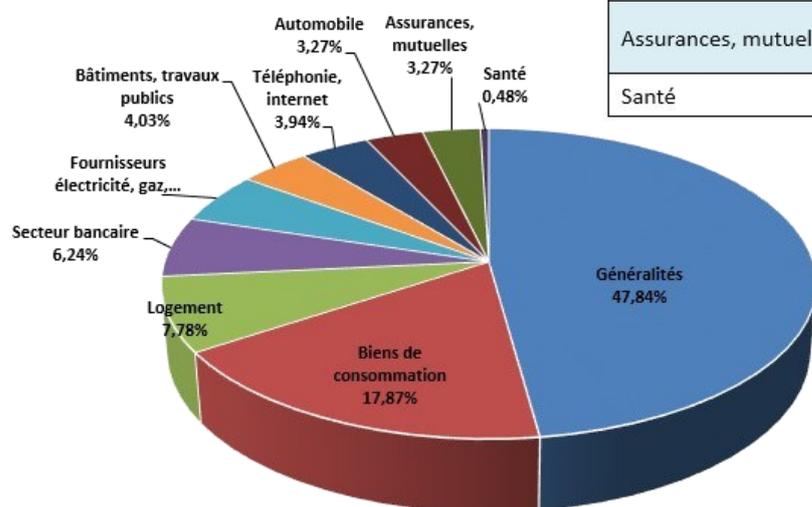
### Quelques chiffres

Etude menée sur les appels téléphoniques reçus par les bénévoles du standard et de l'accueil pour des renseignements (1 241 dont 696 pour litiges entre le 1er octobre 2023 et le 31 janvier 2024).

Nombre et pourcentage d'appels pour les domaines les plus significatifs. Nota : la rubrique "Généralités" n'est pas prise en compte dans les litiges.

Notre association ne traite pas les dossiers concernant : la CAF, Pôle emploi, les licenciements, la retraite, les assurances maladie et la Sécurité sociale.

Généralités	Secrétariat, adhésions, renseignements divers, suivi dossiers liés aux litiges...	498
Biens de consommation	Abus de faiblesse, rétractation, non-conformités, garantie, VPC, étiquetages, locations de vacances, démarchages à domicile, délais de livraison, matériels défectueux, annulations prestations, contrats entretien, commandes sur internet, billets transport, litiges COVID, harcèlement et arnaques téléphoniques (Bloctel), achats foires et salons...	186
Logement	Caution, insolvabilité pour loyers, répartition frais remise en état locataire-propriétaire, insalubrité, voisinage, baux, copropriétés, charges excessives, héritages, successions...	81
Secteur bancaire	Surendettement, taux d'emprunt, perte ou arnaque CB, litiges prélèvements automatiques, paiement sans contact, placements, crédits revolving, amortissements, chèques impayés...	65
Fournisseurs électricité, gaz, eau, fioul	Difficultés paiement, rappels injustifiés, contestations factures, info gaz fioul et électricité "moins cher ensemble" (campagne UFC), conseils autres fournisseurs, compteur Linky, GAZPAR, évolution EDF des heures pleines/heures creuses...	55
Bâtiments, travaux publics	Malfaçons, conflits avec artisans, maîtres d'œuvre, dégâts des eaux...	42
Téléphonie, internet	Litiges, difficultés de résiliation, problèmes de réception, dysfonctionnements, ADSL, fibre ou litiges abonnements et forfaits avec fournisseurs d'accès...	41
Automobile	Différends lors réparations, vices cachés, livraisons en retard ou non conformes au bon de commande, garanties, LDD, LOA...	34
Assurances, mutuelles	Assurances prêts auto, différends avec experts, contestations, résiliations, escroquerie...	34
Santé	Litiges administratifs et médicaux	5



En conclusion, l'Association locale 37 est très sollicitée et les différents intervenants ne ménagent ni leur temps ni leur peine pour répondre aux sollicitations et satisfaire vos demandes. C'est pourquoi, pour être encore plus nombreux à défendre les intérêts des consommateurs et pour que l'association continue toutes ses actions, n'hésitez pas à répondre à nos demandes de bénévoles (voir les besoins en dernière page) et à adhérer.

Suivez notre actualité : <https://indreetloire.ufcquechoisir.fr>

**TOURS** : 12 rue Camille-Flammarion  
**Amboise** : 60 rue de la Concorde  
**Chinon** : au Centre Intercommunal d'Action Sociale, 14 rue Paul-Huet (fermeture temporaire, en recherche de bénévoles)  
**Loches** : Pôle social, 24 bis av. Charles de Gaulle  
**Tours Nord** : mairie annexe de Tours nord, 1 esplanade François Mitterrand.

