



**Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR
de Nouvelle-Calédonie**

**8 rue Lacave-Laplagne - Trianon
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20**

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr

Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

RAPPORT MORAL 2016

Notre association compte 1149 adhérents¹ en légère augmentation sur les années précédentes.

Nous poursuivons nos actions vers eux, mais également vers l'ensemble des consommateurs. Ainsi notre secrétaire et nos bénévoles accueillent, dans notre local, nos adhérents venus à notre rencontre ou demandant des conseils ainsi que des personnes en quête de renseignements.

Les institutions (Nouvelle Calédonie, Provinces, certaines communes) reconnaissent toujours l'intérêt de notre travail et continuent à nous soutenir par l'attribution d'aides financières. Nous les en remercions. Elles nous demandent également d'être présents dans diverses réunions et de faire part de l'avis des consommateurs sur certains sujets.

Pour faire face à l'ensemble de ces tâches, nos bénévoles s'investissent (réalisation d'enquêtes, évolution des prix, comportement de professionnels, étude de dossiers...). Ils représentent l'association dans de nombreux comités et commissions. Merci à eux.

Notre action d'information générale du consommateur s'est poursuivie mais n'a pu se déployer aussi efficacement que nous l'aurions souhaité, en partie à cause des incertitudes de financement. Bien que les médias relaient nos communiqués et ceux de la fédération, et nous donnent ainsi une certaine notoriété, les consommateurs n'ont pas toujours le réflexe de se renseigner avant d'entreprendre diverses démarches et ainsi de se protéger, espérant peut-être trop de la loi et des professionnels ! Nous cherchons donc à obtenir des textes protecteurs et des comportements responsables des professionnels.

Dans ce rapport moral, nous allons présenter les domaines dans lesquels notre association s'est plus particulièrement investie en 2016. Il faut y ajouter les nombreuses contributions, en fonction de l'actualité, de nos bénévoles. Ces contributions font tout autant avancer notre cause.

Sommaire

1	Actions	2
1.1	Immobilier.....	2
1.1.1	Baux d'habitation	3
1.1.2	Copropriété	3
1.1.3	Construction.....	3
1.2	Commerce	3
1.3	Banque	4
1.4	Environnement.....	4
1.4.1	Pesticides	4
1.4.2	Déchets	4
1.4.3	Signes de qualité.....	5
1.4.4	Qualité de l'air	5

¹ Au 31 décembre 2016

1.4.5	Observatoire de l'environnement	5
1.5	Criminalité routière	5
1.6	Santé.....	6
1.7	Services	6
1.8	Services publics	7
1.8.1	Eau et assainissement	7
1.8.2	Electricité.....	7
1.8.3	Téléphone et internet	7
1.8.4	Déchets ménagers	7
1.8.5	Transport en commun	8
1.9	Enquêtes	8
2	Appui aux consommateurs	8
2.1	Demandes d'informations et de conseils	8
2.2	Examen des litiges	9
2.3	Information générale des consommateurs	10
2.4	Site internet et forum	10
3	Etre consommateur	11
3.1	Représentations au sein des administrations, conseils, comités et commissions.....	11
3.2	Comités et commissions	11
3.3	Comité de suivi de l'Agenda partagé.....	12
4	Relations extérieures	12
5	Vie associative	13
5.1	Le fonctionnement de l'association	13
5.1.1	Les ressources humaines de l'association.....	13
5.1.2	Les ressources matérielles de l'association	14
5.1.3	Activité liée aux instances	15
5.2	Relations avec la Fédération UFC Que Choisir.....	15
6	Conclusion	16

1 Actions

Nous poursuivons nos actions dans divers domaines :

- ceux dans lesquels nos adhérents nous demandent des conseils ou des appuis pour faire respecter leurs droits et résoudre des conflits avec des professionnels ;
- ceux dans lesquels il apparaît nécessaire de donner, aux professionnels et institutions, des informations sur ce qui impacte ou impactera les usagers et consommateurs.

1.1 Immobilier

Pour les ménages calédoniens, le logement est le poste principal de dépenses (source : ISEE, Budget Consommation des Ménages de 2008, chiffres qu'il serait bon d'actualiser !). Les difficultés dans leur relation locative, dans les rapport avec les copropriétaires ou dans la réalisation de travaux, restent nombreuses, faute d'instruments réglementaires et d'un contrôle des professionnels.

1.1.1 Baux d'habitation

Peu de contrats écrits sont maintenant non conformes à la loi du 6 juillet 1989, adaptée pour la Nouvelle-Calédonie par la loi du 20 novembre 2012. Mais les pratiques restent encore parfois tendancieuses : des pressions sont faites sur les locataires pour les faire renoncer à leurs droits, surtout pour les plus fragiles d'entre eux ; peu de propriétaires et d'agences respectent les prescriptions en matière de régularisation des charges locatives ou de remboursement du dépôt de garantie. Les propriétaires ont toujours autant de difficultés à obtenir le respect de leurs droits envers des locataires de mauvaise foi.

