



Grande consultation  
des consommateurs :  
les résultats en Pays de la Loire p.3



# Le Consommateur 72

Le bulletin de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe - n°65 - Décembre 2015 - prix : 0,80 €

## Sommaire

L'édito, les infos de l'association  
p. 2

Contrat de location p.4

Médiation p.4

Enquête :  
affichage  
foire du  
Mans  
p. 5



Environnement  
p. 8

Pharmacies :  
nouvelles  
dispositions  
p.9



Assurance  
Protection  
juridique p.10



Actions/résultats  
litiges  
démarchage  
p.11



Consommation/alimentation p.6 et 7



**P**hotovoltaïque, petit éolien, rénovation énergétique : 2541 plaintes enregistrées en 2014. Vous pensez sans doute qu'il s'agit des litiges traités par l'UFC-Que Choisir.

Et bien non, cette fois, il s'agit du bilan de la DGCCRF\* sur ce secteur. Face à ce bilan, cette dernière a réalisé une enquête sur ce secteur. Pour la DGCCRF, organisme d'Etat, le constat accablant est le même que pour l'UFC-Que Choisir : pratiques commerciales douteuses, surfant sur les arguments de protection de la planète et de réduction des coûts grâce au crédit d'impôts, incitation à s'endetter via des crédits affectés. Plus inquiétant encore, sur 35 entreprises spécialisées mises en cause, 20 détiennent la mention RGE (Reconnu Garant de l'Environnement). Les enquêteurs de la DGCCRF en concluent, comme l'avait fait l'UFC-Que Choisir : « le label RGE ne constitue malheureusement pas un gage de sérieux ni d'honnêteté de l'entreprise ».

Pourtant, lors de l'examen du projet de loi sur la transition énergétique, les parlementaires n'ont pas fait le choix de suivre les propositions de l'UFC-Que Choisir, en particulier sur une obligation de résultat sur la performance énergétique attendue, qui aurait garanti plus de sécurité pour le consommateur. Comme le constate Jean-Yves Hervez, dans son article sur la crise de l'élevage en page 7, les élus sont plus enclins à prendre en compte les demandes du monde économique que celles des consommateurs. Cela sera-t-il également le cas pour la loi santé. Parmi de nombreux points importants pour les consommateurs, l'UFC-Que Choisir s'est particulièrement attachée à défendre l'étiquetage coloriel, élément d'information simple et facile à appréhender pour connaître la qualité nutritionnelle d'un produit. Les parlementaires et les ministres concernés sauront-ils cette fois résister à la pression des industriels de l'agroalimentaire et faire le choix des consommateurs.

La grande consultation que nous avons lancée en mars 2015 auprès des consommateurs montre que pour 68% des consommateurs des Pays de la Loire interrogés, leurs droits de consommateurs ne sont pas respectés.

Souhaitons que 2016 voit cette situation évoluer et que les consommateurs puissent faire des choix d'actes d'achats en toute transparence et sécurité. L'UFC-Que Choisir continuera de se battre à vos côtés pour vous en obtenir les moyens. ■

*Evelyne Gaubert, Présidente*

\* Direction Générale de la Concurrence, Consommation et Répression des Fraudes

## L'UFC-Que Choisir de la Sarthe au salon du livre du Mans



Cédric Musso, Emmanuel Bordeau et Marietta Karamanli lors du débat

Le salon du livre du Mans a été l'occasion pour l'UFC-Que Choisir de la Sarthe de réunir, le temps d'un débat, Cédric Musso, Directeur de l'action politique de l'UFC-Que Choisir, et Marietta Karamanli députée de la Sarthe. Ce débat était animé par Emmanuel Bordeau, animateur radio.

Durant 45 minutes ils ont abordé plusieurs sujets autour du thème : « Consommation responsable, le consommateur est-il à même de jouer son rôle de régulateur ? »

Les deux acteurs ont souligné l'importance du rôle des consommateurs en tant que soutien des actions des associations de consommateurs mais aussi par l'action individuelle qu'ils peuvent avoir eux-mêmes auprès de leurs parlementaires. ■

*Evelyne Gaubert, Présidente*

## AG de l'association, jeudi 24 mars 2016 : réservez votre soirée

L'assemblée générale de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe se tiendra jeudi 24 mars à 17 h 00 (Salle Barbara ou Foyer Henri Barbin à préciser).

Elle sera suivie d'une réunion débat ouverte au public sur le thème : « les circuits alimentaires de proximité dans la Sarthe ».

L'assemblée générale est un moment important de la vie de l'association. Nous vous y attendons nombreux. ■

*Evelyne Gaubert, Présidente*

### Le Consommateur 72

Directeur de la publication :

Evelyne GAUBERT - N° de Commission Paritaire : 1119G79339 - ISSN : 1295-0629 - Dépôt légal Décembre 2015 - Bulletin trimestriel - Tirage : 2600 exemplaires - Reproduction et utilisation des articles parus soumis à l'accord de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe - Photos UFC-Que Choisir D.R. Impression : SARL I.C.I 20, avenue François-Chancel 72000 LE MANS - [www.icilemans.com](http://www.icilemans.com) ■

## Grande consultation nationale des consommateurs

### Les principaux enseignements

Après la première enquête organisée en 2011, l'UFC-Que Choisir a conduit de nouveau, durant 6 mois, une grande consultation auprès des consommateurs afin de recenser leurs préoccupations et attentes et en mesurer les évolutions. Plus de 30 000 réponses ont été analysées, permettant d'identifier les maux les plus fréquents dénoncés par les consommateurs,

#### Les principaux enseignements de cette enquête en Pays de la Loire

Pour 68 % des ligériens consultés, leurs droits ne sont pas suffisamment respectés. Si la tendance est en baisse par rapport à 2011 (78%), le sentiment d'un manque de considération reste ancré.

