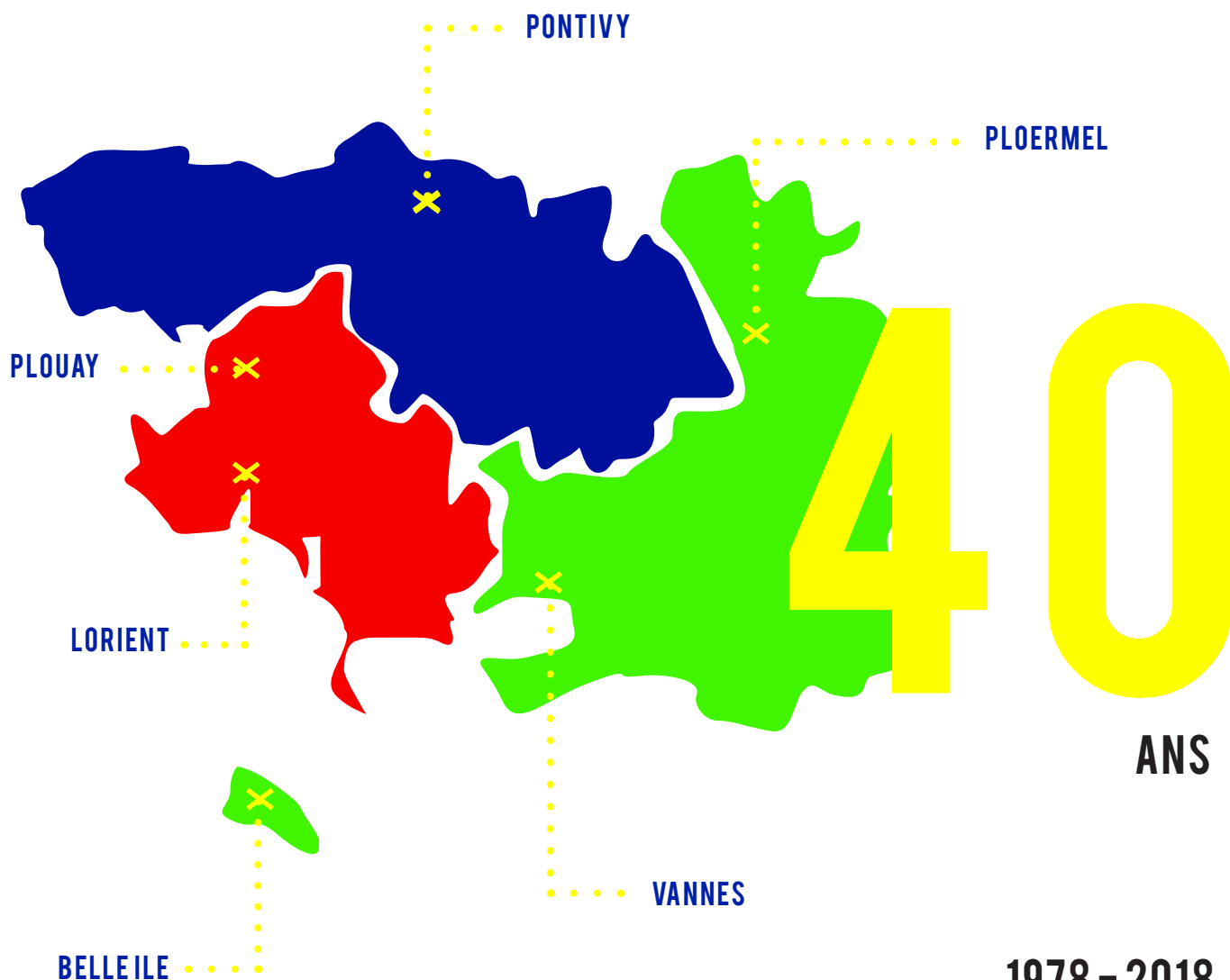


UFC – QUE CHOISIR 56

MORBIHAN



1978 – 2018
**40 ANS AU SERVICE DES CONSOMMATEURS
DU MORBIHAN**

Numéro spécial - Septembre 2018

Siège, Maison des familles,
2 rue du Professeur Mazé, 56100 LORIENT

Tel : 02 97 84 74 24

Mèl : contact@morbihan.ufcquechoisir.fr

Site : <http://morbihan.ufcquechoisir.fr>



**Le Conseil d'Administration de l'UFC-Que Choisir 56
a le plaisir de vous offrir ce bulletin
spécialement réalisé pour commémorer
les 40 ans de l'association
créée le 29 juin 1978.**

La composition du Conseil d'Administration actuel est la suivante :

Président :	Jean-Yves GOUABAULT
Vice-présidents :	Bernard de BENGY Jean PICAUT
Secrétaire :	Véronique de VALON
Trésorière :	Béatrice MAURIN
Membres :	Yves BERNARD-BONNABESSE Michèle CHELIN Thérèse DALLA VALLE Anne EVENOU Catherine GUILLIER Marie GUITTON Alain JOUANDET Marion LEMOINE Philippe NIO Jean-Luc ROPARS



En charge de la mise en page du bulletin, Manon de Valon



SOMMAIRE

UFC - 40 ANS AU SERVICE DES CONSOMMATEURS DU MORBIHAN

UFC-Que Choisir : ensemble, nous sommes plus forts !	page 4
1978. La création	page 6
La renaissance de l'UFC-Que Choisir 56	page 9
40 ans ... et 70 lois pour la protection des consommateurs	page 9
Dans le Morbihan, de 1978 à 2018	page 11
L'UFC-Que Choisir 56 en 2018	page 13
L'antenne de Vannes	page 15
L'antenne de Pontivy	page 16
La permanence de Ploërmel	page 17
La permanence de Plouay	page 17
et sur Belle Ile	page 17
La formation des bénévoles	page 18
Les litiges dans l'AL du Morbihan	page 19
Les enquêtes	page 21
Les représentations	page 23
La communication	page 24
Quelles perspectives pour le consommateur ?	page 25
Nos plaquettes	page 31
Les contacts	page 32

UFC-QUE CHOISIR : ENSEMBLE, NOUS SOMMES PLUS FORTS !

«Si, par principe, le consommateur est tout, on sait qu'isolé, il n'est pas grand-chose... C'est en constituant pour lui une source d'informations indépendantes, en l'aidant à se déterminer, en le représentant avec force et sans complaisance que l'UFC-Que Choisir lui redonne du pouvoir aussi bien économique, juridique que politique... L'UFC-Que Choisir c'est l'action au service du consommateur.»



Alain BAZOT – Président de l'UFC-Que Choisir

UNE ACTION AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

Association « loi 1901 » à but non lucratif, créée en 1951, l'UFC-Que Choisir est la plus ancienne association de consommateurs en France et en Europe. Conformément à ses statuts, elle a pour objectif de promouvoir les actions individuelles ou collectives des consommateurs et la défense de leurs intérêts, représenter les consommateurs auprès de toutes les instances afin d'aboutir à une amélioration de leurs conditions de vie dans tous les domaines, y compris environnement et santé, et mettre à leur disposition les moyens de formation et d'éducation nécessaires. Indépendance et démocratie sont ses valeurs fondamentales. L'UFC-Que Choisir est totalement indépendante des fabricants, des commerçants, des syndicats, des groupes financiers, des partis politiques et, plus généralement, de tout intérêt autre que

celui des consommateurs. L'assemblée générale qui regroupe les associations locales affiliées définit les orientations de la Fédération et élit un conseil d'administration responsable de la mise en œuvre de la politique et de la stratégie de la Fédération. Réseau dense, couvrant l'ensemble du territoire français, l'UFC-Que Choisir se compose de 144 associations locales et 4 200 bénévoles. Leurs missions sont multiples : informer, conseiller, défendre l'intérêt des consommateurs, enquêter et les représenter dans les instances locales.

Quelques chiffres

141 000 adhérents

4 200 bénévoles

5 000 enseignes enquêtées par an

Chiffre d'affaires : 30 877 000€

UNE INFORMATION INDEPENDANTE

Sans aucune publicité, ne dépendant que des recettes liées à leur diffusion, les publications de l'UFC-Que Choisir respectent le constant souci d'indépendance qui guide l'action de l'association. Résolue à offrir aux consommateurs une information objective et indépendante, l'UFC-Que Choisir édite, depuis 1961, le mensuel Que Choisir (433 000 ventes mensuelles) qui effectue une série d'enquêtes approfondies et publie les résultats de ses tests comparatifs de produits et de services. A cette fin, l'UFC-Que Choisir dispose d'un centre d'essais, le seul appartenant à une association indépendante de consommateurs. En complément du mensuel, Que Choisir en ligne offre à ses 150 000 abonnés actuels un accès aux informations, comparateurs et tests exclusifs sur Internet. Des périodiques sont également édités pour répondre à des préoccupations plus spécifiques telles les Que Choisir Argent, Que Choisir Pratique, Que Choisir Santé et un certain nombre d'ouvrages détaillés sur des grands sujets de consommation.