La composition de la commission de conciliation, qui pourrait permettre d'apaiser les rapports entre preneurs et bailleurs, n'a toujours pas été fixée par le congrès.

1.1.2 Copropriété

Les textes permettant d'adapter le texte législatif rendu applicable en 2013 et ceux actualisant les dispositions règlementaires n'ont pas été pris par le congrès.

Nous appelons toujours à une réflexion permettant d'assurer la gestion des toutes petites copropriétés et le maintien en bon état des petits immeubles comme ceux construits dans les années 1970.

1.1.3 Construction

En la matière, le consommateur n'est toujours pas protégé contre les dépassements de délai, les abandons de chantier, les malfaçons... Nous avons participé à de nombreuses réunions sur l'élaboration d'une réglementation énergétique. Deux axes de travaux ont été élaborés :

- comment construire les immeubles afin qu'ils soient moins énergivores.
- comment réduire la consommation électrique des habitations.

La réglementation n'est pas encore finalisée. Nous savons que des réglementations plus contraignantes augmenteront certains coûts, mais face aux difficultés financières entraînées par des réalisations faites par des personnes non compétentes ou des constructions gourmandes en énergie et finalement très coûteuses, il apparaît nécessaire que les institutions adoptent de tels textes.

1.2 Commerce

Malgré les espoirs d'une modification des comportements qu'auraient dû induire les textes adoptés sur la concurrence et les réflexions menées sur une meilleure compétitivité dans le cadre de la lutte contre la vie chère, de nombreuses pratiques commerciales peu recommandables subsistent.

Les interventions de la Direction des Affaires Economiques n'étant pas communiquées, notre association est rarement informée de procédures pénales : les consommateurs ont souvent l'impression de ne pas être pris en considération, les professionnels paraissant jouir de l'impunité. Des petites avancées sont cependant parfois constatées sur des dossiers précis dont nous sommes informés et lorsque les consommateurs interviennent par écrit.

Heureusement, certains commerçants et entrepreneurs s'impliquent dans des réflexions citoyennes, persuadés que tous doivent participer au « vivre ensemble ». Mais ce n'est pas le cas de tous : certains se réjouissent de pouvoir vendre ici des produits ne respectant pas les normes européennes, qui ne sont pas applicables, sans en informer le client. D'autres refusent de se voir imposer des contreparties lors d'avantages consentis, par exemple d'utiliser une partie de leur quota d'importation pour des produits sans gluten.

1.3 Banque

Les banques sont bien sûr l'exemple type des entreprises placées dans une « bulle » (obligation d'y avoir recours et absence de concurrence), leur permettant de privilégier leur intérêt ou plus précisément ceux de leurs actionnaires, plutôt que de développer leur action de soutien à l'économie locale.

Nous nous attachons à défendre les droits des particuliers et obtenons, après des démarches souvent répétées de la part des clients et de nous-mêmes, qu'ils soient respectés. Nous renvoyons le lecteur à nos nombreux communiqués de presse.

1.4 Environnement

1.4.1 Pesticides

Notre action en faveur d'un meilleur contrôle des pesticides présents en Nouvelle-Calédonie se poursuit, en collaboration avec l'association Ensemble Pour La Planète (EPLP). En 2016, nous avons été consultés sur un projet de réglementation (adopté début 2017 par le Congrès). Si quelques avancées sont présentes, le caractère « perturbateur endocrinien » d'un pesticide n'est pas pris en compte et la réglementation ne s'attaque pas suffisamment aux produits « jardin ». Notre enquête sur les conseils aux jardiniers amateurs a pourtant montré l'urgence de mieux encadrer les pratiques de vente.

Concernant la réglementation sur les limites maximales de résidus, nous insistons toujours pour que le niveau de protection des consommateurs calédoniens soit au moins équivalent à celui des consommateurs européens, ce qui n'est toujours pas le cas.

Nous rappelons enfin, comme les années précédentes, qu'il n'existe toujours pas de réglementation sur les produits phytosanitaires pour les autres usages (industriels, ménagers) et sur les biocides...