Plus d'un consommateur sur deux a été confronté à un litige dans l'année écoulée. Cette proportion, bien qu'inquiétante, est cependant moins élevée qu'en 2011 (57%).

#### Le podium des préoccupations, par secteur, en Pays de la Loire

La santé reste le secteur principal d'attention des consommateurs, comme en 2011, année du « Mediator ». L'intérêt n'était donc pas conjoncturel. Viennent ensuite la banque et les assurances, puis Internet et la téléphonie. L'alimentation arrive en 4ème position avec 48 % (3ème position au niveau national). L'environnement remplace l'énergie sur la dernière marche du podium des préoccupations.

### Un consommateur en quête d'informations

Trois nouvelles problématiques apparaissent en 2015 :

- traçabilité alimentaire ;
- vie privée sur Internet ;
- agriculture respectueuse.

Parallèlement, le consommateur reste très concerné par le coût des services (énergie, santé, ...).

Au final, on assiste à l'émergence d'un consommateur éveillé, en demande d'informations.

Il est plus exigeant : des prix bas, certes, mais, avant tout, plus de transparence sur ce qu'il achète.

#### De vraies interrogations sur les produits

Les sujets d'inquiétude vis-à-vis des professionnels restent les mêmes par rapport à 2011. On notera toutefois un intérêt grandissant des consommateurs pour la qualité et la fiabilité des produits.

Ainsi, l'inquiétude liée aux produits défectueux (32%) arrive en bas de classement, tandis que la durée de vie des produits (47%) fait l'objet d'un intérêt fortement grandissant entre nos deux enquêtes (+10 points).

### Des consommateurs sans recours

#### Les inquiétudes vis-à-vis des professionnels

Le recours en cas de problèmes bascule en seconde place des problématiques dans les relations avec les professionnels, juste derrière les pratiques agressives de type démarchage.

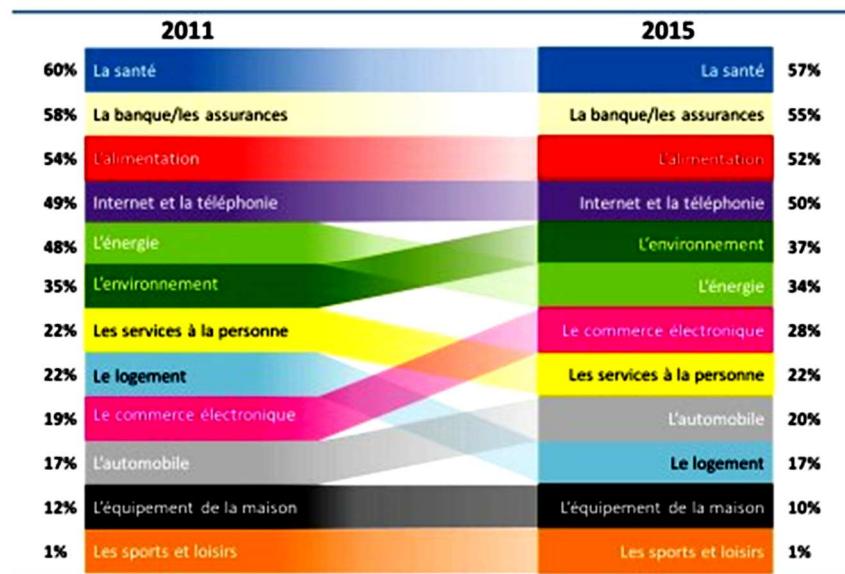
#### Un manque de soutien pour les actions en justice

Si le nombre de répondants ayant envisagé une action en justice est en baisse par rapport à 2011 (26% contre 34% en 2011), trois quart d'entre eux n'a pas pu aller au bout faute de temps ou de moyens. ■

*Evelyne Gaubert, Présidente  
D'après les résultats de l'enquête de l'UFC-Que Choisir*



#### Rappel des secteurs d'inquiétude au niveau national



UFC-Que Choisir - Grande consultation nationale des consommateurs - Novembre 2015

## Contrat de location

### Les justificatifs que le locataire doit fournir

La loi ALUR du 24 mars 2014 a imposé de déterminer, tant pour les locations dans le parc locatif privé d'un logement nu que celles d'un logement meublé, **une liste limitative de pièces** que le bailleur **peut** demander au candidat locataire et à sa caution lors de la mise en location d'un logement (article 6 de la loi ALUR).

Cette liste concerne les dossiers de candidature déposés au bailleur ou à son représentant à compter du 8 novembre 2015, date d'entrée en vigueur du décret n°2015-1437 du 5 novembre 2015.

**Les pièces justificatives qui peuvent vous être demandées en tant que locataire :**

- **une pièce justificative d'identité en cours de validité, comportant la photographie et la signature du titulaire** parmi les documents suivants : la carte nationale d'identité française ou étrangère, le passeport français ou étranger ou encore le permis de conduire français ou étranger ou enfin, un document justifiant du droit au séjour du candidat à la location étranger, notamment, carte de séjour temporaire,

carte de résident, carte de ressortissant d'un Etat membre de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen ;



- **une seule pièce justificative de domicile** parmi les documents suivants : les trois dernières quittances de loyer ou, à défaut, l'attestation du précédent bailleur, ou de son mandataire, indiquant que le locataire est à jour de ses loyers et charges, l'attestation d'élection de domicile établissant le lien avec un organisme agréé (article L. 264-2 du code de l'action sociale et des familles), une attestation sur l'honneur de l'hébergeant indiquant que le candidat à la location réside à son domicile ou

enfin le dernier avis de taxe foncière ou, à défaut, titre de propriété de la résidence principale ;