LA DEFENSE DES CONSOMMATEURS

Les 144 associations locales de l'UFC-Que Choisir, composées essentiellement de bénévoles, apportent à leurs adhérents des conseils, des informations et un soutien tant lors des permanences qu'elles assurent dans toute la France que grâce aux bulletins qu'elles éditent. Elles consacrent plus de 100 000 heures d'ouverture au public par an et traitent plus de 50 000 litiges dans divers domaines. Un agrément judiciaire permet à l'UFC-Que Choisir d'agir en justice devant toutes les juridictions : civiles, pénales ou administratives. Son action devant les tribunaux est motivée par la volonté de prévenir des agissements illicites : suppression de clauses abusives, cessation d'arnaques, etc.

LA REPRESENTATION DES CONSOMMATEURS

L'implantation de l'association sur tout le territoire lui confère un rôle de groupe de pression vis-à-vis des pouvoirs publics et économiques, tant locaux que nationaux, et notamment auprès des parlementaires pour que le consommateur soit pris en compte lors de l'examen des textes de lois. L'UFC-Que Choisir et ses associations locales, compte tenu de leur notoriété et de leur expertise, siègent dans de très nombreuses instances locales et nationales pour faire valoir le point de vue des consommateurs. Les sujets consuméristes sont de plus en plus européens, voire mondiaux, ce qui nécessite que les principales organisations de consommateurs de la planète s'organisent pour mutualiser leurs moyens. Dans cet esprit, l'UFC-Que Choisir a contribué à fonder Consumer International (CI) et le Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC). L'UFC-Que Choisir siège aussi au conseil de l'International Consumer Research and Testing (ICRT), structure de coopération en matière d'essais comparatifs entre grandes associations de consommateurs.

1978. LA CREATION

1978! On peut tout d'abord rappeler quelques événements marquants de cette année-là : deuxième guerre du Shaba, les accords de Camp David, les paras qui sautent sur Kolwezi, la naissance du premier « bébé-éprouvette ». Mais une autre naissance ne figure pas sur les agendas médiatiques : la naissance de l'Union Départementale des Consommateurs du Morbihan. Pourtant, la longueur et l'emphase du titre devrait faire figurer cet événement en tête de notre liste!

Tout est parti d'un litige que j'avais personnellement avec un pressing (je crois), car cette profession était à l'époque statistiquement installée en tête de liste des litiges, avec les garagistes et les constructeurs de maisons individuelles. On pourra se rappeler quelques naufrages retentissants de constructeurs bretons de l'époque. Ne sachant vers qui me tourner devant le refus du professionnel de reconnaître la moindre responsabilité dans l'altération du vêtement, je contactai l'UFC-Que Choisir, leur disant au passage que je ne comprenais pas pourquoi une ville aussi importante que Lorient ne possédait pas d'« agence » où l'on pouvait aller exposer son litige. On me répondit fort courtoisement qu'il n'y avait pas d'« agence » parce que les Lorientais n'en n'avaient créée aucune...

Révélation! Il fallait en créer une, mais c'est bien sûr!



Daniel LE PRINCE

J'ai donc commencé à sonder des personnes de mon entourage personnel et professionnel, et j'y ai trouvé des échos favorables pour mettre sur pied un projet d'union locale. Après avis inséré dans les journaux locaux, nous avons donc organisé une réunion constitutive d'une union locale. Cette réunion était encadrée par un conseiller de l'UFC. Après rédaction des statuts, nous avons convoqué une Assemblée Générale constitutive, toujours pilotée par un cadre des unions locales de l'UFC.

Puis le processus a suivi normalement son cours : dépôt des statuts en préfecture, agrément et publication au JO et plus tard agrément pour ester en justice. Mais il fallait que l'union vive, et donc qu'elle puisse recevoir des consommateurs aux prises avec des professionnels dont certains étaient pour le moins coriaces ou de mauvaise foi, mais aussi peu habitués à avoir en face d'eux une contestation institutionnelle! La mairie de Lorient ayant mis un local à notre disposition (Grand Merci à J-Y Le Drian et son équipe municipale...), nous avons donc (tétanisés par le trac), ouvert notre première permanence, **rue du Professeur Mazé**. Nous y étions venus à deux ou trois, histoire de nous rassurer mutuellement, car aucun d'entre nous n'avait de culture juridique digne de ce nom.

Je me souviens particulièrement de l'un de nos tous premiers litiges : un monsieur qui avait signé un contrat de construction de maison individuelle, et qui avait découvert ensuite que ce professionnel était dans l'incapacité de mener d'autres chantiers en cours. Il souhaitait donc résilier. On regarde son contrat, et on voit qu'y figurait bien une clause de résiliation conforme à un article de loi qui, apparemment, les définissait. Après une bonne galère pour trouver cet article de loi dans les fiches mises à disposition par l'UFC (Internet n'était à l'époque qu'un projet du Massachusetts Institute of Technology et de l'US Army), on le trouve enfin. Et il précisait : « les parties prévoient de convention expresse les conditions de résiliation du contrat ».

Et donc notre adhérent avait signé un contrat qui ne prévoyait pas de façon précise les conditions de résiliation. Nous avons donc dû nous résoudre à lui dire qu'il ne pouvait pas résilier son contrat, et qu'il lui faudrait entamer une procédure auprès du Tribunal d'Instance, avec des chances plus qu'incertaines d'obtenir gain de cause.

Ce fut pour nous une première affaire frustrante, car un échec cuisant ! Je me souviens aussi d'un épisode à la fois affligeant et comique. Un jour, à la permanence, vient une dame qui nous montre une pièce de tissu qui, nous dit-elle, avait été une jupe en « plissé soleil ». Cette sorte de jupe (à la mode à l'époque) se caractérise par une infinité de plis très serrés occupant la totalité de la surface de la jupe. Nous ne pûmes nous empêcher de rire devant le vêtement, qui ressemblait plus à un soufflet d'accordéon diatonique qu'à une jupe, fût-elle en « plissé soleil » ! Et bien entendu, le professionnel refusait d'admettre qu'il avait appliqué à la jupe un traitement inadéquat.

Je me souviens aussi d'une dernière affaire qu'il nous a fallu un an pour résoudre. Une dame se présente à la permanence avec une sorte de descente de lit de deux mètres sur un mètre environ. Cela avait été, nous dit-elle, un superbe tapis de haute laine qu'elle avait crocheté elle-même durant trois ans et qui faisait au départ trois mètres sur deux mètres. Voulant le faire nettoyer, elle avait dû s'adresser à une entreprise spécialisée de la région parisienne, les pressings locaux ne disposant pas de machines pour lessiver de telles pièces. Et l'entreprise lui avait ramené « l'objet-descente de lit », sans commentaire ni proposition de dédommagement ! Et la dame ne voulait pas, bien sûr, envisager une action judiciaire... J'ai cherché pendant des mois comment faire rendre gorge à ce professionnel peu soucieux de ses obligations professionnelles et légales. Et une nuit, ne dormant pas, Eureka ! j'ai trouvé ! Le chef d'entreprise faisait figurer en bonne place, sous sa raison sociale, la mention « expert agréé près la Cour d'Appel de Paris ».

UFC - 40 ans au service des consommateurs du Morbihan

Dès le lendemain, nous avons écrit une lettre à ce monsieur pour lui signifier que, à défaut d'une proposition de dédommagement acceptable sous quinze jours, nous informerions M. le Premier Président de la Cour d'Appel de Paris de la façon dont ses « experts » traitaient leurs propres clients. L'affaire fut réglée sous huitaine, et de façon avantageuse pour notre adhérente.

Il y eut aussi des actions de plus grande envergure, tels ces relevés sur l'affichage des prix des commerçants locaux, transmis à la Direction Départementale de la Consommation qui en avait verbalisé certains. L'affaire avait fait grand bruit dans le Pays de Lorient, car La Liberté du Morbihan avait bien repris l'info ! On n'avait jamais vu ça !

Il y eut aussi une affaire très sérieuse relative au Syndicat Départemental des Eaux : tellement sérieuse que l'UFC s'est à un moment substituée à nous pour poursuivre l'affaire sur le plan judiciaire, car il y avait derrière une forte odeur de concussion. Et nous étions (toujours) discrètement soutenus par M. le Maire de Lorient, à qui nous avons pu montrer des copies de documents assez compromettants pour des personnes élues et en même temps cadres dirigeants des administrations locales. Bien sûr, s'il y avait eu à l'époque l'Action de Groupe, cela nous aurait bien facilité les choses.

Il y eut donc quelques épisodes chauds, mais qui nous forgèrent une volonté de demeurer au service de la collectivité et des citoyens.

Je suis bien heureux de constater que notre association a su prospérer, et je suis toujours fier d'en être encore membre!