1.4.2 Déchets

La réglementation des déchets est en place en province Sud, progresse en province Nord et gagne doucement la province des Iles. Notre association participe, en tant que membre, aux commissions d'agrément pour les filières de déchets réglementées par les codes de l'environnement des provinces Nord et Sud : son poids dans les décisions s'est accru suite à la modification de la composition des commissions (les opérateurs ne participent plus au vote). En province Sud, après la mise en place de la filière déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), dont le succès de collecte dépasse les objectifs, le développement des filières marque un pas. En Province Nord, le développement des filières traditionnelles (PU, VHU, HU, ...) se poursuit, celle des DEEE devant débiter en 2017. L'écoorganisme chargé de collecter l'écoparticipation et d'organiser la collecte et le traitement des déchets réglementés, Trecodec, a des difficultés financières. Ces difficultés sont dues à la baisse du cours des matières premières pour les batteries et accumulateurs et les véhicules hors d'usage, à l'augmentation du coût de traitement pour les huiles usagées, à la difficulté de recouvrer l'écoparticipation pour les piles et les DEEE, à la nécessité d'exporter des pneus (les pneus broyés ne sont pas valorisés, faute de filière de traitement local) et enfin au succès de la collecte de la filière DEEE dont les débouchés sont coûteux. Ces difficultés entraînent des hausses d'écoparticipation pour 5 filières sur 6, nos représentants s'efforçant de limiter les hausses tout en sauvegardant le devenir des filières. Les communes continuent le développement du tri sélectif. Nous réclamons toujours que d'autres filières soient développées (emballages, médicaments,...). Concernant les déchets verts, nous avons à nouveau insisté sur l'absolue nécessité de ne pas les enfouir (!) mais de développer des plateformes de compostage.

1.4.3 Signes de qualité

Cette démarche vise à apporter des garanties aux consommateurs sur un certain nombre de produits agricoles, garanties décrites dans un cahier des charges auquel doivent répondre les producteurs. Notre association est membre de l'organisme de gestion des signes. L'encadrement réglementaire est formalisé².

1.4.4 Qualité de l'air

L'UFC assure une des vice-présidences de Scal'air au titre du collège des associations et personnalités qualifiées, un des quatre collèges qui compose le conseil d'administration de l'association. Nos bénévoles participent aux réunions administratives et aux commissions techniques qui décident de la gestion et des orientations de Scal'air, en matière de surveillance de la qualité de l'air sur Nouméa et la zone d'implantation de VALE. La mesure des pollens est opérationnelle depuis 2015. Nous avons manifesté notre opposition au souhait de l'industriel d'arrêter les stations de Prony et de Port Boisé

1.4.5 Observatoire de l'environnement

Notre association siège depuis 2015 dans le collège Utilisateurs du conseil d'administration de l'OEIL (observatoire de l'environnement en Nouvelle-Calédonie) et est membre du conseil d'administration. Nous participons également au comité éditorial chargé des relectures et des corrections de la revue grand public de l'OEIL (dont les tirages dépassent les 20 000 exemplaires). Nous avons soutenu l'organisme face aux coupes budgétaires envisagées, mais finalement non mises en œuvre, par un des principaux contributeurs (Vale NC). L'intervention de l'OEIL ne se limite plus au seul périmètre de l'usine du sud, mais inclut la « côte oubliée ». La région de Thio pourrait également être concernée. Une autre initiative concerne la collecte en cours, aussi exhaustive que possible, des localisations des feux du territoire.

1.5 Criminalité routière

L'action de notre commission s'inscrit dans notre mission générale de suivi de l'application du Plan Quinquennal de Sécurité Routière (PQSR) voté par le Congrès en décembre 2013, et auquel nous avons sérieusement contribué.

Suite au point d'avancement du PQSR présenté en toute fin 2015, notre association a constaté son désaccord avec le gouvernement sur l'applicabilité du décret n°2015-743 du 24 juin 2015-art1, qui abaisse le taux d'alcoolémie contraventionnel à 0,10 mg/l d'air expiré (0,20g d'alcool/l de sang) pour les conducteurs novices, tout comme pour les conducteurs de transports en commun depuis un décret du 16 novembre 2007. La non-application de ce seuil en Nouvelle-Calédonie reste pour nous inexplicée, alors que les jeunes paient un si lourd tribut à l'alcoolisation au volant. Comment peut-on admettre qu'un jeune conducteur en Nouvelle-Calédonie soit autorisé à boire plus d'alcool qu'un jeune de métropole avant de prendre le volant ?

Nous avons renouvelé nos principales revendications auprès du gouvernement :

- le Conseil permanent de la Sécurité routière doit se réunir de façon périodique ;
- la publicité sur les ventes de boissons alcoolisées doit être interdite ;
- un contrôle technique systématique des véhicules légers doit être mis en place.

Nous avons également rappelé notre demande de voir les pouvoirs des policiers municipaux étendus en matière d'alcoolémie, notamment en les autorisant à pratiquer le dépistage de l'alcoolémie par éthylotest, tout comme le sont autorisés par la loi leurs homologues de métropole.