- **un ou plusieurs documents attestant des activités professionnelles**, notamment un contrat de travail ou de stage, un extrait K ou K bis du registre du commerce et des sociétés (RCS) de moins de trois mois pour une entreprise commerciale ou encore la copie de la carte professionnelle pour une profession libérale ;

- **un ou plusieurs documents attestant des ressources** tels que le dernier ou avant-dernier avis d'imposition ou de non-imposition, les trois derniers bulletins de salaires, un justificatif de versement des indemnités, retraites, pensions, prestations sociales et familiales et allocations perçues lors des trois derniers mois ou justificatif de l'ouverture des droits, établis par l'organisme payeur. ■

Source : Extrait du site INC (Institut National de la Consommation), article du 12/11/2015

Lire l'article entier : <http://www.conso.net/content/contrat-de-location-quelles-sont-les-pieces-justificatives-que-le-locataire-doit-fournir>

## Actualité juridique

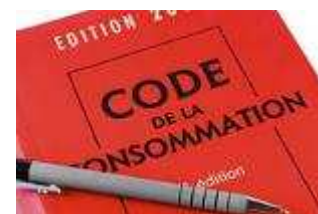
### Médiation des litiges de consommation

Selon l'Institut National de la Consommation (INC) :

« la médiation peut se définir comme un mode conventionnel de règlement des litiges par lequel un tiers tente de permettre aux parties, à travers l'organisation d'échanges entre celles-ci, de confronter leurs points de vue respectifs et de trouver, avec son aide, une solution pacifique au conflit qui les oppose. Ce mode alternatif de règlement des litiges est une alternative au procès, ce qui signifie qu'il n'a ni pour vocation, ni pour rôle de remplacer celui-ci. »

Bientôt, tous les consommateurs pourront avoir recours à un médiateur pour tenter de résoudre leurs litiges dans de multiples domaines. Un décret du 30/10/2015, pris en application de l'ordonnance du 20/08/2015 publiée au Journal Officiel du 21/08, introduit dans le Code de la consommation un titre consacré à la médiation des litiges de consommation.

En application de ces textes, les professionnels disposent d'un délai de 2 mois à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2015, soit jusqu'au 31/12/2015, pour se conformer à l'ensemble du nouveau dispositif institué par cette ordonnance.



Notre association qui a pour mission d'informer les consommateurs sur leurs droits, saura vous aider dans vos démarches pour régler à l'amiable vos litiges et vous épauler en cas de rejet de votre réclamation par un professionnel avec qui vous êtes en conflit. N'hésitez pas à nous contacter. ■

Jean-Noël Pitot, responsable  
Commission litiges

## Foires et salons

# Où en est le respect de la réglementation dans la Sarthe ?

Pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, lors de la foire du Mans, qui s'est déroulée du 10 au 14 septembre 2015, l'UFC-Que Choisir de la Sarthe, a accueilli les visiteurs sur son stand. L'objectif était d'informer les consommateurs sur leurs droits en matière d'achats dans une foire et de les conseiller avant de s'engager.

Nous voulions également vérifier si les dispositions de l'Arrêté du 2 décembre 2014, relatif aux modalités d'information sur l'absence de délai de rétractation, étaient appliquées par les professionnels.

Ce texte leur impose d'afficher dans leur stand, de manière lisible pour les consommateurs, sur un panneau réglementaire, la phrase suivante : **« le consommateur ne bénéficie pas d'un droit de rétractation pour tout achat effectué sur ce stand ».**

Pendant toute la durée de la foire, 396 stands, en dehors de l'espace agricole, ont été observés par nos bénévoles.

### Nos constats sur le terrain

Le matin de l'ouverture de la foire, pratiquement aucun exposant n'avait apposé le panneau. L'après-midi, nous avons appris que la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) avait effectué un rappel auprès d'un certain nombre d'exposants.

Nous avons alors constaté qu'à chaque entrée de bâtiment, une affiche concernant cette information avait été apposée.

*Affichage réglementaire :  
une obligation  
très peu respectée  
par les  
exposants !*

D'autres affiches sont alors apparues dans certains stands.

Au final, sur 396 exposants observés, seulement 59 avaient affiché une information lisible dans leur stand, et, parmi eux, uniquement 33 avaient un panneau conforme à la réglementation (taille, caractères, texte).

### Des disparités en fonction des espaces d'exposition

Dans les espaces fermés, tels que le hall B et la Rotonde, nos bénévoles ont pu constater la présence de l'affichage dans un stand sur trois. Dans certains espaces extérieurs, très peu d'affichages ont été appliqués. C'est le cas pour l'espace automobile et les magasins extérieurs en particulier concernant les travaux de rénovation de l'habitat.

En revanche, dans l'espace loisirs de plein air réservé aux caravanes, on constatait 50% d'affichage.

**Les professionnels ont encore beaucoup de progrès à faire pour appliquer la loi**

Bien que l'on ait pu constater une légère amélioration sur le respect de cet affichage par rapport au salon de l'habitat au Mans et à la Foire de La-Ferté-Bernard où il était quasi inexistant, on est encore loin, à la foire du Mans, du respect de la réglementation par tous les exposants. Cet affichage est pourtant essentiel pour attirer l'attention du consommateur sur l'absence de droit de rétractation pour tout achat effectué dans une foire, et donc l'inciter à la réflexion avant de s'engager par sa signature. ■

*Pascale Besnard,  
responsable enquêtes*



Jean-Noël Pitot, lors d'un enregistrement

## L'UFC-Que Choisir de la Sarthe sur RCF Le Mans

Retrouvez nos intervenants dans la chronique hebdomadaire de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe sur RCF Le Mans 101.2, tous les **mercredis** à 7h20 et 18h15.

Le programme de nos interventions sur RCF sur notre site : [www.ufc-quechoisir-sarthe.fr](http://www.ufc-quechoisir-sarthe.fr) ■



## Alimentation

### Une demande accrue d'informations

#### Enquête prix 2015

En mars 2015, les enquêteurs de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe ont de nouveau procédé à un relevé des prix dans la grande distribution.