Daniel Le Prince, *Premier président de l'Union du Morbihan*

1988. LA RENAISSANCE DE L'UFC-QUE CHOISIR 56

L'union régionale UFC-Que Choisir Bretagne regroupe l'ensemble des associations locales des quatre départements bretons : cette structure vise à faciliter les échanges entre elles et à initier des actions communes. La disparition de la structure morbihannaise en 1986 avait tout logiquement engendré une action régionale qui, en 1988, s'est matérialisée par l'organisation d'une « réunion de renaissance ». L'objectif était de susciter la constitution d'une nouvelle équipe. Dans ce but, une invitation avait été adressée à tous les abonnés Que Choisir du Morbihan, personnes qui, par définition, étaient déjà sensibilisées à la défense des droits du consommateur. Et, effectivement, l'opération fut concluante puisque la vingtaine de personnes présentes a permis de faire émerger les futurs bénévoles. Ce noyau volontaire, avec l'appui de l'UFC-Que Choisir Bretagne, a permis de recréer une présence du mouvement UFC-Que Choisir dans le département.

Pascal TONNERRE

Ancien président de l'AL de Quimper

Ancien président de l'UR Bretagne



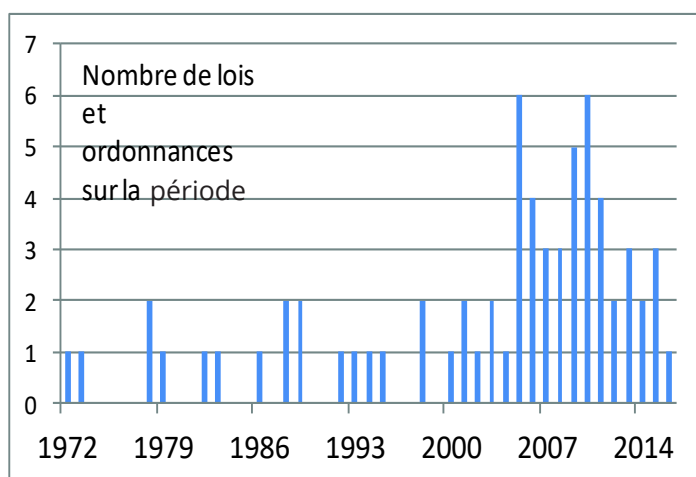
40 ANS... ET 70 LOIS POUR LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS.

Si le droit du commerce organise et sécurise l'activité des commerçants depuis plus de 200 ans puisque le Code du commerce a vu le jour en 1807, 3 ans après le Code civil, il a fallu attendre 1993 pour que naisse le Code de la consommation. C'est que la consommation a beaucoup évolué au cours des 19^è et 20^è siècles. La société française s'est transformée à partir d'un milieu essentiellement rural vivant en quasi autarcie vers une consommation bourgeoise, puis plus ouvrière, avant de devenir une consommation de masse. Mais bien entendu, c'est surtout après la seconde guerre mondiale que la croissance économique a entraîné des

changements importants dans les habitudes de consommation. En même temps, les populations ont quitté les campagnes pour venir vers les villes où il faut tout acheter. L'apparition de produits nouveaux, fabriqués en grande série et plus facilement accessibles comme l'électroménager, l'automobile ou la télévision ont contribué largement à changer le comportement des consommateurs. C'est que désormais, ces produits ne sont plus réservés à une élite. L'apparition à la même époque des grandes surfaces et de la vente par correspondance a aussi contribué à vulgariser l'acte d'achat.

Et les comportements changent ! On dépense moins pour l'alimentation et plus pour le confort et les loisirs. La radio et la télévision font circuler l'information (et la publicité), l'automobile autorise à s'évader vers d'autres horizons et le crédit permet de payer plus tard ce qu'on ne peut pas s'offrir comptant.

C'est aussi à ce moment là que les consommateurs cherchent à s'organiser. Le mouvement consumériste qui a vu le jour aux Etats Unis gagne nos contrées. En France, c'est l'UFC (alors Union Fédérale de la Consommation) qui, en 1951, est le premier organisme de défense des consommateurs. Dix ans plus tard, pour diffuser plus largement ses idées, la revue Que Choisir fait son apparition. Les années 70 voient le début d'une série de lois qui vont se multiplier comme le montre le graphique ci-après et assurer de plus en plus de protection aux consommateurs.



Juste avant la période qui a vu l'apparition de notre association du Morbihan, la loi n° 72-1137 du 22 décembre 1972 relative à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile marque un premier jalon.

Les contrats conclus à domicile doivent faire l'objet d'un écrit comportant des mentions obligatoires et offrir la possibilité de renoncer dans un délai de 7 jours. Puis vient la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 (dite «loi Royer») d'orientation du commerce et de l'artisanat. Elle fixe les règles de fonctionnement des entreprises, mais elle aborde aussi la publicité mensongère et permet l'action civile des organisations de consommateurs en cas de préjudice à l'intérêt collectif. Elle a été modifiée de nombreuses fois depuis sa parution et a été reprise dans d'autres textes. Les parutions s'accroissent ensuite comme cela va être exposé dans l'article placé en fin de ce bulletin et qui constitue le résumé de la conférence d'Alain Bazot lors de notre assemblée générale du 22 mars 2018.

DANS LE MORBIHAN DE 1978 A 2018

En 1978, notre association du Morbihan voit le jour. Après avoir déposé ses statuts à la sous-préfecture de Lorient le 29 juin 1978 et pris le nom d'Union Départementale des Consommateurs du Morbihan, elle prend son envol sous la présidence de Daniel LE PRINCE.



2008, 4 présidents présents D. LE PRINCE, JY. GOUABAUULT, R. SCLISON et H. COLMOU

de revenus fixes, les femmes travaillent de plus en plus fréquemment, le pouvoir d'achat augmente et l'État apporte sa contribution en fixant un salaire minimum garanti et en redistribuant une partie de la richesse nationale sous forme d'allocations, aux plus modestes ou aux chômeurs, ou en organisant le système des retraites pour le plus grand nombre. Les Français consacrent donc une partie de plus en plus conséquente de leurs revenus à leurs achats. L'INSEE a relevé pour la période 1960 à 2010 une augmentation à peu près constante des dépenses de consommation de 3% par an.

Notre association prend son essor dans ce mouvement. La présidence qui a été assurée jusqu'en 1982 par Daniel LE PRINCE passe alors à Philippe SOLIGNAC, puis en 1984 à Jean AUBERT. C'est à ce moment, le 29 février 1984 qu'elle intègre le mouvement « Union Fédérale

des Consommateurs (UFC) ». L'UFC commence déjà à faire parler d'elle. Après avoir fustigé la pollution des plages, c'est le boycott du veau aux hormones en 1980 qui va asseoir son image dans l'opinion publique. Ses premières enquêtes de relevés de prix dans la grande distribution vont aussi contribuer à sa notoriété. Mais l'association du Morbihan ne profite pas de cet élan puisqu'elle va entrer en sommeil de 1986 à 1988 avant qu'Henri COLMOU ne la relance et en assume la présidence qu'il gardera jusqu'en 1995. Dans cette période, les consommateurs subissent les premières conséquences des ordonnances de 1986 qui ont promulgué la libération des prix.

Et les présidents se succèdent : Raymond SCLISON de 1996 à 1999, puis Roger COMBES en 2000 avant que, en 2001, Jean-Yves GOUABAUULT ne devienne président de ce qui est devenu en 1998 une association locale de l'Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir en intégrant dans la raison sociale du mouvement le nom du magazine qui a grandement contribué à asseoir l'image de l'association auprès du public.

UFC - 40 ans au service des consommateurs du Morbihan

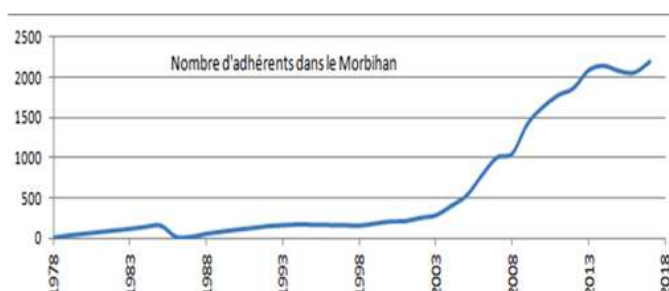
C'est sous sa présidence que l'association du Morbihan va connaître sa véritable expansion, comme on peut le voir sur la courbe matérialisant l'évolution du nombre d'adhérents sur le département. Le dynamisme de l'équipe qui s'est alors constituée sur le site de Lorient va permettre l'ouverture de l'antenne de Vannes en mai 2003 puis de celle de Pontivy en avril 2007. La mise en place de permanences délocalisées a connu des succès divers. Engagée pour aller au plus près des consommateurs, cette démarche s'est finalement concrétisée pour le moment uniquement sur Belle Ile, à Ploërmel et à Plouay. Grâce aux collectivités locales qui ont mis à notre disposition des locaux et différentes facilités, ce dont nous tenons à les remercier au passage, on peut considérer que notre présence couvre relativement bien le territoire.

