



# Union Fédérale des Consommateurs

Maison des Associations - 29, chemin de Baron

**32000 AUCH**

Courriel : [contact@gers.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@gers.ufcquechoisir.fr) - Site : [ufcquechoisir-gers.org](http://ufcquechoisir-gers.org)  
Réception des adhérents le mercredi de 9 h 30 à 18 h 30 **Non stop**



2014  
meilleurs vœux



## Bienvenue à Césarine !



Gersoise d'adoption depuis 2012, Césarine LE BELLEGUIC nous arrive tout droit de la Bretagne.

Déjà adhérente à l'UFC QUE CHOISIR "dans son pays natal", après son atterrissage en terre gersoise, elle s'est spontanément présentée à l'UFC QUE CHOISIR GERS pour proposer ses services ! Après un entretien avec le Président et avoir pris contact avec les bénévoles en place, elle a décidé d'adhérer à l'UFC QUE CHOISIR GERS et de proposer ses services pour renforcer l'équipe.

En octobre 2013 elle a été élue vice-présidente de l'UFC QUE CHOISIR GERS, elle seconde donc le président au plan juridique, tests, enquêtes et relations extérieures.

Son passé professionnel de professeur et directrice d'établissement scolaire, son militantisme en faveur du consumérisme, ses connaissances juridiques, son sens de la communication et du travail en commun ont très vite ravi notre équipe et nous travaillons pour vous accueillir encore plus efficacement en associant les différentes compétences de nos bénévoles et notre bonne humeur !

Il nous faudrait encore recruter deux bénévoles motivés pour couvrir d'autres domaines, si vous êtes motivés et disponibles, avec des connaissances informatiques et si possible juridiques, **n'hésitez pas et rejoignez-nous !** Contact par courriel pour fixer un rendez-vous...

Chères adhérentes, chers adhérents,

Votre association départementale UFC QUE CHOISIR GERS a terminé l'année 2013 avec une équipe remaniée !

Il est vrai que notre expansion progressive années après années nous imposait une nouvelle organisation interne pour plus d'efficacité au bénéfice des consommateurs gersois.

Notre fédération nationale UFC QUE CHOISIR nous incitait d'ailleurs depuis plusieurs années à adopter la nouvelle donne numérique et les nouvelles attentes consuméristes en matière de services.

En octobre 2013, le bureau du conseil d'administration de l'UFC QUE CHOISIR GERS a été remanié au profit de la modernité et des compétences accrues.

L'efficacité de ce nouveau groupe de bénévoles commence semble-t-il à porter ses fruits puisque le cap symbolique des 500 adhérents gersois a été atteint au 31 décembre 2013.

Cette vitalité confirme notre notoriété en tant qu'association de consommateurs de référence au plan Gersois et Régional tout en consolidant le mouvement national UFC QUE CHOISIR dans sa puissance sur les territoires.

Au niveau national et local, l'UFC QUE CHOISIR mène et mènera un combat incessant pour défendre tous les consommateurs et à tous les niveaux.

Le projet de loi consommation du ministre Benoît HAMON prévoit quelques avancées réclamées de longue date par l'UFC QUE CHOISIR :

- L'action de groupe devrait enfin voir le jour en 2014, elle reposera totalement sur les Associations de Consommateurs. Sans être totalement satisfaisante, elle marquera une avancée importante, vous pouvez compter sur l'UFC QUE CHOISIR pour la mettre en œuvre le moment venu.
- La résiliation des contrats d'assurances à tout moment au bout d'un an.
- Le renforcement des pouvoirs de la Direction Générale de la Consommation, de la Concurrence et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).
- La lutte contre les clauses abusives.

Mais nous devons rester très vigilants pour que les décrets d'application (souvent longs à sortir) soient totalement favorables aux consommateurs.

Un grand merci à vous tous, Adhérents, Donateurs, Bénévoles qui êtes le ciment de notre force et de notre indépendance financière face à la puissance des lobbies de la finance.

Vous remerciant par avance pour votre fidélité à notre association pour cette nouvelle année, l'ensemble des bénévoles gersois vous souhaite une bonne année 2014, santé et joie pour vous et ceux qui vous sont chers.