Le panier composé de 81 produits de marques nationales (70% du panier) et de marques de distributeurs (30 % du panier) reflète la consommation moyenne des ménages et contient des produits des 6 grands rayons : épicerie, lait/fromage, fruits/légumes, viandes/poissons, boissons, non alimentaire.

**Sur le plan national, notre enquête a révélé une stagnation des prix entre septembre 2014 et mars 2015\*.**

En mars 2015, le coût moyen national du panier est de 410 €, alors que pour la Sarthe, il est de 405 € toutes enseignes confondues. Toutefois, il faut noter que **la Sarthe est le département le plus cher de la région des Pays de la Loire**. La région Ouest reste toujours la moins chère alors que l'Île-de-France demeure la plus élevée.

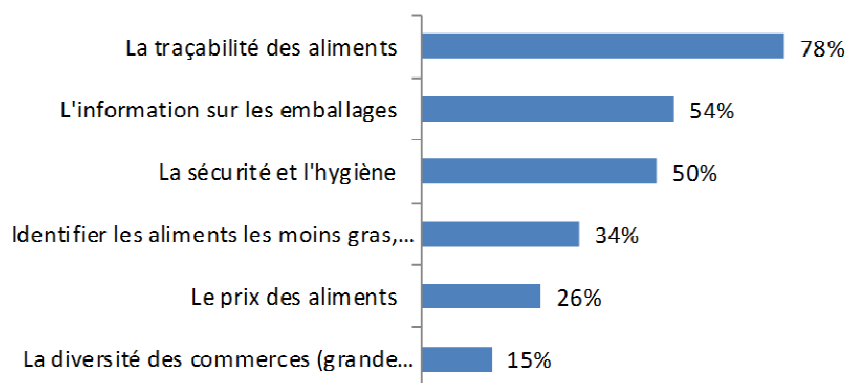
En Sarthe, 48 grandes surfaces alimentaires et drives ont été enquêtées. L'enseigne E. Leclerc reste en tête du classement. Ses magasins et ses drives se situent dans une fourchette de 373 à 381 € suivis par Carrefour Centre commercial Sud à 392 €. Viennent ensuite les enseignes U de 390 à 400 €, exception faite du Super U de La Suze (413 €), du Super U avenue Bollée au Mans (421 €) et du U Express avenue de-Gaulle qui se distingue avec 452 €. Les Intermarché affichent de 398 à 409 €. Auchan passe nettement la barre du panier moyen (416 €). Les Carrefour Market restent dans les plus chers avec de 420 à 440 €. Monoprix Le Mans garde la palme du magasin le plus cher avec 479 €, soit 106 € de plus que le magasin le moins cher. Faire ses courses dans les magasins en centre-ville du Mans revient vraiment plus cher. ■

*Pascale Besnard,  
responsable enquêtes*

\*Actualisez le coût du panier dans les magasins de votre secteur avec [le compareur de prix de l'UFC-Que Choisir](http://lecompareur.de.prix.de.l'UFC-Que.Choisir), sur le site [www.quechoisir.org](http://www.quechoisir.org)

*Parmi les résultats de la « Grande consultation des consommateurs », l'alimentation vient en 4ème position des préoccupations pour la région Pays de la Loire.*

#### Les produits alimentaires (Pays de la Loire)



On le voit sur le graphique, la transparence mais aussi l'information sur les produits d'alimentation sont devenues une préoccupation majeure des consommateurs de la région, avant même celle sur les prix.

Résister au marketing alimentaire et pouvoir faire des choix raisonnés sur la base d'éléments fiables, n'est pas si facile.

**C'est pour cette raison qu'en 2016, notre association va organiser des « rendez-vous Conso » sous forme de rencontres avec les consommateurs.**

L'objectif : prendre conscience de ce qui guide nos choix et les faire évoluer pour prendre en compte des critères plus raisonnés et moins dépendants du marketing alimentaire. Nous pourrions ainsi proposer aux structures qui souhaitent collaborer avec nous pour une meilleure information des consommateurs jeunes et moins jeunes, plusieurs ateliers sur le thème : « comment mieux consommer pour manger sain et équilibré ? ».



Ce projet vous intéresse, vous pouvez dès maintenant nous contacter.

**Les ateliers proposés :**

- produits alimentaires : bien les choisir au juste prix ;
- les courses alimentaires : s'organiser pour ne pas gaspiller ;
- promesses nutritionnelles : savoir les décrypter et les déjouer ;
- bonnes pratiques alimentaires : rester en bonne santé et se faire plaisir ;
- produits du petit déjeuner : décrypter les étiquettes pour faire les bons choix ;
- fruits et boissons aux fruits : découvrir ce qui les distingue. ■

*Evelyne Gaubert, Présidente*

## Crise de l'élevage

# Un modèle agricole à bout de souffle !

*Le consommateur a le droit de Savoir, non seulement d'où vient ce qu'il mange, mais aussi comment on le produit.*



Cet été les éleveurs ont manifesté, souvent violemment, leur inquiétude face à une problématique : la faiblesse de leurs revenus. L'UFC-Que Choisir a considéré à l'époque que c'était un sujet qui ne concernait pas les consommateurs.

Malgré tout, quelques mois après ces manifestations, il est urgent de réaffirmer que le consommateur n'est pas seulement une partie faible à protéger mais un acteur qui a le droit de participer à la régulation des marchés. C'est ce que semblent avoir oublié (ou peut-être jamais compris) les élus qui privilégient la relation avec le monde économique qu'il soit industriel ou agricole.

Nous sommes pourtant plus de 60 millions !