Enfin, suite à la présentation du film de M.Boré « De chair et de sang », nous avons décidé d'acquérir les droits de diffusion de ce film pour pouvoir l'utiliser en séances collectives de discussion/prévention du risque routier.

² Il a été adopté par le Congrès en tout début 2017.

1.6 Santé

Notre action dans le domaine de la santé, renforcée en 2015 grâce à l'investissement de nombreux bénévoles, s'est poursuivie, notamment par la participation :

- partielle à l'élaboration de la campagne publicitaire de la journée sans tabac pour l'ASSNC
- à la conférence-débat «annonce des dommages liés aux soins» par le Dr Charles Arich, gestionnaire des risques médicaux en CHU et expert visiteur à l'HAS
- à la conférence débat organisée par le comité consultatif d'éthique au congrès sur « la loi Clayes Léonetti et son application en NC » et « le don d'organe en NC »
- aux réunions trimestrielles de la Commission des Relations avec les Usagers et de la Qualité de la Prise en Charge (CRUQPC) de la clinique Nou Magnin.
- à la réunion nationale des référents santé de toute la France le 18 novembre à Paris. Parmi les sujets traités, de nombreux nous concernent également :
 - Les urgences : ambolisation du service des urgences par les personnes âgées et les personnes alcoolisées blessées dans les rixes d'où un engorgement du service. Le recours aux urgences se fait faute de médecins de garde proche du domicile.
 - Le suivi post sortie hospitalière : déjà évoqué aux Assises de la santé, il est peu efficace, voire inexistant. La coordination avec le médecin traitant, l'accompagnement social sont à renforcer. Des interventions lourdes et coûteuses sont quelquefois « perdues » faute de soins post-opératoires au domicile.
 - Les maisons de retraite et EHPAD, dont le reste à charge reste élevé.
 - L'alimentation : comme en métropole, nous demandons un étiquetage alimentaire simple pour lutter contre l'obésité.
 - Les sucres ajoutés dans les boissons
 - La qualité de l'air (voir le paragraphe sur le sujet)
 - Les pesticides (voir le paragraphe sur le sujet)
 - La qualité des eaux des plages : même si elle est surveillée et que la baignade est interdite en cas de pollution, les pollueurs ne sont aujourd'hui ni identifiés, ni sanctionnés. Se pose aussi la question du dimensionnement de l'assainissement collectif et du contrôle de l'assainissement individuel.

Nous avons fait une demande pour qu'une commission des représentants des usagers se mette en place au Médipôle et proposé d'en faire partie³.

Un regret : le plan Do Kamo, issu des Assises de la santé de 2015 et auxquelles nous avons participé, tarde à se mettre en place.

L'UFC encourage toutes les initiatives qui participent à une meilleure hygiène de vie : lutte contre le tabagisme et l'alcool, campagnes de communication et de sensibilisation sur l'alimentation. Nous continuons de demander un étiquetage nutritionnel des produits alimentaires, une offre alimentaire de produits alternatifs à des prix abordables avec une politique fiscale incitative, notamment sur les boissons sucrées.

1.7 Services

Les particuliers ont recours à diverses entreprises de service.

Dans le secteur marchand, on peut citer les services à la personne (santé hygiène), les activités de conseils, de loisirs, etc.

Certaines professions sont règlementées, soumises à des règles relatives - notamment - à la compétence de leurs dirigeants dans les services à la personne, le secteur de la santé, le conseil juridique...

³ Ce devrait être le cas en 2017 et nous espérons intégrer cette commission.

Pour quelques unes, leurs tarifs sont fixés par arrêté (notaires, huissier) ou conventionnés (secteur de la santé). Mais le plus souvent, ils sont libres. Cependant, malgré une obligation d'affichage des tarifs, les consommateurs ont peu de moyens pour les comparer et les évaluer. C'est ce que nous avons constaté lors de notre participation à des enquêtes lancées par la Fédération (agences de voyage, agences immobilières, auto-écoles...).

Dans de nombreux cas, pour des services ayant vocation à se renouveler, les consommateurs sont enserrés dans des contrats d'abonnements ou renouvelables par tacite reconduction dont ils ne peuvent se retirer qu'en respectant diverses dispositions contractuelles sur lesquelles leur attention n'est pas appelée au moment de la souscription d'un « contrat d'adhésion ». Il serait bon qu'interviennent des dispositions permettant, comme en Métropole, un meilleur équilibre des relations contractuelles, comme la création d'une commission des clauses abusives et l'obligation d'information avant un renouvellement tacite.