Jean-Claude FITÈRE

Membre fondateur en mai 1977

Président de l'UFC QUE CHOISIR GERS

**SOUTENEZ-NOUS  
adhérez**

**Défendez vos intérêts  
au quotidien...**

**...rejoignez l'association  
de consommateurs  
de référence !**



## PLAN DÉCHETS et protection de l'environnement dans le Gers

Nous étions au **Débat Public** organisé le mardi **26 novembre** à **Mauvezin**.

3 sujets d'étude étaient proposés aux participants et étudiés en atelier.

### Prévenir

Il est plus urgent aujourd'hui pour chacun d'entre nous de diminuer nos déchets et d'agir pour sensibiliser industriels et distributeurs.

### Valoriser

Le mot d'ordre pour les collectivités est de s'attacher à recycler et valoriser.

### Traiter

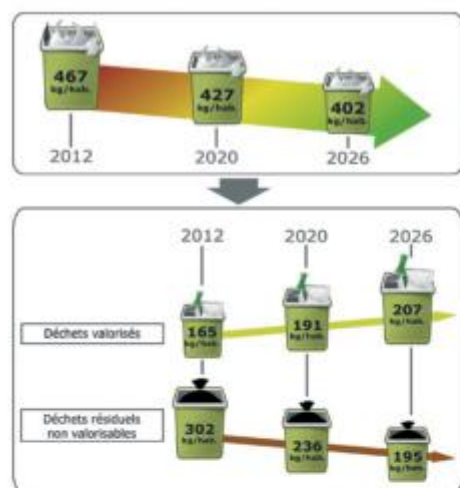
Une grande question : par qui ?

467 kg de déchets par habitant pour 2012 et 302 kg non valorisés.

### Pourquoi a-t-on attendu pour agir ?

A titre indicatif :

Objectif chiffré : déchets des ménages



## ASSURANCE EMPRUNTEUR

### Le Crédit agricole de Toulouse se moque de la loi !

La loi Lagarde interdit à une banque de majorer le taux de crédit si l'emprunteur refuse de souscrire l'assurance décès-invalidité (ADI) maison.

Mais les banques ne respectent guère cette disposition. Il est difficile de les prendre sur le fait car elles n'ont pas la naïveté de poser par écrit leurs conditions illégales.

Enfin, sauf le Crédit Agricole de Toulouse qui, dans un document distribué à ses conseillers

clientèle, écrit "si au moins une condition non remplie : + 0,10" de hausse du taux d'intérêt. Et, dans la liste des conditions, il y a l'ADI obligatoire. Y figure aussi la souscription d'une assurance multirisque habitation.

Double entorse à la loi.

*Le scandale c'est l'absence de sanction !*

## PROTÉGEONS LE COMMERCE DE PROXIMITÉ

Le **commerce de proximité** est défini comme l'ensemble des commerces de quotidien et des commerces en pôle de vie, ce sont notre boulanger, notre épicière, notre buraliste, tous ceux que nous sommes amenés à rencontrer chaque jour.

### Le Commerce de proximité c'est :

#### Le maintien du lien social :

*Mon boulanger prend des nouvelles de mes enfants...*

#### Un frein

#### à la désertification rurale :

*J'ai besoin de mon pharmacien, de mon épicière près de chez moi...*

#### Un soutien de la protection de notre environnement :

*Moins je prends ma voiture mieux c'est...*

#### La création et la vie de réseaux sociaux :

*Je peux m'informer sur les manifestations, les rencontres, dans mon quartier...*

Depuis son avènement, la grande distribution n'a cessé de croître et de s'étendre en captant de plus en plus de parts de marché, au détriment du commerce de proximité.

Mais la grande distribution ne peut jouer le rôle social du petit commerce, en particulier celui joué par le commerce alimentaire.

**Défendons  
le COMMERCE  
de PROXIMITÉ  
face à des  
grands magasins  
"dévorants"**

### N'oublions pas les atouts et le dynamisme du commerce de proximité

#### La qualité de ses professionnels :

*Pour la grande majorité on trouve des commerçants animés d'un réel savoir-faire et d'une forte passion pour leur métier et qui, respectueux du consommateur, assurent un rôle de conseil.*

#### Son rôle social :

*Aller faire ses courses, c'est encore aujourd'hui un moment agréable pour beaucoup d'entre nous, et cela contribue au maintien du tissu urbain et rural. On ne peut nier l'importance pour de nombreux français de se rendre chez son commerçant, d'y être reconnu.*