Et cette couverture est nécessaire parce que la banalisation de la consommation, tout comme la mondialisation, entraîne inévitablement des litiges. Le mouvement consumériste se développe fortement au cours des 40 dernières années et va contribuer à la mise en place de nouvelles mesures visant à mieux protéger le consommateur. L'agrément par L'État d'un nombre important d'associations (15 actuellement) va par contre diluer les actions entre de multiples acteurs et en affaiblir l'efficacité. Comme on peut le constater sur la courbe d'évolution de nos adhérents, les consommateurs se mobilisent de plus en plus pour défendre leurs intérêts. Ils demandent aux associations d'intervenir au plus haut niveau de l'État dans leurs préoccupations alimentaires avec des épisodes marquants comme la crise de la vache folle ou les lasagnes au cheval,

mais aussi de manière plus pratique dans leurs litiges avec les vendeurs de biens ou de services. Les conséquences de l'apparition de nouvelles technologies (la téléphonie et l'ADSL ont représenté à un moment plus de la moitié des problèmes qui nous étaient soumis), ont aidé à prendre conscience de la nécessité de préserver l'environnement mais aussi, malheureusement, de contrôler le développement du surendettement.

La libéralisation des services publics (passage au privé de la poste, du gaz, de l'électricité, ...) devient une nouvelle source de conflit au cours des dernières années et on voit apparaître de nouveaux types de litiges dans les achats sur internet ou par l'utilisation de données personnelles dans les applications numériques.

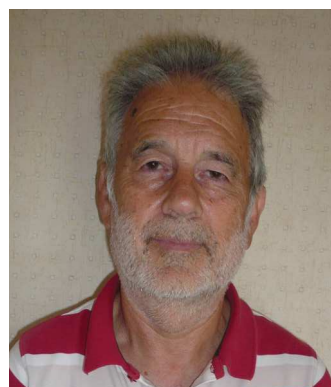
Les combats menés actuellement par notre association, au niveau national mais aussi local, comme la mise en place du Nutriscore, un étiquetage informatif des produits alimentaires, la dénonciation des produits indésirables dans les cosmétiques, l'information sur l'omniprésence des nanoparticules, la protection des données personnelles et bien d'autres méritent d'être poursuivis. Depuis 40 ans, nous sommes soutenus dans le Morbihan par un nombre de plus en plus grand d'adhérents. C'est grâce à eux que notre association existe et c'est grâce à leur fidélité que nous pourrons continuer à défendre les consommateurs dans les années futures. Qu'ils en soient chaudement remerciés.



L'UFC-QUE CHOISIR 56 EN 2018

C'est à Lorient que l'UFC-Que Choisir 56 a été créée officiellement le 29 juin 1978, il y a donc 40 ans, dans les locaux, mis à disposition par la Ville de Lorient, du 2 rue du Professeur Mazé où l'association a pu s'épanouir et où elle est toujours située après un intermède à la Cité Allende, 12 rue Colbert du 1er décembre 1997 au 30 juin 2014.

Le siège de l'association se trouve depuis l'origine à Lorient où les tâches administratives restent actuellement concentrées (présidence, secrétariat, trésorerie).



Jean-Yves GOUABAULT, président de l'UFC-Que Choisir 56

Il est bon de préciser que l'association fait partie des plus importantes de l'UFC-Que Choisir (seulement 15 associations comptent plus de 2000 adhérents sur les 144 existantes sur le territoire national et elle est la seule en Bretagne). Son domaine d'intervention porte sur la défense des consommateurs en général pour l'ensemble du département du Morbihan, à l'exception du secteur d'Allaire - La Gacilly qui est rattaché à l'UFC-Que Choisir du Pays de Redon.

L'association a pour vocation de répondre aux litiges et aux demandes de conseils de ses adhérents, d'assurer la défense et la représentation des consommateurs d'une manière générale, de réaliser des enquêtes, d'intervenir sur les grands thèmes d'actualité. Son action se traduit concrètement par des permanences régulières permettant d'accueillir les consommateurs qui le souhaitent. Ainsi à Lorient, 4 permanences par semaine sont tenues par les bénévoles (lundi et samedi matins, mardi et mercredi après midis).

Au total, l'association, fort du soutien actif de ses 70 bénévoles répartis en 3 équipes (Lorient, Pontivy et Vannes), a assuré 1 700 heures de permanences litiges sur le département en 2017 et a reçu près de 2 500 consommateurs pour les aider et les conseiller dans la résolution de leurs difficultés, voire si nécessaire les soutenir dans leur action judiciaire.

Ces 10 dernières années, l'association a plus que doublé le nombre de ses adhérents. En 2017, elle en a enregistré 2 190. Elle continue à progresser, ce qui montre d'une part l'activité grandissante de l'association et d'autre part le besoin pour le consommateur de repères dans sa vie quotidienne, expliquant le fait qu'il lui demeure de plus en plus fidèle.

UFC - 40 ans au service des consommateurs du Morbihan

Une permanence téléphonique au 02 97 84 74 24 a été mise en place tous les matins du lundi au samedi, ce qui représente 780 heures de présence au long de l'année pendant lesquelles près de 2 450 appels de consommateurs ont été enregistrés. Cette permanence est assurée alternativement par les 3 équipes présentes sur le territoire (Lorient pour les lundis, jeudis, vendredis et samedis, Vannes pour le mardi et Pontivy pour le mercredi).



Examen collégial des litiges.

Elle essaie de se faire connaître d'un maximum de consommateurs par sa présence sur Internet (site : <http://morbihan.ufcquechoisir.fr>), par ses actions de communication (lettre électronique mensuelle, plaquette de présentation de l'association, plaquettes d'information sur des sujets de consommation, communiqués de presse, entretiens radio ou télé, présence aux forums des associations...) et par sa présence effective dans 6 lieux sur le département (Lorient, Vannes, Pontivy, Belle-Ile, Ploërmel et Plouay) où elle peut recevoir les consommateurs qui la contactent. Les moyens de communication dématérialisés permettent désormais de lui soumettre une difficulté quelconque à l'adresse contact@morbihan.ufcquechoisir.fr.



Réunion du conseil d'administration - Mai 2018

L'ANTENNE DE VANNES



Jean PICAUT, vice-président, animateur de l'antenne de Vannes

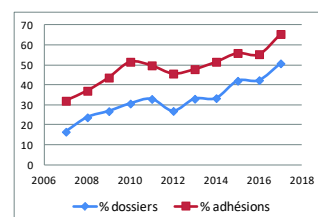
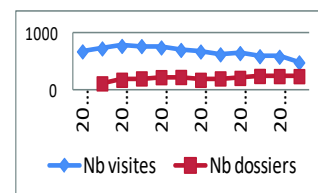
L'association est implantée à Lorient depuis 25 ans mais elle a encore relativement peu évolué quand est prise la décision de créer une antenne à Vannes. C'est un bénévole de Lorient, Alexis BOUEDEC, qui vient aider deux bénévoles locaux, Yves MITTELMANN et Alain WELTER, à créer cette antenne. Assez rapidement, les effectifs des bénévoles augmentent et des permanences délocalisées s'installent à Muzillac, Ploërmel et Belle-Ile, la permanence de Muzillac étant déplacée à Marzan puis supprimée après une tentative décevante à Questembert. Une permanence a également fonctionné pendant de nombreuses années à Grand Champ mais a été interrompue pour cause de maladie du bénévole en charge de la permanence.

L'activité à Vannes a notablement évolué depuis les débuts. Si assez rapidement on enregistrerait un nombre conséquent de visites (682 en 2006, 3 ans après l'ouverture), leur nombre a ensuite décru régulièrement au cours des 10 dernières années. Mais si le nombre de visiteurs diminue, le nombre de dossiers reste stable comme le montrent les graphiques ci-contre.

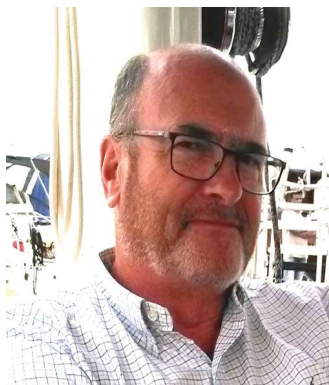
En effet, les consommateurs ne viennent plus seulement pour avoir un avis ou un conseil, parce que cela, ils vont le trouver sur internet ou auprès de leurs proches, mais parce qu'ils ont un vrai litige et qu'ils ont besoin de l'association pour les aider à le régler. Tout naturellement, le pourcentage du rapport du nombre de dossiers par rapport aux visites et le pourcentage d'adhérents parmi les visiteurs évolue de manière similaire.

D'abord installé rue de la Tannerie à Vannes, dans les locaux de l'ancienne maison des associations, le bureau de l'antenne s'est déplacé

vers la nouvelle maison des associations (ex-école de police), dans le quartier de Kercado. Parmi les 21 bénévoles rattachés à cette antenne, 12 assurent le traitement des litiges lors des permanences de Vannes, 2 celles de Ploërmel et 2 assurent le contact sur Belle-Ile, les autres bénévoles s'impliquent dans d'autres activités dont les enquêtes et les représentations.