1.8 Services publics

Notre effort pour sensibiliser les collectivités publiques à une gestion prenant mieux en compte les intérêts des consommateurs continue, mais les positions de monopole ne facilitent pas le changement d'attitude de tous. Cette position de monopole des concessionnaires de service public (eau, électricité), ou des administrations fournissant ces services en régie, et de l'OPT, les conduit toujours à imposer leurs règles, sans développer des relations équilibrées, tout en menaçant de priver l'abonné d'un service essentiel.

1.8.1 Eau et assainissement

Notre objectif est d'obtenir la meilleure eau possible (bactériologie et physico-chimie), au coût le plus bas et de faire appliquer le principe de « l'eau pour tous ».

Parce que la ressource est précieuse et coûteuse, nous demandons aux collectivités une tarification progressive de l'eau (mise en place de plusieurs tranches) plutôt qu'un tarif unique qui favorise les gros consommateurs. Nous demandons également qu'il n'y ait plus de coupures d'eau par le fournisseur.

Ces différentes demandes sont régulièrement formulées auprès des élus lors des différentes commissions consultatives des services publics locaux dont nous sommes membres (Nouméa, Mont-Dore, Dumbéa, SIGN). Nous y rappelons le principe de service rendu pour le paiement d'une redevance, principe qui n'est pas appliqué par toutes les communes.

1.8.2 Electricité

Nous avons effectué un travail de fond sur la tarification de l'électricité pour mieux pouvoir étayer nos demandes de modification de la grille tarifaire. Ce travail nous conduit à remettre en cause le principe de différentes taxes et redevances.

1.8.3 Téléphone et internet

Malgré les grandes affiches, les spots télé et autres publicités de l'OPT, les consommateurs ne sont guère convaincus d'une amélioration des services. Aucune avancée notable dans le coût de l'abonnement (par quoi est-il justifié ?), toujours des contrats léonins (pourquoi ne peut-on souscrire un abonnement de moins de 6 mois ?), aucune avancée sur la transparence des sommes demandées à des usagers captifs...

1.8.4 Déchets ménagers

Le ramassage et le traitement des ordures ménagères sont de compétence municipale, les maires pouvant éventuellement transférer tout ou partie de cette compétence vers des syndicats intercommunaux. Les consommateurs, eux, s'acquittent d'une redevance. Nous commençons un travail de fond sur l'organisation de ce service, travail rendu difficile par l'imprécision des informations fournies par nos interlocuteurs.

1.8.5 Transport en commun

Le projet Néobus est piloté par le Syndicat Mixte des Transports Urbains du Grand Nouméa (SMTU). En 2016, le syndicat a mis en place une commission consultative des services publics locaux dans laquelle les futurs usagers du Néobus sont représentés par trois associations, dont la nôtre. Notre participation est particulièrement importante : à terme, les 3 réseaux (Néobus, Karuia et Carsud) seront regroupés dans un réseau unique, qui intégrera le transport scolaire. Un regret : le gazole a été choisi comme carburant pour les bus.

1.9 Enquêtes

En 2016, nous avons mené les enquêtes suivantes, soit dans un cadre fédéral (relais locaux d'actions nationales de la Fédération), soit dans un cadre local :

- Enquête fédérale sur les prix en janvier 2016
- Enquête fédérale sur les conseils en produits phytosanitaires dans les jardinerie en avril 2016
- Enquête de prix « panier calédonien » en juin 2016
- Enquête fédérale sur les pratiques et tarifs des auto-écoles en juin 2016
- Enquête fédérale de prix en parapharmacie en septembre et octobre 2016
- Enquête fédérale sur les pièces détachées et les garanties en novembre 2016.

Les résultats des enquêtes donnent lieu à des communiqués de presse ou à des articles dans nos bulletins.

2 Appui aux consommateurs

Cette mission traditionnelle des associations locales est sans doute la plus connue du public.

De nombreuses personnes viennent à notre rencontre pour nous exposer leurs problèmes en tant que consommateurs et demander de l'aide dans leurs rapports avec les professionnels.

Grâce à l'implication de membres du Conseil d'Administration et de plusieurs de nos bénévoles régulièrement présents au local, un travail a été mené sur le fonctionnement régulier de ce service – qui est la vitrine des associations locales de la Fédération UFC que Choisir -. En même temps, nous avons bénéficié de l'aide de celle-ci, par des formations à distance. Nous avons été choisis pour participer au test de trois modules présentés sur internet. Ce test, réalisé localement par plusieurs bénévoles et repartagé en interne, nous a permis d'améliorer nos interventions. Cette formation a été complétée par l'admission à deux stages en métropole pour une bénévole qui y séjournait et qui a rendu compte aux accueillants de son vécu.

Nous rappelons cependant que notre objet social est plus large, que la cotisation n'est pas le paiement d'un service, mais un soutien et une adhésion à nos objectifs.