#### La recherche des produits de qualité :

*Ces produits deviennent un atout en apportant au détaillant satisfaction et fidélité du consommateur, consommateur qui peut ici aussi, par ses choix ou l'expression de son intérêt, influencer sur l'acte d'achat de son détaillant et donc, privilégier les produits locaux.*

#### La solidarité :

*En choisissant d'acheter dans le cadre de la production locale, le commerçant fait vivre sa région, entraînant richesse et maintien de l'emploi.*

#### L'organisation de nombreux salons et concours :

*Manifestations de promotion avec mise en avant de produits du terroir, là aussi pourquoi aller loin quand on peut se fournir près de chez soi ?*

Le vrai scandale, toutefois, c'est que le Crédit Agricole de Toulouse ne risque rien. La loi Lagarde, en effet, a posé des obligations sans prévoir de sanction. L'Inspection générale des finances planche sur le moyen d'ouvrir davantage à la concurrence ce marché de près de six milliards d'euros annuels. Peut-être faudrait-il commencer par admettre que les banques s'engouffrent dans toutes les failles de la loi.



## GARDER UN ŒIL SUR SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE ou comment gérer ses traces sur le net ?

L'**identité numérique**, appelée aussi **e-réputation**, rassemble toutes les informations présentes sur nous sur internet, soit parce qu'on les y a mises, volontairement ou pas, soit parce que d'autres les diffusent pour nous ; c'est en quelque sorte, l'ADN d'un individu sur le net : ce qu'il est, ce qu'il montre de lui, ce qu'on dit de lui, etc.

Tous les internautes sont concernés, qu'ils soient particuliers ou entreprise, association, qu'ils soient utilisateur régulier ou occasionnel. Chaque internaute étant une cible commerciale potentielle (la gratuité de l'internet est un leurre), toutes les traces qu'il laisse sont bonnes à exploiter, qu'il s'agisse d'éléments d'authentification (nom, prénom, numéro de téléphone, date de naissance, lieu d'habitation et/ou adresse, âge, sexualité, statut matrimonial, goûts, centres d'intérêt, etc...) de coordonnées bancaires ou d'adresse mail, de photos, de vidéos ou de contributions, de commentaires ou de liens utilisés.

Avoir une identité numérique présente quelques intérêts comme celui de faciliter la "rencontre", les échanges et la communication entre des personnes partageant les mêmes centres d'intérêts ; elle permet aussi de se mettre en valeur, sur un plan personnel ou professionnel et elle présente un côté pratique quand il s'agit de ne pas avoir à resaisir un mot de passe ou des coordonnées bancaires lors d'achats réguliers par exemple. A côté de cela, il est bon d'avoir conscience des quelques travers de cette e-réputation : au delà des problèmes de spams<sup>(1)</sup>, ou de phishing<sup>(2)</sup> sur lesquels on peut avoir une certaine maîtrise, il existe un risque d'usurpation d'identité, mais aussi un risque de voir sa réputation salie, à court terme ou à long terme, et un risque de manipulation de contenus laissés sur la toile.

Alors que faire ? Peut-on réellement maîtriser son identité d'internaute ? Est-ce possible de se protéger ? La réponse est oui, au moins en partie.

Tout d'abord, il n'est peut-être pas inutile de rappeler que chacun a le droit à ne pas exister sur la toile, soit en n'utilisant pas internet, soit en faisant connaître ce souhait à son entourage. Il est nécessaire également d'avoir conscience de la vitesse phénoménale de propagation des informations sur le net, en faisant attention à ce que l'on diffuse comme photos et commentaires notamment, sur soi et sur les autres. Il convient ensuite d'avoir de bonnes habitudes : posséder plusieurs adresses mail, par exemple, permet de dissocier sa vie professionnelle de sa vie personnelle, et aussi de sa vie de consommateur (avoir une adresse mail "poubelle" par exemple, utilisée pour tous les comptes commerciaux créés sur internet permet de maîtriser la réception des mails commerciaux et frauduleux).

Il est intéressant, également, de s'intéresser aux paramètres de confidentialité des réseaux sociaux, ou de changer régulièrement ses mots de passe, et de faire attention à bien se déconnecter de ses comptes après chaque utilisation : un pseudonyme connu seulement de son entourage peut également permettre de garder une certaine distance par rapport aux traces que l'on laisse. Enfin, surveiller ce qui se dit sur la toile à son sujet peut éviter de désagréables surprises : beaucoup d'entreprises gèrent ainsi leur image sur le net, en occupant leur place sur le net, en actualisant les informations diffusées les concernant ou en les faisant "disparaître". Pour un particulier, il suffit souvent de taper ses coordonnées dans un moteur de recherche général ou spécialisé (123people.fr par exemple) pour avoir une petite idée de son identité numérique.