Dans une récente enquête que nous venons d'effectuer (plus de 32 000 répondants), l'alimentation arrive en 3<sup>e</sup> position sur le podium des préoccupations des consommateurs français derrière la santé et les banques. La traçabilité des aliments est la préoccupation de 73 % d'entre eux et 63 % sont favorables à une agriculture respectueuse de son environnement. Ce sont des éléments nouveaux qui n'apparaissaient pas lors de notre précédente étude en 2011.

**Au final, on assiste à l'émergence d'un consommateur éveillé, en demande d'informations. Il est plus exigeant en termes de transparence sur ce qu'il achète.**

### **Que veulent les consommateurs par rapport aux denrées alimentaires ?**

#### **Le droit à une information fiable**

Les emballages des produits transformés mettent en avant des allégations marketing qui ne servent à rien pour le consommateur, sinon à vanter les mérites de la marque. Aucune indication sur la provenance de la viande, ni sur l'ingrédient principal n'y paraît.

Pour ce qui est des mentions volontaires existantes faisant référence à une origine française (par exemple, « viandes de France »), l'UFC-Que Choisir rappelle qu'elles ne sont pas en soi des garanties de qualité. En revanche, ces indications vont évidemment dans le sens d'une meilleure information du consommateur.

#### **La transparence sur les prix**

Depuis le début des années 2000, les courbes des produits frais à la production et des produits frais à la distribution n'ont pas arrêté de s'écarter. Cette anomalie, nous l'avons constatée au moment du passage à l'euro et à la flambée du prix des matières premières qui a suivi. Pour l'UFC-Que Choisir, les prix des produits alimentaires mis en rayons doivent refléter fidèlement l'évolution des coûts des matières premières.

Une exigence qui vaut particulièrement pour les denrées brutes ou faiblement transformées, le prix des matières premières représentant une part significative du prix final. Cela reste un vœu pieu.

La grande distribution répercute les hausses mais oublie de répercuter les baisses pour les consommateurs. (voir crise agricole sur le site [quechoisir.org](http://quechoisir.org)).

#### **La sécurité des aliments**

Des récentes crises agricoles (vaches folles, viande de cheval dans les lasagnes...) nous ont montré que le système n'était pas aussi protecteur que l'on veut bien le faire croire. On ne rétablira pas la confiance des consommateurs par l'unique communication mais par des actes montrant que leurs préoccupations sont bien prises en compte. Nous en sommes loin pour l'instant.

Le consommateur a le droit de savoir non seulement d'où vient ce qu'il mange, mais aussi comment on le produit. Si l'élevage français se donne les moyens de garantir sa qualité, le consommateur lui donnera sa préférence et acceptera de payer plus cher.

**Une vision à long terme pour l'élevage français s'impose !**

Il faut changer de cap en misant sur la qualité pour aller vers une véritable agro-écologie respectueuse des sols, de l'eau, de l'environnement d'une manière générale et naturellement des consommateurs. ■

*Jean-Yves Hervez, responsable national Commission agriculture et alimentation*

## Lingettes

### N'en jetez plus dans les toilettes !

**Les lingettes ne se dégradent pas dans l'eau.**

Jetées dans les toilettes, elles entraînent l'obturation des canalisations et un dysfonctionnement du réseau d'assainissement. En conséquence, les factures qui en découlent sont fortement augmentées.

Contrairement à ce que l'on croit bien souvent, et malgré les étiquettes des paquets, la quasi-totalité des lingettes jetables ne sont pas « biodégradables » et se retrouvent dans les eaux usées.

Si elles sont jetées dans les toilettes, votre système d'assainissement individuel (fosse, canalisation...) risque de s'en trouver bouché.

Pour l'assainissement collectif, ces lingettes jetées, forment des filasses qui colmatent les tamis et bouchent les pompes. Les eaux usées ne sont plus relevées, ne peuvent s'évacuer dans le collecteur et, non traitées, vont polluer le milieu naturel. De plus les pompes se détériorent, bien plus rapidement.



Le seul intérêt de ces lingettes est de faciliter la vie mais les nuisances engendrées en les jetant dans les sanitaires sont nettement plus importantes.

**Donc, de grâce, ne vous débarrassez plus de vos lingettes dans les toilettes : ça coûte bien trop cher. C'est à la poubelle qu'elles doivent toutes terminer. ■**

*Alain André,  
commission environnement*

## Plantations

### Je respecte les distances et mes voisins

Pour planter des arbres, arbrisseaux et arbustes près de la limite de propriété voisine, il est nécessaire de respecter les dispositions de l'article 671 du Code Civil qui fixe la distance minimum à observer pour les plantations.

S'il existe des règlements particuliers ou des usages locaux, vous devez les appliquer (la mairie vous renseignera sur leur existence éventuelle).

Sinon, c'est la règle générale qui s'applique avec une distance à respecter de 2 mètres de la ligne séparative de propriété pour les plantations dont la hauteur dépasse 2 mètres, et de 50 centimètres pour les autres plantations. Si les branches arrivent à dépasser la limite de votre terrain, votre voisin peut exiger que vous procédiez à un élagage.

Le non-respect de cette règle peut conduire votre voisin à exiger que les plantations incriminées soient réduites à la hauteur légale, voire arrachées. ■

*Jean-Noël Pitot,  
responsable commission litiges*



**Nos « Experts » de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe en direct sur France Bleu Maine**

Posez nous vos questions lors de nos interventions, **en direct sur France Bleu Maine**  
Le Mans 96.0 - La Flèche 101.7 - Sablé-sur-Sarthe 105.7 dans l'émission « les Experts », de 9 heures à 9 h 45. ■



## Officines de pharmacie

# De nouvelles dispositions

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015, de nouvelles dispositions sont entrées en vigueur au niveau des pharmacies, en particulier le principe des **honoraires de dispensation en officine**. Sur votre décompte de remboursement de la Sécurité Sociale\*, chaque ligne de paiement d'une boîte de médicament est doublée d'une ligne "HONOR. DISPENS".