2.1 Demandes d'informations et de conseils

L'association reçoit de très nombreuses demandes d'informations par téléphone, par courriel et parfois par lettre. Les interlocuteurs cherchent parfois un renseignement précis, mais plus souvent une oreille attentive. La secrétaire de l'association, les bénévoles s'occupant de l'accueil, à Nouméa, ou dans nos permanences (actuellement au Mont-Dore), essaient d'apporter des réponses au téléphone, par courriel et lors des visites. Lorsque c'est possible, des indications sont données. Quand une question apparaît fréquemment, l'information générale sur le contexte fait l'objet d'un article sur notre site internet.

	2015	2016
Courriels	429	431
Courriers	5	6
Visites sur place avec rv	220	188
Visites sur place sans rv	319	369
Téléphone	494	532
Total	1467	1526

Tableau 1 : Répartition des modes de demande d'information ou de conseil

Ces informations et conseils portent pour l'essentiel sur les domaines suivants (annexe 1):

- Logement, Copropriété, Immobilier
- Services marchands
- Banques et organismes de crédit
- Auto-Moto-Bateau
- Assurances.

2.2 Examen des litiges

Certains consommateurs souhaitent savoir comment aborder leur problème et demandent une étude de leur dossier. Nous rappelons que nous ne pouvons examiner que les dossiers de nos adhérents, que notre rôle est de leur donner un éclairage sur la façon dont ils pourront eux-mêmes le prendre en charge.

Pour répondre aux attentes des adhérents, nous ne pouvons nous contenter de nous reporter aux documents préparés par la fédération UFC. Un travail personnel est donc demandé aux personnes chargées d'aider les adhérents. Cette tâche est confiée à des personnes ayant des connaissances en droit, mais l'association manque encore de bénévoles s'impliquant dans cette tâche pour assurer des permanences et essaie de développer des interventions par courriel.

Lors de nos interventions dans des litiges, nous notons la prise en compte par les professionnels du ressenti du consommateur et la recherche de solutions amiables.

Mais ce n'est pas encore le cas de tous et certains n'ont aucun respect de leur clientèle. Nous rappelons aux consommateurs qu'il leur appartient de ne s'engager qu'à bon escient, que le but du professionnel est de réaliser un profit et que seules les pratiques agressives et trompeuses peuvent être sanctionnées. Ainsi, la plupart des cas ne peuvent être résolus que dans le cadre de procédures devant le tribunal civil et il est difficile pour des particuliers de se lancer dans des procès pour des sommes relativement faibles : il faut être très motivé... Certains comportements risquent donc de perdurer tant que les consommateurs ne disposeront pas de moyens d'actions spécifiques, notamment les actions de groupe.

Les problèmes soulevés par nos adhérents sont évoqués et énumérés en annexe 2.

Ils portent pour l'essentiel sur les domaines suivants :

- Logement, Copropriété, Immobilier
- Assurances.
- Services marchands
- Auto-Moto-Bateau
- Banques et organismes de crédit.

Précisons que nous ne pouvons procéder à des études juridiques complexes dans tous les domaines mais, en fonction des dossiers examinés, nous cherchons à déterminer les points sur lesquels il est nécessaire d'informer le public ou d'appeler l'attention des décideurs.

La Nouvelle-Calédonie a vu s'étendre le champ de ses compétences, le Congrès a adopté de nombreux textes dans le domaine de la consommation. Il y a encore beaucoup à faire...

2.3 Information générale des consommateurs

Pour permettre une meilleure information des consommateurs, nous utilisons divers canaux.

- Sur notre site internet, nous donnons des informations sur des questions soulevées et relayons celles de métropole. Pour tenir compte des évolutions législatives intervenues (loi sur les rapports locatifs, modification de la réglementation économique), nous avons essayé de développer les informations locales.
- Chacun de nos bulletins (n°28, 29 et 30) a été diffusé gratuitement à 7000 exemplaires. 3000 d'entre eux ont été remis à toutes les mairies de Nouvelle-Calédonie. Chaque bulletin est envoyé par courriel à tous nos adhérents en rappelant qu'ils peuvent le diffuser librement. Une diffusion auprès du public a été assurée en partenariat avec le magazine Télé NC, qui a également publié une information spécifique.
- De mars à novembre, une journée par mois, nous avons été présents au marché de Nouméa (30 adhésions).
- Nous avons mené une opération de communication à Nouméa le 15 mars 2016 (50 adhésions).
- Les médias locaux relaient nos communiqués de presse et nous sollicitent pour avoir nos points de vue sur divers sujets.

Nos actions nouvelles n'ont pas eu le succès que l'implication des membres qui s'en sont occupés aurait méritée.