L'ANTENNE DE PONTIVY



Bernard DE BENGY, vice-président, animateur de l'antenne de Pontivy

La mairie de PONTIVY met à notre disposition un appartement de type T3 dans un bâtiment de l'ancienne gendarmerie. Une douzaine de bénévoles anime

l'antenne. Les consommateurs sont reçus en toute discrétion par deux équipes de deux bénévoles, la 3ème pièce servant de salle d'attente. Les consommateurs sont accueillis tous les vendredis de 10 à 16 heures en horaire continu. La présence occasionnelle d'étudiants en stage de fin d'études en Droit, futurs juristes ou avocats permet une meilleure approche des problèmes. Notre rôle est d'écouter, rassurer, donner des conseils aux consommateurs. Lorsque le litige nécessite une étude approfondie et/ou l'intervention de l'UFC QUE CHOISIR, les consommateurs sont invités à adhérer à l'association qui ne peut intervenir que pour ses adhérents. Puis après constitution du dossier, les bénévoles l'étudient en se référant aux textes législatifs en vigueur et interviennent auprès du professionnel soit directement par téléphone, soit, le plus souvent, en rédigeant un courrier qui est adressé au professionnel en lettre recommandée avec avis de réception.

Lorsque le courrier ne suffit pas à résoudre le litige, nous assistons les consommateurs dans une démarche de procédure judiciaire, pouvant aller de la conciliation à l'action près du tribunal d'instance.

Nous affirmons notre présence active dans les forums des associations, également dans la presse régionale et locale, ainsi que sur une chaîne de radio locale. Enfin, chaque année, nous nous

faisons connaître du public par un « printemps des consommateurs ». Dans un souci d'efficacité, toujours plus grande, les bénévoles participent à des formations qui leur donnent les outils nécessaires pour résoudre les litiges auxquels ils sont confrontés. Ils se tiennent également informés de toute évolution de la législation et des réglementations relatives au Droit de la Consommation. Notre satisfaction est d'avoir pu aider les consommateurs à résoudre leurs litiges.



Quelques bénévoles de Pontivy

LA PERMANENCE DE PLOERMEL

Les permanences de Ploërmel ont lieu à la mairie les lundis et vendredis de 14h à 16h30. Elles ont débutées en 2008 grâce à Yves Beroud qui en a été l'initiateur. Nous avons à notre disposition une salle au deuxième étage avec téléphone et connexion internet. Nous recevons sans rendez-vous. Le bilan de la permanence en 2017 est de 240 heures de permanence, 280 visites, 677 heures de bénévoles, 3 accompagnements devant conciliateur et 1 devant la justice.



Philippe NIO, animateur de la permanence de Ploërmel

LA PERMANENCE DE PLOUAY

C'est le 4 mars 2014 que la permanence de Plouay a été ouverte.

Cette permanence permet aux consommateurs qui habitent le nord-ouest du département de trouver une équipe de bénévoles à leur écoute pour les aider à résoudre leurs difficultés, que ce soit dans le cadre d'un différent avec un professionnel ou pour orienter dans les choix possibles pour l'achat d'un bien ou pour la signature d'un contrat.

La commune de Plouaya a été choisie par sa position géographique et sa bonne desserte routière. La Commune a bien voulu accepter de mettre une salle à notre disposition pour la réception des consommateurs.

Les permanences ont lieu tous les mardis à la salle de permanence de la bibliothèque, place du Vieux Château, de 16h à 19h (sans rendez-vous) où 2 bénévoles confirmés accueillent les consommateurs qui le souhaitent.



Catherine PORTAS, animatrice de la permanence de Plouay



Yves BERNARD-BONNABESSE, animateur de la permanence de Belle-Ile

ET SUR BELLE ILE

Depuis 2005 nous disposons de correspondants sur Belle Ile. Si la tenue d'une permanence régulière ne se justifie pas pour les quelques 5000 habitants de l'île, ils disposent cependant d'un numéro dédié qui leur permet de prendre contact avec nos bénévoles sur place et de leur exposer leurs litiges.

LA FORMATION DES BENEVOLES



Véronique de Valon, en charge de la formation

Quand un conseiller litiges débute, il assiste aux permanences litiges en qualité d'observateur pendant plusieurs semaines afin de s'imprégner des litiges que l'association peut rencontrer et de vérifier son intérêt

à leur traitement. A l'issue de sa période d'observation, un rendez-vous est programmé pour la suite à apporter à son engagement et afin de décider dans quel domaine il souhaite œuvrer plus particulièrement : les litiges, les enquêtes, les représentations, la communication, le secrétariat... Lorsqu'il prend le statut de conseiller litiges bénévole, il assure les permanences en duo avec un bénévole plus expérimenté. De plus, toutes les personnes qui débutent dans le bénévolat au sein de l'UFC-Que Choisir bénéficient d'une formation en présentiel.

Les 2 premières formations indispensables pour débiter sont :

- Découverte de l'UFC-Que Choisir
- Initiation au Traitement des Litiges.

Chaque année, différents stages sont proposés aux bénévoles plus aguerris.

- Les Litiges Immobiliers
- Accueillir le consommateur
- Litige vente/services.

D'autres stages ont déjà été proposés : Banque, Assurances, Litiges Locatifs, Santé, etc...

Il existe également l'e-Formation par internet qui permet au bénévole de suivre la formation à son rythme et de la reprendre à l'endroit où il s'est arrêté. Le catalogue de l'e-Formation (« Le Campus ») est le suivant :

- Initiation à GESTAL (l'outil de traitement des données pour l'association),
- Initiation au Traitement des Litiges,
- Litige vente/services (4 modules),
- La clé d'internet,
- La clé des réseaux sociaux.

Il s'avère qu'au-delà des formations, l'expérience s'acquiert avec le temps et l'étude des différentes problématiques posées. Compte tenu du nombre de bénévoles dans l'association, il est généralement possible de se rapprocher d'une personne plus experte dans un domaine particulier pour un travail en équipe.



Bénévoles en visite d'une usine des eaux

LES LITIGES DANS L'AL DU MORBIHAN

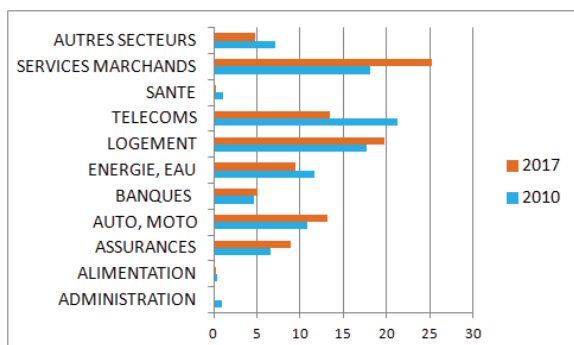
En 2017, les 45 conseillers du département qui se consacrent au traitement des litiges ont reçu 2 500 personnes au cours de 1 700 heures de permanence, assuré 780 heures de permanence téléphonique au cours desquelles ils ont reçu 2450 appels et passé 12 000 heures au traitement des litiges. Le nombre de dossiers traités par l'AL ne cesse d'augmenter d'année en année. Le triplement de l'activité durant ces 10 dernières années démontre le remarquable dynamisme de notre association morbihannaise. En parallèle, le traitement des litiges en ligne se développe. 144 demandes examinées en 2016, 158 en 2017. Et ce n'est qu'un début, puisque le lancement officiel par la fédération de ce type de traitement n'a été fait qu'en mars 2018.



Gilbert BORDIER et Catherine GUILLIER

Un adhérent sur 10 qui vient solliciter notre aide a des problèmes en rapport avec sa voiture. Nous retrouvons une remarquable constante de ce pourcentage au fil des ans. Peut-être est-ce une inéluctable loi de la nature ?... Voyons de plus près la répartition des litiges par grands domaines :

Dans notre association locale tout comme au niveau national, les trois domaines dans lesquels nous comptabilisons le plus de litiges sont : le logement, les services marchands et les télécoms puisque ces 3 sujets représentent plus de la moitié de notre activité. C'était déjà le cas il y a 10 ans mais la répartition a évolué au cours de cette décennie. Les litiges avec les opérateurs téléphoniques et internet n'ont cessé de décroître pour ne plus représenter que 13% de nos interventions d'aujourd'hui. A l'exception de SFR qui a vu une recrudescence des plaintes dernièrement, tous les autres opérateurs ont fait de gros efforts pour être à l'écoute des difficultés de leurs clients.



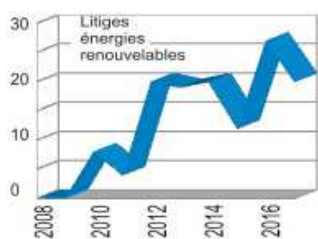
Litiges en pourcentage 2010 - 2017

Les litiges marchands sont « le gros » de notre activité puisqu'ils représentent presque ¼ des dossiers traités. Mais les habitudes de consommation changent et internet est passé par là ! De 0 en 2009, nous en sommes à plus de 70 litiges/an pour les ventes à distance/ventes internet. Une tendance qui n'est pas près de s'inverser... Les litiges en rapport avec les assurances, même s'ils restent à un niveau modeste, ont presque doublé en

10 ans. Pour les bénévoles en charge des litiges, il est évident que les contrats qui concernent les assurances aux personnes sont les dossiers qui reviennent de plus en plus fréquemment.