L'objectif est de valoriser le rôle, la fonction et les missions de conseil et de prévention du pharmacien. Le but est d'augmenter sensiblement la part fixe de sa rémunération afin de la rendre moins dépendante du prix et des volumes des médicaments vendus. Cela consiste pour le pharmacien à vérifier la validité de l'ordonnance, l'admissibilité des renouvellements, l'adéquation de la posologie prescrite, à contrôler les interactions au sein de l'ordonnance et à conseiller les patients.

**Cette réforme instaure deux types d'honoraires de dispensation.**

### 1 - L'honoraire par conditionnement

Le travail de vérification, de contrôle et de conseil associé à la dispensation de médicaments par le pharmacien sera désormais valorisé par un honoraire de dispensation pour chaque boîte délivrée.

Il est pris en charge par l'assurance maladie obligatoire et les mutuelles complémentaires dans les mêmes conditions que les médicaments auxquels ils se rattachent :

- pour les conditionnements mensuels : 0,82 € TTC du 01/01/2015 jusqu'au 31/12/2015, puis 1,02 € TTC à compter du 01/01/2016 ;
- pour les conditionnements trimestriels : 2,21 € TTC du 01/01/2015 jusqu'au 31/12/2015, puis 2,76 € TTC à compter du 01/01/2016.

### 2 - L'honoraire complexe.

Cet honoraire s'applique aux ordonnances dites complexes comportant au moins 5 lignes différentes de médicaments remboursables en une seule délivrance. L'honoraire s'élève à 0,51 € TTC par dispensation. Il s'ajoute à l'honoraire de dispensation par boîte. Il est quant à lui intégralement pris en charge par l'assurance maladie.

### Ce qu'il faut savoir

Le tarif des nouveaux honoraires perçus, ci-dessus, doit être porté à la connaissance des patients dans toutes les officines soit par voie d'affichage, soit par le biais d'un catalogue tenu à sa disposition.

Ces honoraires de 0,82 € TTC par boîte sont bien sûr remboursés généralement à 65% par la sécurité sociale, soit 0,53 €. Reste à votre charge directe ou indirecte 35 % via votre complémentaire.

En contrepartie, la marge commerciale des pharmaciens perçue pour chaque boîte vendue (calculée en pourcentage du prix du fabricant) a été ajustée à la baisse.

L'UFC-Que Choisir accepte ce principe de rémunération sous réserve que le conseil soit réellement au rendez-vous et que le consommateur soit bien informé de ces nouvelles dispositions. Nos récentes enquêtes ont montré que nous sommes encore loin de cette réalité.

### La réglementation sur l'affichage des prix dans les officines de pharmacie depuis le 1er juillet

La vente de médicaments en officine est soumise à de nouvelles règles d'affichage des prix.

Le prix des médicaments exposés à la vue du public doit faire l'objet d'un affichage visible et lisible.

Pour les médicaments en accès direct au public (en rayons), l'affichage peut être remplacé par une étiquette sur le produit.

Pour les médicaments non exposés à la vue du public, le prix de vente TTC doit être étiqueté ou mentionné dans un catalogue sur un support matériel ou électronique consultable sur place.

Un document unique d'information doit être affiché, dans la pharmacie, sur un support visible et lisible par le consommateur, avec la formule suivante :



*« Le prix des médicaments non remboursables est libre. Le prix des médicaments remboursables est réglementé. Au prix des médicaments, peut s'ajouter, dans les conditions définies par la réglementation, un honoraire de dispensation par boîte et par ordonnance. À votre demande, un justificatif de paiement peut vous être remis. »*

La formule doit être complétée, le cas échéant, par les phrases suivantes :

- si les médicaments non exposés à la vue du public ne font pas l'objet d'un étiquetage : « *Un catalogue des prix des médicaments non exposés à la vue du public est mis à votre disposition* » ;

- si le tarif des honoraires n'est pas affiché : « *Le catalogue de prix des médicaments non exposés à la vue du public détaille le tarif des honoraires* ».

Par ailleurs, le consommateur a la possibilité de réclamer un justificatif de paiement (ticket de paiement), indiquant la date d'achat, le nom et l'adresse de l'officine, le nom, le prix TTC et la quantité du médicament délivré, et éventuellement le montant des honoraires de dispensation perçus par le pharmacien.

Ces règles ne s'appliquent pas à la vente à distance de médicaments.

Rappel : les vignettes apposées sur les boîtes de médicaments sont supprimées depuis le 1er juillet 2014. ■

*\*arrêté du 28 novembre 2014 relatif à l'information du consommateur sur le prix des médicaments.*

*Pierre Besnard, responsable de la commission santé*

## L'assurance Protection juridique Intérêt et limites

### A quoi sert l'assurance Protection Juridique ?

Elle assure la défense des droits et des intérêts de l'assuré. Elle vise à lui donner les moyens de se défendre ou de faire valoir ses droits, à l'amiable ou en justice, contre un tiers.

### Les domaines d'intervention de l'assurance Protection Juridique

D'une manière générale, sont garantis les litiges survenant dans le cadre de la vie privée et concernant les domaines de la consommation, de la santé, le domicile, les travaux, les relations avec les administrations ...

### Les prestations garanties par l'assurance Protection Juridique

#### • La prévention et l'information juridiques

Des juristes vous informent de vos droits et des mesures nécessaires à la sauvegarde de vos intérêts.

#### • La défense amiable de vos intérêts

En cas de litige (c'est-à-dire en cas de réclamation faite par vous ou contre vous), l'assureur effectue les démarches amiables auprès de la partie adverse afin de rechercher une solution négociée au mieux de vos intérêts.