- Un déplacement à la Médiathèque de Poindimié a été organisé par celle-ci avec le concours de la Bibliothèque Bernheim. Trois administrateurs et notre bénévole habitant sur place étaient là. Le public s'est cependant limité aux employés de la médiathèque... alors que les questions qu'ils ont posées montrent un réel besoin d'information des consommateurs...
- Notre première conférence publique a été organisée par une de nos bénévoles, avec l'intervention d'un médecin conférencier, dans l'auditorium de la Province Sud gracieusement mis à notre disposition. Moins de 30 personnes, principalement des adhérents non bénévoles, étaient présentes.

D'autres actions n'ont pu être menées en raison des incertitudes financières. Le montant des cotisations versées par nos adhérents ne couvre pas nos frais de fonctionnement (pourtant limités) : une secrétaire salariée, un local et les moyens bureautiques. Nous ne pouvons assurer la totalité de ces frais que grâce aux subventions versées par les diverses collectivités de la Nouvelle-Calédonie et l'Etat⁴. Or nous avons rencontré des difficultés sur les versements de la subvention de la Nouvelle Calédonie, en raison de problèmes de nature administrative. Les versements n'ont été faits qu'en décembre. Des dépenses de publication de nouveaux dépliants ont ainsi été différées.

2.4 Site internet et forum

Notre site vise un large public avec des articles et informations sur des thèmes très variés. Il permet de présenter les résultats des enquêtes effectuées localement, d'apporter des informations spécifiques à la réglementation locale et de diffuser nos communiqués de presse. Le site est alimenté par des articles élaborés par des membres de l'association. Certains sujets proviennent du site de la fédération, d'autres de sites internet néo-calédoniens ou métropolitains relatifs à la consommation.

En moyenne, 11 articles nouveaux sont diffusés par mois. Une participation plus active des adhérents pour la rédaction d'articles serait la bienvenue. Cette année, 25745 visites (25325 l'an dernier) ont été effectuées sur le site avec 133641 pages visitées (soit 1,52 page par visiteur contre 1,54 pages l'an dernier). 85.1% sont des visiteurs nouveaux et 14.9% des visiteurs connus. Les sujets les plus visités sont les dates limites

⁴ Via la Fédération UFC Que Choisir

de consommation, les soldes, l'immobilier (bail), l'achat de voiture d'occasion, le droit immobilier, le crédit.

Notre forum, associé à notre site, permet de s'exprimer librement sur tous les sujets qui touchent aux intérêts des consommateurs. Le forum est moins performant, avec peu de dialogues entre les membres : c'est en général le modérateur (aidé par les spécialistes de l'association) qui fournit la réponse à la question posée.

3 Etre consommateur

3.1 Représentations au sein des administrations, conseils, comités et commissions

Les diverses institutions de la Nouvelle-Calédonie ont désigné notre association "pour représenter les consommateurs" dans divers comités et commissions. Nous essayons d'y faire entendre le point de vue du consommateur (annexe 3). Cependant, dans certains cas, nous avons l'impression que notre désignation a simplement pour but de satisfaire à une obligation réglementaire de « transparence » (par exemple lorsque les documents préparatoires sont communiqués au dernier moment... lorsqu'ils existent !), et que nous y sommes peu entendus. Pour nous, notre présence implique pourtant une réelle participation aux réflexions menées et veut conduire à la prise en compte de la réalité vécue par nos adhérents et des souhaits des consommateurs.

3.2 Comités et commissions

Nous avons été présents dans divers comités et commissions :

- Agence Sanitaire et Sociale de la Nouvelle-Calédonie : 2 réunions
- Association Calédonienne de Surveillance de la Qualité de l'Air (Scal'air) : 12 réunions
- Biocalédonia : 4 réunions
- Comité Consultatif de l'Environnement : 9 réunions
- Comité consultatif de protection des végétaux / sur les substances et les produits phytosanitaires à usage agricole : 2 réunions
- Comité consultatif des prix : 1 réunion
- Comité de certification Agriculture responsable : 1 réunion
- Comité de suivi de l'Agenda partagé : 6 réunions
- Comité du commerce extérieur : 4 réunions
- Comité environnemental du Mont-Dore : 1 réunion
- Comité technique des produits pétroliers : 1 réunion
- Commission communale des taxis : 1 réunion
- Commission de l'organisme de gestion des signes de la qualité en Nouvelle-Calédonie : 1 réunion
- Commission de surendettement : 9 réunions
- Commission des services publics locaux de Dumbéa : 2 réunions
- Commission des services publics locaux de Nouméa : 3 réunions
- Commission des services publics locaux du Mont Dore : 2 réunions
- Commission des services publics locaux du SMTU : 2 réunions
- Commission des services publics locaux du SIGN : 2 réunions
- Commission Flux et Cotations : 9 réunions
- Commission urbanisme commercial : 4 réunions (3 en Provinces sud et 1 en Province nord)
- Commissions de l'aide juridictionnelle et de l'aide judiciaire : 12 réunions
- Commissions déchets, comités de suivi des schémas déchets Provinces sud et nord et du programme local de prévention des déchets de Nouméa : 10 réunions
- Conseil économique, social et environnemental : 50 réunions

- Observatoire de l'environnement : 5 réunions
- Commission consultative des télécommunications : 1 réunion

Cette liste n'inclut pas les nombreuses réunions techniques auxquelles nos bénévoles ont participé.