**Nos bureaux sont accessibles uniquement sur rendez-vous.**

En cas de litige vous pouvez déposer votre demande sur notre site <https://indreetloire.ufcquechoisir.fr/> rubrique "soumettre un litige en ligne", un conseiller traitera votre demande dans les meilleurs délais.

Les dossiers en cours continuent à être traités par nos consultants. Si nécessaire et en cas d'urgence, vous pouvez nous adresser un courriel à l'adresse : [contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr) ou à notre adresse postale 12 rue Camille-Flammarion – 37000 TOURS

**Pour toutes autres demandes :**

- nous adresser un courriel à [contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr)
- ou contacter notre standard au 02.47.51.91.12 .

**UFC Que Choisir 37**  
**12, rue Camille-Flammarion**  
**37000 Tours**  
**Tél. 02 47 51 91 12**  
**Contact :**  
[contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr)  
**Pour tout conseil ou problème lié à la consommation :**  
<https://www.quechoisir.org/un-litige/litige.php>



**est publiée par UFC Que Choisir 37.**  
**Direction de la publication :**  
*UFC Que Choisir 37*  
**Rédaction :** Joëlle Constanza, Solange Deland, François Hugonnard, Daniel Pépin, Dominique Saché, Zénaïde.  
**Conception et mise en page :**  
*Ghislaine Jacques*

ISSN 245-5285  
 Dépôt légal à parution  
 Tous droits réservés  
 Reproduction interdite sans autorisation  
 Imprimé par Fortin Le Progrès

**Devenez bénévoles**

Afin de défendre au mieux les consommateurs, l'UFC Que Choisir d'Indre-et-Loire recherche des bénévoles. La consommation couvre des domaines d'intervention variés : logement, environnement, commerce, énergie, téléphonie, banque, santé, etc.

Actuellement, nous recherchons des personnes pour assurer l'accueil physique et l'accueil téléphonique.

Si, avec votre expérience et une formation assurée par Que Choisir, vous êtes tenté(e) par une activité au sein de l'association locale Que Choisir 37, rejoignez-nous.

N'hésitez pas à nous contacter :

**par téléphone au 02 47 51 91 12**

**ou par courriel :**

[contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@indreetloire.ufcquechoisir.fr)

**Abonnement au magazine national**



Tarif préférentiel pour la première année :

- 25 € (au lieu de 49 €) pour 11 numéros mensuels du magazine Que Choisir
- 35 € par an (au lieu de 67 €) pour 11 numéros mensuels du magazine Que Choisir + 4 numéros hors série "Argent" + le guide "110 lettres pour régler vos litiges" + l'information juridique par téléphone
- 50 € par an (au lieu de 94 €) pour 11 numéros mensuels + 4 numéros hors série "Argent" + 4 numéros "Pratique" + le guide "110 lettres pour régler vos litiges" + l'information juridique par téléphone
- 35 € par an (au lieu de 46 €) pour 11 numéros mensuels Que Choisir "Santé" + 1 cahier spécial

Cochez la case correspondant à votre choix et envoyez votre bon, accompagné d'un chèque de règlement à **UFC Que choisir 37 - 12, rue Camille-Flammarion 37000 Tours**

Prénom \_\_\_\_\_ Nom \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_ Ville \_\_\_\_\_

Téléphone fixe \_\_\_\_\_ Mobile \_\_\_\_\_ Courriel \_\_\_\_\_

Mode de paiement :  chèque bancaire  espèces

UFC Que Choisir 37 garantit ses différents prix (adhésion et abonnements) pendant 2 mois après leur proposition.

**Rejoignez-nous dans notre mouvement de défense des consommateurs**

**Adhésion et rattachement à l'association locale**

- première adhésion ..... 30 € + en option 5 € l'abonnement à **Que Choisir Touraine**.
- rattachement (au plus tard 3 mois après échéance) 25 € **Que Choisir Touraine** inclus
- adhésion sympathisant ..... 15 € Avec nos remerciements pour votre fidélité. Un reçu fiscal pourra vous être remis pour votre don, avant votre déclaration de revenus. Veuillez cocher si justificatif nécessaire
- je fais un don de ..... €

Une **adhésion** (ou une ré-adhésion) à l'association locale UFC Que Choisir 37 est indépendante d'un **abonnement** au site Internet national "Que Choisir" de la Fédération. Les informations recueillies sont nécessaires pour votre adhésion. Elles font l'objet d'un traitement informatique et sont destinées au secrétariat de l'association. En vertu du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 applicable à compter du 25 mai 2018 (RGDP), vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent. Si vous souhaitez exercer ce droit et obtenir communication des informations vous concernant, veuillez vous adresser à UFC Que Choisir, 233 boulevard Voltaire 75011 PARIS. Si vous ne souhaitez pas que vos données soient utilisées à des fins de prospection, veuillez cocher la case ci-contre