Dans tous les cas, avoir conscience de l'existence de cette notion est déjà un moyen de maîtriser ce qu'on est sur le net et maîtriser son identité numérique devient un enjeu social, professionnel et citoyen ; en cas de problèmes, l'organisme de référence est la CNIL<sup>(3)</sup>, et la loi "informatique et libertés"<sup>(4)</sup>.

(1) **spam** : courriel indésirable, souvent une publicité ; les distributeurs de publicité achètent des lots d'adresses mails.

(2) **phishing** : fait de recevoir un courriel frauduleux, souvent très ressemblant à un courriel officiel type ceux envoyés par la CAF, EDF ou un établissement bancaire. L'imitation est plus ou moins grossière. Il faut être vigilant et surtout ne pas y répondre ou faire ce qui est demandé dans le message. On peut signaler ces messages sur ce site : [www.internet-signalement.gouv.fr](http://www.internet-signalement.gouv.fr)

(3) **CNIL** : commission nationale informatique et libertés chargée de protéger les données personnelles, accompagner l'innovation, préserver les libertés individuelles. [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr) ou 01 53 73 22 22 (permanence juridique gratuite par téléphone).

(4) **Loi 78-17** du 6 janvier 1978 modifiée régulièrement.

## 10 conseils de la CNIL pour rester net sur le web

[www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)

### 1 Réfléchis avant de publier !

Sur internet, tout le monde peut voir ce que tu mets en ligne : infos, photos, opinions...

### 2 Ne dis pas tout !

Donne le minimum d'informations personnelles sur internet. Ne communique ni tes opinions politiques, ni ta religion, ni ton numéro de téléphone.

### 3 Attention aux photos !

Ne publie pas de photos gênantes de tes amis ou de toi-même, car leur diffusion est incontrôlable.

### 4 Sécurise tes comptes !

Paramètre toujours tes profils sur les réseaux sociaux afin de rester maître des informations que tu souhaites partager.

### 5 Attention aux mots de passe !

Ne les communique à personne et choisis-les un peu compliqués : ni ta date de naissance ni ton surnom !

### 6 Visite tes traces !

Tape régulièrement ton nom dans un moteur de recherche pour découvrir quelles informations te concernant circulent sur internet.

### 7 Respecte les autres !

Tu es responsable de ce que tu publies en ligne, alors modère tes propos sur les blogs, les forums... Ne fais pas aux autres ce que tu n'aimerais pas qu'ils te fassent.

### 8 Utilise un pseudonyme !

Seuls tes amis et ta famille sauront qu'il s'agit de toi.

### 9 Fais le ménage après ton surf !

Si tu te connectes d'un autre ordinateur que le tien, pense à te déconnecter de tes comptes internet, sinon n'importe qui pourrait poster des contenus à ta place.

### 10 Crée-toi plusieurs adresses e-mail !

Tu peux utiliser une boîte e-mail pour tes amis et une autre boîte e-mail pour les jeux et les réseaux sociaux.



## Défaut de conseil et d'information

### La banque cède !

M. X emprunte 8 000 euros sur 48 mois pour l'achat de son véhicule. La banque lui demande un dépôt de garantie de 390 euros, dépôt qui lui sera rendu à l'issue des échéances du prêt.

Juillet 2013, la dernière échéance est payée, M. X demande le remboursement des 390 euros...

Réponse de la banque: Impossible, nous avons fait appel à une autre société de garantie, reprenez les termes de votre contrat vous constaterez que le remboursement n'est pas systématique.

M. X nous précise que jamais la banque n'avait évoqué la possibilité d'un non-remboursement et qu'il n'avait pas fait décortiquer toutes les clauses du contrat et nous sommes nombreux à faire la même chose, bien entendu. La banque en réclamant des fonds devait attirer l'attention de son client sur cette clause. Nous appuyons notre défense sur le défaut de conseil du professionnel et obtenons gain de cause.