Les nouvelles technologies qui autorisent les signatures électroniques ou vocales nous amènent un grand nombre de personnes (souvent âgées) qui se retrouvent engagées dans des contrats santé pour lesquels elles n'avaient pas la moindre intention de souscrire. Pour certaines sociétés, ce sont des milliers de consommateurs qui se sont retrouvés piégés. Des actions de groupe sont d'ailleurs en cours : nous pouvons citer entre autres la société Néoliane contre laquelle nous sommes intervenus plusieurs fois. Mais bien qu'un dossier soit instruit depuis plus de 2 ans par le parquet, Néoliane continue toujours à placer ses contrats. Pas facile de faire changer les choses !

Les litiges en rapport avec l'énergie grimpent régulièrement. A noter ceux en lien avec les énergies renouvelables qui n'existaient pas jusqu'en 2009. Les premiers cas apparaissent en 2010 et s'envolent dès 2012. Le marché des panneaux photovoltaïques est le plus sensible et les vendeurs indéclicats ont largement exploité



l'argument du rachat d'électricité par EDF.

Aujourd'hui, le nouveau mot d'ordre qui fait fureur auprès des professionnels est celui de l'autoconsommation ou la promesse de produire soi-même son électricité pour sa consommation personnelle. On peut craindre que les litiges de ce type aient encore de beaux jours devant eux... D'ailleurs, pour la période du 1er janvier au 15 mai 2018, notre AL compte déjà 20 litiges en cours; à ce rythme nous pouvons tabler sur plus de 50 litiges sur l'année !

Autre dossier récurrent, celui du transport aérien. Si les réclamations étaient inexistantes jusqu'en 2009, les visites de consommateurs mécontents de retards et d'annulations de vol se multiplient. Les sites internet spécialisés dans l'obtention des indemnités prévues par la réglementation européenne sont désormais légions et les voyageurs sont maintenant avertis de leurs droits. Problème : les compagnies aériennes (probablement submergées par le nombre de réclamations) ne répondent plus. Et contre-attaquent : un jugement a donné raison à une compagnie qui arguait du fait qu'avoir un justificatif de paiement et une carte d'embarquement n'étaient pas des éléments suffisants pour prouver que le passager ayant subi un retard était physiquement à bord de l'appareil. Le consommateur a été débouté de sa demande d'indemnisation. Décidément, les litiges aériens vont devenir bien compliqués à traiter...

De toute façon, les litiges ne sont jamais simples. Chaque cas est particulier et nécessite beaucoup de travail de nos bénévoles pour trouver les réponses adaptées aux problèmes posés par nos adhérents en détresse.

Rappelons que dans le Morbihan, l'UFC ne compte aucun salarié et que tous les intervenants qui travaillent pour aider les consommateurs le font bénévolement : ce sont nos bénévoles-litiges, ils ne comptent pas leurs heures et obtiennent des résultats remarquables.

Qu'ils en soient ici remerciés !

LES ENQUÊTES

La Fédération de l'UFC-Que Choisir à Paris nous sollicite pour quatre à cinq enquêtes par an, et parfois pour des enquêtes supplémentaires à faire directement par mail. Elles sont conçues par le service de l'Observatoire de la Consommation et sont destinées à toutes les associations locales volontaires de France.

Elles doivent impérativement être faites sous couvert d'anonymat, ne jamais dire qu'on le fait pour l'UFC Que Choisir ! Nous avons une vingtaine d'enquêteurs disponibles pour l'AL du Morbihan.

Chaque enquête se déroule durant 15 jours précis et il faut absolument respecter ces dates pour leur bon déroulement. Pour chacune d'entre elles, nous donnons notre accord pour y participer environ deux mois avant le début de l'enquête puis nous recevons les documents une quinzaine de jours avant de commencer. Il y a à chaque fois un protocole à suivre ainsi qu'un questionnaire à renseigner. Il y a deux sortes d'enquêtes.



Béatrice MAURIN, en charge des enquêtes

LES ENQUETES CLIENT-MYSTERE

Nous avons un scénario prévu dans le protocole et nous allons alors nous renseigner dans différents organismes comme si c'était à notre compte personnel. Par exemple, nous avons été dans les auto-écoles (prix du permis), dans les services de pompes funèbres (prix des obsèques), dans les agences immobilières (respect de la loi ALUR pour les prix locatifs), dans les agences de voyage (conditions d'un voyage type), dans les EHPAD (prix mais aussi conditions d'hébergement) etc.

Tous les questionnaires remplis sont par la suite envoyés à la Fédération ; une synthèse en est faite et un article paraît ensuite dans la revue Que Choisir environ quatre mois après l'exécution de l'enquête. Nous recevons également les résultats correspondant au département du Morbihan. Suivant les sujets et les lieux d'enquêtes, nous faisons entre 15 et 25 enquêtes par thème. L'intérêt de ces enquêtes est de comparer soit les prix soit les prestations de différents fournisseurs (suivant les sujets) dans tout le Morbihan et de les mettre en parallèle avec les résultats nationaux.

LES ENQUETES DE PRIX

Nous recevons une liste de produits dont il faut relever les prix ; cela peut être en grandes surfaces alimentaires, sur les marchés, en magasins de bricolage, parapharmacies, magasins bio... A chaque fois, il faut être précis et ne pas se tromper de référence !

Merci à tous les enquêteurs qui doivent être précis, discrets, « comédiens » parfois... Pas toujours facile !!



LES REPRESENTATIONS

L'UFC-Que Choisir du Morbihan représente les consommateurs dans de nombreuses instances et commissions, fait valoir leur opinion et leurs intérêts et y fait remonter les questions de ses adhérents. Les domaines concernés sont principalement le fonctionnement des villes et des agglomérations, l'énergie, les services, la sécurité, l'environnement et la santé. En effet, en complément au fait que l'UFC-Que Choisir est présente dans les instances nationales et européennes, il est essentiel que les consommateurs puissent également exprimer leur avis auprès des instances locales et régionales.

Pour la Bretagne, les huit associations locales (Brest, Morbihan, Paimpol-Lannion, Quimper, Redon, Rennes, Saint Briec et Saint Malo) sont regroupées depuis 1985 et agissent de concert sur les dossiers régionaux et sur l'évolution du mouvement.

Au niveau local, nos bénévoles participent à la vie institutionnelle et y défendent les intérêts des usagers et clients. C'est ainsi que nous sommes présents dans plus de 20 commissions traitant du fonctionnement des collectivités locales, de l'énergie ou de l'environnement. Nous intervenons également dans le domaine de la santé. La diversité des actions peut apparaître à travers les quelques exemples qui suivent.

Nous représentons les usagers dans diverses commissions consultatives des services publics locaux (CCSPL) et assurons un contact avec des grandes entreprises (EDF, Engie, Orange, La Poste, ...), nous participons au Comité départemental des risques sanitaires et technologiques (CODERST), au SAGE (schéma d'aménagement et de gestion de l'eau) pour le Blavet et le Scorff, au comité local de l'eau (CLE) et nous sommes également présents dans les commissions de suivi de site (CSS) du centre d'enfouissement de Gueltas et de l'incinérateur du Sourn.

Les représentations santé dans le Morbihan sont nombreuses : 6 bénévoles siègent à différentes instances de santé sur le 56. Notre présence couvre 9 établissements de santé du Morbihan et un organisme d'usagers bretons : France Assos Santé où nous siégeons au comité régional chargé des territoires.



Ces bénévoles donnent de leur temps et s'impliquent dans leurs représentations pour que les usagers soient représentés le mieux possible. Ils assurent pour certains des permanences au sein des établissements pour être au plus proche des usagers. Ils font remonter les dysfonctionnements dans les établissements et participent à l'amélioration des dits établissements. Ils accueillent les litiges santé des consommateurs et usagers dans le domaine de la santé.

LA COMMUNICATION

Il ne suffit pas de faire, mais il faut aussi le faire savoir.

Notre association locale est régulièrement présente dans les médias régionaux, qu'il s'agisse de la presse, de la radio ou de la télévision. On y retrouve l'exposé des difficultés rencontrées par les consommateurs que nous recevons dans nos permanences, mais aussi la présentation des actions plus générales que nous menons en faveur de la consommation, de la santé ou de l'environnement.

Peu de consommateurs savent que notre association est présente au niveau local et toutes les occasions sont bonnes pour le leur rappeler.

Nous avons bien sûr un site internet qui nous est propre à l'adresse <https://morbihan.ufcquechoisir.fr>. En plus d'apporter des informations générales, il sert à présenter nos différentes permanences sur le département.

Réservée à nos adhérents, la lettre électronique mensuelle que nous rédigeons depuis plus de 10 ans leur donne des informations d'actualité.

Nous contribuons également à la Voix des Consommateurs, une publication trimestrielle rédigée en relation avec nos collègues du Finistère.

Nous apportons régulièrement de la matière au mensuel Que Choisir, que ce soit par les résultats des enquêtes réalisées au niveau local ou par la présentation de dossiers singuliers.