#### • La défense judiciaire de vos intérêts

En l'absence de solution amiable, l'assureur prend en charge, dans les limites du contrat, les frais et honoraires engendrés par toute action en justice visant à la reconnaissance de vos droits (règlement des frais d'expertise, d'huissier, d'avocat ...)

#### • L'exécution et le suivi

L'assureur met en œuvre les moyens nécessaires à l'application de l'accord amiable ou de la décision judiciaire obtenu et prend en charge les frais qui en découlent.

### Les différents types de contrats d'assurance Protection Juridique

• Certains contrats d'assurance habitation ou automobile incluent une garantie Protection Juridique appelée « garantie défense et recours après un accident ». Mais celle-ci concerne exclusivement les litiges liés aux événements garantis dans le contrat (accident, incendie, dégât des eaux) et avec un seuil d'intervention excluant les petits litiges et un plafond de prise en charge d'honoraires parfois insuffisant.

### • La Protection Juridique Générale.

Il s'agit de la garantie la plus large faisant l'objet d'un contrat d'assurance spécifique qui définit précisément son étendue et ses exclusions. Elle couvre la grande majorité des litiges de la vie quotidienne (consommation, voisinage ...). Avec cette formule, les plafonds de prise en charge d'honoraires sont généralement plus élevés.

### Ne pas confondre

« Protection Juridique »  
et « Responsabilité Civile »



• Au titre de la garantie de Responsabilité Civile, l'assureur garantit la défense des intérêts de son assuré et prend en charge la réparation des dommages que celui-ci cause à un tiers.

L'assureur de Protection Juridique ne prend en charge que les frais de défense de son assuré mais n'indemnise pas les tiers en cas de condamnation reconnaissant la responsabilité civile de l'assuré.

• Autre distinction fondamentale : l'assureur de Responsabilité Civile possède la direction du procès et décide du choix de l'avocat. En matière d'assurance Protection Juridique, c'est le principe du libre choix de l'avocat par l'assuré qui est la règle. L'assureur ne peut proposer le nom d'un avocat qu'à la demande écrite de l'assuré. En revanche, l'accord de l'assureur est impératif avant toute action (recours à un huissier, un expert, un avocat...) faute de quoi l'assuré perdrait ses droits à garantie.

### Coût de l'assurance Protection Juridique

Si vous souscrivez un contrat d'assurance de Protection Juridique Générale, il vous en coûtera, en moyenne 5 à 6 € par mois pour une formule de base.

Mais comme tout autre type d'assurance, en fonction des garanties proposées, des domaines d'intervention couverts, des plafonds de garantie, de l'étendue territoriale..., la prime peut être plus élevée.

### Les points à vérifier lors de la souscription d'un contrat d'assurance de Protection Juridique :

- les conditions générales du contrat ;
- les limites territoriales d'application de la garantie (France, Union Européenne...);
- les domaines d'intervention couverts ;
- les garanties en option ;
- le montant des frais pris en charge (ce montant est souvent limité par dossier et par année) ;
- les limites de garanties : le délai de carence, les exclusions, les seuils d'intervention ... ;
- le plafonnement des honoraires d'avocat, d'expert... selon les catégories d'actions entreprises.

A noter : avant toute conclusion du contrat, l'article L112-2 du code des assurances prévoit la remise, par l'assureur, d'une notice d'information pour décrire les garanties, les exclusions et les obligations de l'assuré.

Notre association peut, en dehors de tout litige, conseiller ses adhérents afin de les aider à comparer les différentes offres qui leur sont faites.

### L'arbitrage en cas de désaccord entre l'assuré et son assureur Protection Juridique

En cas de désaccord sur les actions à mener pour régler un litige (exemple : l'assureur refuse de missionner un expert ou un huissier de justice, ou d'engager un procès), l'assuré peut, dans un premier temps, solliciter notre association afin de recevoir des conseils judiciaires pour une gestion optimale du conflit rencontré.

Si le désaccord avec l'assureur subsiste, l'assuré peut faire appel à un arbitre désigné d'un commun accord avec l'assureur, ou à défaut, par le tribunal de grande instance. Les frais exposés par la mise en œuvre de cette procédure sont à la charge de l'assureur. ■

*Jean-Noël Pitot, responsable  
commission litiges*

## Démarchage encore et toujours !

### BT Concept Eco, la société qui ne veut pas s'emBT !

Depuis plusieurs années, nous mettons en garde les consommateurs sur le démarchage à domicile et plus particulièrement, dans le domaine des énergies renouvelables.

On découvre régulièrement de nouvelles sociétés qui pratiquent cette technique de vente. Certaines se distinguent par leur tendance à négliger la réglementation. Tel est le cas de la société BT CONCEPT ECO ayant son siège à Saint-Sylvain d'Anjou dans le Maine-et-Loire et qui propose des prestations telles que l'isolation, la peinture, l'hydrofugation, la ventilation des bâtiments...

Les litiges déclarés par les adhérents de l'UFC-Que Choisir sont de plusieurs types : démarchages successifs, vices de forme des bons de commande, prix non conformes à ceux du marché, absence d'économie d'énergie pourtant mise en avant lors du démarchage, défaut d'information sur les biens et services, mauvaise exécution des travaux.

**A ce jour, l'UFC-Que Choisir a dénombré près de 100 dossiers**

La zone ne se limite pas à la région des Pays de la Loire puisque des litiges sont également traités en Ile-et-Vilaine et en Charente-Maritime.

En Sarthe, 22 dossiers nous ont été déclarés.

La particularité de cette société réside dans le fait qu'en général, dès que nous intervenons, elle ne fait pas preuve de résistance et accepte de régler les litiges à l'amiable. En Sarthe, plus de 80 % ont été ainsi résolus.