**M. X reçoit 390 euros et cela moins de 2 semaines après notre intervention.**

## PLATS À BASE DE VIANDE : à cheval sur la traçabilité

Le scandale des lasagnes de cheval a révélé que la traçabilité était le point faible des produits à base de viande. Impérative pour les produits bruts, la mention du pays d'origine n'est pas obligatoire pour les produits transformés. Bruxelles avait alors promis une décision avant fin 2013.

En France, alors que nombre d'industriels prétendent qu'étiqueter l'origine de la viande est irréaliste, certains se sont engagés à le faire. Mais les résultats de l'enquête menée par l'UFC-Que Choisir sont mitigés. Sept enseignes, dont Picard et Auchan, sur neuf précisent l'origine de la viande, mais seulement trois marques nationales (Panzani, Marie et Fleury-Michon) sur neuf le font. Et certaines mentions valorisantes ("pur bœuf" ou "fabriqué en...") ne sont que des cache-misère visant à faire oublier l'absence de l'origine. Ce constat révèle les limites du volontariat et appelle une action normative. L'opacité sur l'origine des viandes permet aux professionnels de changer de fournisseurs en fonction des prix mondiaux, encourageant la spéculation et les risques alimentaires. Décidée à obtenir la traçabilité, l'UFC-Que Choisir a donc saisi de nouveau la Commission européenne.

## PANNEAUX PHOTOVOLTAÏQUES

### Restons vigilants !

Nous sommes nombreux à vouloir protéger notre environnement, mais attention aux contrats !

Attentif à ce problème et dans une démarche écologique, M. Y accepte d'installer un ensemble de panneaux solaires sur sa maison :

#### 1<sup>er</sup> point noir :

la toiture ne peut recevoir le nombre de panneaux envisagés.

En effet, pour mieux rentabiliser son investissement, on lui a proposé 2 installations (ce qui a fait l'objet de 2 contrats).

Sauf que... le commercial avait oublié de contrôler la faisabilité du projet !

#### 2<sup>e</sup> oubli :

Le commercial n'a pas précisé qu'avec les équipements réalisés et la production envisagée soit 4,5 KW, M. Y serait imposable sur les revenus liés à son installation (l'exonération d'impôt sur le produit des ventes d'électricité est limitée à la puissance de 3 KW crête).

#### 3<sup>e</sup> oubli :

Les frais de raccordement prévus au contrat étaient à la charge de la société prestataire, or M. Y reçoit un rappel lui demandant le versement de 930 euros pour que le raccordement soit effectué.

**Nous avons pris en charge le dossier et avec M. Y, nous avons obtenu :**

- l'annulation du 2<sup>e</sup> contrat,
- la prise en charge des 930 euros par le prestataire.

Notre indépendance financière...

c'est vous !

### 3 bonnes raisons d'adhérer

- 1 Vous compterez parmi les citoyens les mieux informés avec une écoute individualisée, des conseils d'experts et des informations pratiques
- 2 Vous serez mieux défendu grâce au soutien de l'association, notamment en cas de litige
- 3 Vous nous permettrez d'être plus forts en soutenant notre action

### Adhésion UFC-Que Choisir Gers (ou renouvellement pour 12 mois)

Cotisation de soutien : 100,00 € (dont 69,00 € défiscalisés)\*  
 Cotisation de soutien : 50,00 € (dont 19,00 € défiscalisés)\*  
 Cotisation de base : 31,00 € (non déductibles)  
 Cotisation revenus faibles : 26,00 € (non déductibles)

Règlement par chèque à l'ordre de l'UFC-Que Choisir Gers

\* Un reçu fiscal conforme vous sera adressé pour le montant versé au-delà de la cotisation de base fixée par l'Assemblée générale de l'UFC-Que Choisir du Gers (actuellement 31,00 euros).



## UFC QUE CHOISIR GERS

Maison des Associations  
29, chemin de Baron - 32000 AUCH

Tél. : 05 62 61 93 75 (adhérents le mercredi)  
 Courriel : contact@gers.ufcquechoisir.fr  
 Site : www.ufcquechoisir-gers.org

Réception des adhérents tous les mercredis de 9 h 30 à 18 h 30 Non stop

Nom :

Prénom :

\* Adresse :

Code postal :  Ville :

Profession :  Tél :

Courriel :

\* L'adresse postale doit être très précise : lieu-dit, numéro, rue, bâtiment, logement...)