L'assemblée générale, moment de partage avec les adhérents



Conférence présentée par Alain BAZOT
– Président de l'UFC-Que Choisir le 22
mars 2018 à la Maison des associations
de Vannes à l'occasion des 40 ans de
l'association locale UFC-Que Choisir du
Morbihan



Alain BAZOT à côté du président départemental, Jean-Yves GOUABAULT

QUELLES PERSPECTIVES POUR LE CONSOMMATEUR ?

Merci à l'association locale du Morbihan de m'avoir invité. Vous avez une belle association et je voudrais rendre hommage aux bénévoles qui se sont investis durant ces 40 années écoulées et qui ont su en 10 ans, multiplier par deux le nombre de vos adhérents. Vous avez une place de choix dans le palmarès des associations ; il y a des associations qui ont peut-être plus d'adhérents, mais dont le bassin de population est bien plus important. Et puis vous avez un schéma : une association locale mais départementale, avec une technique d'occupation du territoire, une logique de proximité avec vos 3 antennes dont les responsables sont vraiment associés à la gouvernance de l'association. L'avenir est de répondre aux gens à distance et votre association est en plein dans cette dynamique, elle s'inscrit dans les évolutions des consommateurs. Vous êtes une association qui est sur tous les fronts : litiges, représentations, combats plus politiques comme la qualité de l'eau, mallettes pédagogiques. Et c'est tout un enjeu d'aller au devant du consommateur,

de le former, de l'informer, de lui donner les bons réflexes qui ont été perdus au fil du temps dans notre société qui fonctionne dans une logique de passivité.

Je voudrais maintenant vous rappeler l'évolution de la société de consommation et les grands défis qui se sont présentés à nous depuis 40 ans.

Fin des années 70, c'est l'époque où l'UFC Que Choisir naît dans le Morbihan. Mais c'est également l'année de la loi Scrivener, une des premières et plus grandes lois de protection des consommateurs. Nous sommes en plein apprentissage de la consommation mais avec une économie où le choix est encore assez limité. Les produits électroménagers d'alors présentent des problèmes de sécurité, ce qui est dénoncé par l'UFC à travers les tests déjà mis en place à cette époque. Problème résolu depuis bien longtemps...

Années 80, la première des grandes affaires de consommation explose, celle du veau aux hormones. C'est aussi un des premiers titres de gloire de notre organisation, décroché par le fameux boycott du veau aux hormones. Nous sommes en plein boum de la grande distribution, production et consommation sont débridées. Milieu des années 80 et années 90, il est une date à retenir : 1986, qui est celle de la libération des prix. Il faut alors inculquer au consommateur une nouvelle culture, celle de comparer.

Paradoxalement, c'est un moment où le mouvement consumériste, au lieu de se renforcer, va se diluer. Car l'État va se mettre à agréer à tout va une quantité invraisemblable d'associations au rang d'associations représentatives des consommateurs. La plupart de ces associations ont disparu ou ne sont plus que des coquilles vides. L'UFC Que Choisir a réussi à tirer son épingle du jeu et est désormais (et de loin) la première organisation de consommateurs de France et la cinquième plus grosse organisation dans le monde. Nous sommes à cette période, au début de la mondialisation avec ses excès majeurs. Du côté alimentaire, c'est le scandale de la vache folle ; du côté économique, c'est le mal du surendettement incluant les crédits toxiques que sont les crédits revolving. Suivront la loi Neiertz et la mise en place des commissions de surendettement.

Années 2000, changement d'ère avec l'arrivée de la monnaie unique. Au moment du passage à l'euro, là aussi l'UFC Que Choisir a marqué les esprits. On nous avait dit « mais non il y a un blocage des prix, ne vous en faites pas il ne va rien se passer ». Mais nous avons pu démontrer qu'il y a bel et bien eu une augmentation des prix hors normes et bien supérieure à tout ce qui s'était passé dans les autres pays européens. La convention préparée par le Président Sarkozy – un engagement de bonne conduite pour les grandes sociétés – n'a pas été signée par l'UFC qui réclamait des réformes structurelles avec une vraie dynamique concurrentielle.

Mais le plus grand changement pour cette période est technologique, avec l'émergence des télécommunications, la téléphonie mobile et bien sûr l'arrivée d'internet. La société connaît une mutation allant d'une société des biens matériels à une société des services. L'UFC Que Choisir se distingue à nouveau en faisant condamner les opérateurs de téléphonie pour entente illicite. Ce qui la fait arriver dans la cour des grandes associations, capable d'attaquer ces monstres et de les faire sanctionner plutôt sévèrement. Cela restera un fait d'armes majeur dans notre histoire.

Historiquement, l'UFC Que Choisir a acquis très tôt une compétence technique pour effectuer ses tests. Les administrateurs souhaitent désormais se doter d'une compétence économique et créent un service des études capable d'expertise dans le secteur des assurances, banques, transports, énergie, etc... Des dossiers thématiques extrêmement étayés sur le plan économique sortent et permettent de porter des revendications, des demandes structurelles sur des marchés qui fonctionnent mal, notamment dans le secteur de la santé comme celui de l'optique ou des audio prothèses.

La dernière période avant de voir l'avenir, du milieu des années 2000 au milieu des années 2010 est une période de consommation raisonnée imposée par la crise économique et la baisse du pouvoir d'achat. Raisonnée, mais pas encore responsable. Les gens cherchent à acheter malin, les low cost et hard discount se multiplient avec leur corollaire de problèmes, tels que l'émergence de ce problème de société qu'est l'obésité lié entre autres à la « malbouffe ».



Alain Bazot - Président de l'UFC-Que Choisir

Cette période de crise économique présente un risque fort de recul des droits de consommateurs. On se met à opposer compétitivité des entreprises et droit des consommateurs. En outre, les directives européennes tendent de plus en plus à être des directives d'harmonisation maximale qui imposent aux états un niveau commun de protection du consommateur. L'UFC Que Choisir est engagée à cette période dans plusieurs combats contre des directives qui auraient détricoté notre droit national en abaissant notre niveau de protection. Et nous arrivons à l'époque actuelle.

Quels sont les enjeux auxquels nous allons devoir faire face ? Que va t'il arriver ? Quand on parle des perspectives, on peut déjà parler du présent sachant qu'il va se projeter dans l'avenir. Il faut partir de deux aspects fondamentaux : le premier est que notre société est désormais dominée par l'univers numérique et le second concerne la grande tendance actuelle qui est une aspiration à une consommation responsable, avec ses enjeux de santé et d'environnement.

En résumé, pour une société de consommation dominée par l'univers numérique, l'enjeu extrêmement important est celui des données personnelles. Elles sont au cœur de l'actuelle société et le seront encore plus dans les années qui viennent. Ces données personnelles qui sont notre personnalité, nos caractéristiques, ce que nous sommes, ce que nous faisons, sont de plus en plus prélevées au moment de l'acte de consommation. Sur internet évidemment mais également via les objets connectés.

Nous allons arriver dans une société où les professionnels vont capter (et ils le font déjà via nos cartes de fidélité et le paiement par carte bancaire) tout un tas d'informations sur nous, leur permettant ensuite de

nous faire des offres extrêmement personnalisées. Le risque majeur étant la manipulation et la perte de notre libre arbitre. Un des combats historiques de l'UFC Que Choisir est d'avoir des consommateurs libres et éclairés. Avec les nouvelles technologies qui arrivent, ce n'est plus vous qui réfléchissez mais un logiciel qui, en fonction de vos habitudes, va vous dire ce qui est le mieux pour vous. Nous ne sommes pas contre cette évolution, elle est inéluctable, à condition que le consommateur sache qui a pris ses données, comment et où elles sont stockées, ce que l'on en fait (c'est la traçabilité), et que nous ayons le pouvoir de dire Oui ou de dire Non. C'est une revendication qui existe également au plan européen mais qui présente une grosse difficulté, celle de menacer un certain nombre de modèles économiques, notamment ceux des grands GAFA (Facebook, Google...) dont l'économie est l'économie de la donnée.

Il y a par ailleurs un débat qui n'a jamais été ouvert même chez nous à l'UFC. Dans la mesure où la donnée personnelle acquiert une valeur économique, est-ce que l'on doit refuser qu'elle soit prélevée au nom des droits du consommateur? Internet nous offre des opportunités, nous rend des services. Si nous verrouillons nos données personnelles, il n'y a plus de service rendu. C'est du donnant donnant : « tu me donnes tes données personnelles et je te rends un service ».