Nous ne pouvons qu'engager BT CONCEPT ECO à améliorer ses pratiques commerciales et ses prestations. L'UFC-Que Choisir sera très vigilante quant à l'évolution des pratiques de cette société. ■

*Aurélie Dupont, juriste*



### Crédit affecté et rénovation : la banque condamnée

En avril 2013, lors d'un démarchage à domicile, M. et Mme D. passent commande de panneaux solaires, d'un chauffe-eau thermodynamique et de l'isolation des combles de leur habitation auprès de l'entreprise Next Génération. Parallèlement, pour financer cette commande, ils contractent un prêt affecté auprès de SYGMA Banque, le démarcheur de l'entreprise étant également mandataire de cet organisme de crédit.

Rapidement les panneaux leur sont livrés et installés mais ne sont pas branchés. La livraison du chauffe-eau et la réalisation des travaux d'isolation sont prévus un peu plus tard.

Début mai, alors que les travaux ne sont pas terminés, M. et Mme D. sont surpris d'apprendre, par un courrier de SYGMA Banque, que le montant du prêt a été versé directement à Next Génération.

Quelques jours plus tard cette dernière dépose le bilan, et sa liquidation judiciaire est prononcée en juin 2013.

M. et Mme D. sont désemparés et ne comprennent pas la situation : les travaux ne sont pas terminés, l'entreprise qui en a la charge n'existe plus, et pourtant ils doivent rembourser le prêt affecté. Sur les conseils d'un ami, ils s'adressent à notre association.

Dans un premier temps, notre consultant les invite à interroger SYGMA Banque sur les raisons du déblocage anticipé des fonds, et à lui demander la copie de l'attestation de fin de travaux. Après réception de ce document, notre consultant y décèle des irrégularités. Par ailleurs, l'examen de l'ensemble du dossier (devis, bons de commande, factures, publicité...) révèle de nombreux manquements au Code de la consommation. Malheureusement l'adversaire principal, l'entreprise Next Génération, n'existe plus !

En conséquence, notre axe de défense va consister à démontrer la responsabilité de SYGMA Banque pour tenter de l'amener à négocier en prenant en compte la situation de nos malheureux adhérents.

Cette négociation amiable n'ayant pu aboutir, notre consultant conseille alors à M. et Mme D. d'engager une procédure judiciaire contre cette banque et de confier la défense de leurs droits à l'une de nos avocates.

**Le 8 septembre 2015 un jugement favorable est rendu au grand soulagement de nos adhérents :**

- le tribunal annule le contrat passé entre Next Génération et M. et Mme D. pour le non-respect des articles du Code de la consommation relatifs au démarchage à domicile ;
- il annule également le contrat passé entre la société de crédit et M. et Mme D. en application des dispositions de l'article L311-32 du Code de la consommation ;
- estimant que l'attestation de fin de travaux a été signée alors que les travaux n'étaient pas terminés, le tribunal reconnaît que la responsabilité de SYGMA Banque est engagée et dispense en conséquence M. et Mme D. de lui rembourser les fonds versés à Next Génération ;
- enfin, le tribunal condamne solidairement Next Génération et SYGMA Banque à verser à nos adhérents 3000 € de dommages et intérêts.

#### Remarque :

L'UFC-Que Choisir de la Sarthe tente généralement de régler à l'amiable les litiges que lui soumettent ses adhérents. Toutefois si l'examen du dossier se révèle favorable et si la partie adverse reste sur des positions intransigeantes, nos consultants n'hésitent pas à orienter et à guider nos adhérents vers des procédures judiciaires qui connaissent de plus en plus souvent des issues favorables. C'est la raison pour laquelle nous invitons les parties adverses à considérer comme très raisonnables nos propositions de règlement amiable. Cela a pour avantage de traiter plus rapidement les litiges dans l'intérêt de tous. Mais il faut aussi savoir faire sanctionner par la justice certains abus préjudiciables aux consommateurs. ■

*Christian Maury, consultant litiges*



## Notre siège du Mans

21 rue Besnier  
72000 Le Mans

Téléphone : 02 43 85 88 91

Télécopie : 02 43 85 93 05

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

Site web :

<http://www.ufc-quechoisir-sarthe.fr>

### ACCUEIL

*du lundi au vendredi*

*9 h 00 - 12 h 00 et 14 h 00 - 17 h 30*

*(17 h 00 le vendredi)*

## Nos 4 antennes

### La Flèche

jeudi de 14 h 00 à 17 h 00

3 rue Saint-Thomas

02 43 45 75 39

[antennelafleche@sfr.fr](mailto:antennelafleche@sfr.fr)

### Sablé-sur-Sarthe

vendredi 14 h 00 à 17 h 30

25 bis rue Pasteur

### Mamers

vendredi de 14 h 00 à 17 h 30

Mairie - Place de la République

Salle des Permanences n° 4

07 86 81 87 52

[ufcmamers@sarthe telecom.fr](mailto:ufcmamers@sarthe telecom.fr)

### La Ferté-Bernard

Lundi 9 h 00 à 12 h 00

14 rue d'Huisne

09 73 51 18 19

[quechoisir laferte@free.fr](mailto:quechoisir laferte@free.fr)



*Toute l'équipe  
de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe  
vous souhaite  
une très bonne année 2016*

Adresse :



Dispensé de timbrage. 72 LE MANS CTC  
Distribué par la poste.

**Déposé le 18 décembre**



## Rejoignez l'Association UFC-Que choisir de la Sarthe en adhérant

NOM ..... PRENOM .....

ADRESSE .....

CODE POSTAL ..... VILLE .....

Adresse mél : .....

**Adhésion et abonnement au bulletin** 37 €  
Adhésion seule 34 €  
Abonnement annuel au bulletin 3 €

Adhésion directement en ligne possible sur le site  
Internet de l'UFC-Que Choisir de la Sarthe