Mais si ces données personnelles ont un intérêt économique, est-ce qu'il ne faudrait pas que l'on revendique que le consommateur puisse se faire payer pour donner ces données ? Je n'y suis pas favorable et pense qu'il vaut mieux tenir bon sur la logique de la donnée personnelle comme étant un attribut lié à l'intimité de la vie privée ou au droit de la personnalité, à condition que ce soit encadré et que nous ayons l'assurance d'avoir les outils pour dire Non. Comme vous pouvez le constater, c'est un sujet complexe et nous n'avons pas de solution miracle pour faire face à ce déficit du numérique. Nous ne devons pas renoncer aux perspectives de l'univers digital, mais nous devons le maîtriser. La difficulté étant que l'innovation va plus vite que notre capacité à comprendre et à maîtriser le phénomène. Des tutoriels sont publiés pour expliquer aux gens comment paramétrer leur compte et bien gérer leurs données personnelles, l'UFC Que Choisir va créer une mallette pédagogique avec des outils de compréhension assez simples pour aider à la maîtrise de cet univers. Et il faut évidemment compter aussi sur un cadre réglementaire. Il existe déjà un règlement communautaire (RGPD - règlement général

de protection des données) qui permet aux états membres d'introduire dans leur législation interne une action de groupe « spéciale données personnelles », qui serait un dispositif spécifique permettant d'indemniser notamment le préjudice moral causé par l'utilisation inconvenante de vos données. Ce règlement doit être intégré en France par une loi ou par voie d'ordonnance. Espérons que ce projet d'intégration sera suffisamment enrichi. Passons maintenant au 2ème volet de nos perspectives: l'aspiration à une consommation responsable. A la faveur des dernières crises alimentaires : le cheval traité aux antibiotiques déguisé en bœuf, les œufs au Fipronil, Lactalis etc..., les consommateurs ont découvert que l'alimentation était gagnée par la mondialisation. Nous ne savons plus vraiment ce qu'il y a dans nos assiettes et encore moins d'où cela provient. Certains aliments transformés contiennent 30 à 40 ingrédients achetés par des traders sur un marché mondial, et pas même ceux qui les fabriquent ne connaissent leur provenance.

S'en est suivi - et c'est une grande nouveauté - une prise de conscience de l'impact de notre consommation sur la santé et l'environnement. Il y a maintenant une demande forte de la société de manger des produits beaucoup moins transformés, beaucoup plus primaires, d'avoir une traçabilité et une information sur le contenu des produits vendus.

D'autant plus que des séries de tests ont montré la présence de nombreux produits chimiques dans nos aliments : pesticides dans les salades, phtalates ou encres qui migrent des emballages vers les produits, etc...

Nous espérons que les États généraux de l'alimentation allaient se pencher sur ce problème. Cela a été un grand fiasco puisqu'il y a été essentiellement question du revenu agricole, de l'augmentation des prix et de cette fameuse augmentation du seuil de revente à perte qui est un mauvais coup pour les consommateurs puisqu'elle va certainement conduire à une augmentation générale des prix sans amélioration du revenu des agriculteurs.

Le consommateur souhaite désormais manger plus sain en privilégiant les produits locaux et le bio. Cet engouement devient une aubaine pour la grande distribution opportuniste qui se dit que les gens sont prêts à acheter plus cher et en profite pour doubler les marges sur les produits bio.

L'enjeu qui est devant nous est aussi celui de la transition énergétique avec une moindre consommation pour préserver la ressource et les matières premières, économiser l'énergie. Nous avons vu plus avant les opportunités du numérique ; il ne faut pas oublier la possibilité que cela offre au consommateur de reprendre son pouvoir de régulateur du marché. On peut citer la marque "C'est Qui Le Patron ?!" qui réalise collectivement le cahier des charges d'un produit, le fait fabriquer comme les internautes le souhaitent et le commercialise au juste prix, ou l'application « QuelCosmétique » lancée par l'UFC Que Choisir pour identifier les produits cosmétiques à risque, ou bien encore les achats groupés, comme l'offre « Énergie moins chère ensemble » qui a permis pour la première fois dans l'histoire de la France et de l'Europe que ce soit le consommateur qui impose des conditions générales de vente.

Voilà les perspectives assez fabuleuses que peut nous offrir l'univers de la consommation internet : un outil pour qu'enfin le consommateur reprenne sa part dans l'équilibre entre l'offre et la demande. Merci.

7 PLAQUETTES DISPONIBLES POUR VOUS RENSEIGNER



L'UFC-QUE CHOISIR
DU MORBIHAN
VOUS INFORME

Les directives anticipées

A quoi servent les directives anticipées ?
Quelles sont les conditions pour que mes directives anticipées soient prises en compte ?
Puis-je changer d'avis après avoir rédigé des directives anticipées ?
Quel est le poids de mes directives anticipées dans la décision médicale ?
Que puis-je faire pour m'assurer que mes directives anticipées seront prises en compte ?

UFC-Que Choisir du Morbihan
2 rue du Professeur Mazé
Maison des Familles
56100 - LORIENT
Téléphone 02 97 84 74 24
contact@morbihan.ufquechoisir.fr
Site : morbihan.ufquechoisir.fr



L'UFC-QUE CHOISIR
DU MORBIHAN
VOUS INFORME

Le mandat de protection future



UFC-Que Choisir du Morbihan
2 rue du Professeur Mazé
Maison des Familles
56100 - LORIENT
Téléphone 02 97 84 74 24
contact@morbihan.ufquechoisir.fr
Site : morbihan.ufquechoisir.fr



L'UFC-QUE CHOISIR
DU MORBIHAN
VOUS INFORME

La personne de confiance



UFC-Que Choisir du Morbihan
2 rue du Professeur Mazé
Maison des Familles
56100 - LORIENT
Téléphone 02 97 84 74 24
contact@morbihan.ufquechoisir.fr
Site : morbihan.ufquechoisir.fr



L'UFC-QUE CHOISIR
DU MORBIHAN
VOUS INFORME

*Signer
vous engage !*



Et si
je change
d'avis ?

Qu'est-ce que
la signature électronique ?

Vous voulez en savoir plus ?
N'hésitez pas à nous contacter ou à nous rendre visite

UFC-Que Choisir du Morbihan
2 rue du Professeur Mazé
Maison des Familles
56100 - LORIENT
Téléphone 02 97 84 74 24
contact@morbihan.ufquechoisir.fr
Site : morbihan.ufquechoisir.fr



L'UFC-QUE CHOISIR
DU MORBIHAN
VOUS INFORME

Acheter sur internet



Quoi ?

A qui ?

Comment ?

Livraison

Rétractation

Recours

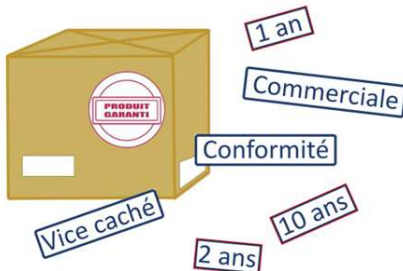
Vous voulez en savoir plus ?
N'hésitez pas à nous contacter ou à nous rendre visite

UFC-Que Choisir du Morbihan
2 rue du Professeur Mazé
Maison des Familles
56100 - LORIENT
Téléphone 02 97 84 74 24
contact@morbihan.ufquechoisir.fr
Site : morbihan.ufquechoisir.fr



L'UFC-QUE CHOISIR
DU MORBIHAN
VOUS INFORME

Les garanties



Vous voulez en savoir plus ?
N'hésitez pas à nous contacter ou à nous rendre visite

UFC-Que Choisir du Morbihan
Maison des Familles
2 rue du Professeur Mazé
56100 - LORIENT
Téléphone 02 97 84 74 24
contact@morbihan.ufquechoisir.fr
<https://morbihan.ufquechoisir.fr>



UFC-Que Choisir du Morbihan

Association agréée en Santé

POUR LA SANTÉ
L'UFC-QUE CHOISIR
EST AUSSI À VOS CÔTÉS

Vous recherchez
des informations
sur vos droits, sur
des aides ?

Vous rencontrez des
difficultés avec des
acteurs du système
de santé ?

Vous n'avez pas eu
suffisamment d'explications
sur les honoraires demandés ?
Vous ne pouvez pas avoir
accès à votre dossier médical ?



LES CONTACTS

Maison des Associations,
Bat. H, 6 quai du Plessis -
56300 PONTIVY
Tel : 02 97 79 16 95
Mèl : pontivy@morbihan.
ufcquechoisir.fr

Mairie de Ploërmel,
Place de la Mairie
Mèl : ploermel@
morbihan.ufcquechoisir.fr

Salle de permanence de la
Bibliothèque -
Place du Vieux Château
56240 PLOUAY

PLOUAY

LORIENT

SIEGE
Maison des familles,
2 rue du Professeur Mazé,
56100 LORIENT
Tel : 02 97 84 74 24
Mèl : contact@morbihan.
ufcquechoisir.fr

VANNES

Maison des Associations,
31 rue Guillaume Le Bartz -
56000 VANNES
Tel : 02 97 47 49 90
Mèl : vannes@morbihan.
ufcquechoisir.fr

BELLE ILE

Tel : 07 68 70 54 49
Mèl : belle-ile@morbihan.
ufcquechoisir.fr

✕ Consultez aussi notre site internet :
<http://morbihan.ufcquechoisir.fr>
Retrouvez-y notamment nos
lieux, conditions et horaires de
permanences.

✕ **ACCUEIL TELEPHONIQUE**
du lundi au samedi de 9h à
11h30 au 02 97 84 74 24 (cet
accueil est assuré à Lorient le
lundi, le jeudi, le vendredi et le
samedi, à Pontivy le mercredi et
à Vannes le mardi).