3.3 Comité de suivi de l'Agenda partagé

Après les manifestations de février 2011 sur la vie chère, les Accords Economiques et Sociaux du 12 juin 2012 ont acté des réformes permettant « d'orienter le modèle de l'économie calédonienne vers un développement endogène plus compétitif et plus profitable à tous ». Ces réformes comportent, entre autres, un changement important dans la fiscalité indirecte, sous la forme d'une taxe à la consommation, et une amélioration significative de la compétitivité de l'économie, notamment par une organisation par filières. En août 2014, la Conférence Économique, Sociale et Fiscale a précisé le planning des réformes et arrêté un « Agenda partagé ». Depuis juillet 2015, notre association est invitée à assister aux travaux menés sous l'égide du gouvernement. A ce titre, nous avons participé à de très nombreuses réunions : réunions de travail, réunions du Comité de suivi.

Le congrès et le gouvernement ont adopté les textes relatifs à la fiscalité. Ainsi, en ce qui concerne la fiscalité indirecte, la taxe générale sur la consommation (TGC) va remplacer un certain nombre d'impôts (TGI, TB, TFA, TP, TNH et la TSS). Au cours de l'année 2017, une TGC à taux réduits sera cependant appliquée en même temps que les taxes qu'elle doit remplacer. Cette « marche à blanc » doit permettre aux acteurs économiques de maîtriser les mécanismes d'application, de comptabilité et de déclaration fiscale liés à la TGC, et au gouvernement, de s'assurer que les rentrées fiscales prévues seront bien là. Pour le consommateur, l'application de la TGC, dont le montant sera affiché sur leur facture, ne doit pas conduire à payer le produit au prix actuel + TGC, y compris pendant la marche à blanc.

Concernant la fiscalité directe, l'Impôt sur le Revenu des Personnes Physiques (IRPP) a été modifié pour diminuer le montant demandé aux ménages des classes moyennes avec en contrepartie une augmentation pour certains contribuables.

Nous avons noté l'implication et le sens des responsabilités de l'Intersyndicale Vie chère et de la plupart des acteurs économiques, conscients que les efforts doivent être significatifs et partagés. Ils admettent que, dans la situation économique actuelle, il est aussi indispensable d'examiner les répercussions sur l'emploi et les équilibres des comptes sociaux. Mais lorsque des mesures doivent être arrêtées, divers acteurs ont des difficultés à s'extraire de la prise en compte de leurs cas particuliers... et tous les travaux prévus n'ont pas encore abouti. En ce qui concerne la recherche d'une meilleure compétitivité des entreprises, les réflexions menées ne sont pas encore traduites en actes.

4 Relations extérieures

- En annexe 4, les interventions dans les médias.
- En annexe 5, les communiqués de presse.
- En annexe 6, la copie des articles de journaux.

5 Vie associative

5.1 Le fonctionnement de l'association

5.1.1 Les ressources humaines de l'association

Les adhérents

Nos 1149 adhérents sont présents dans 20 communes de Nouvelle-Calédonie.

- Grand Nouméa : 1037 (1004 en 2015, 945 en 2014)
- Province Sud hors Grand Nouméa : 46 (36 en 2015, 39 en 2014)
- Province Nord : 51 (55 en 2015, 42 en 2014)
- Province des Iles : 8 (2 en 2015, 12 en 2014)
- Hors Nouvelle-Calédonie : 7 (3 en 2015, 1 en 2014)

Iles Loyauté	8	Hors NC	7
Maré	1	Australie	1
Lifou	7	Mayotte	1
		Métropole	5
Province nord	51		
Canala	4	Province sud	1083
Koné	16	Boulouparis	12
Kouaoua	1	Bourail	15
Koumac	5	Dumbéa	87
Poindimié	5	La Foa	7
Pouembout	7	Moindou	2
Poum	4	Mont-Dore	101
Poya	4	Nouméa	804
Voh	4	Païta	55
Sarraméa	1		

Tableau 2 : Répartition géographique des adhésions

- Répartition hommes/femmes : 521 hommes (507 en 2015, 472 en 2014) et 628 femmes (593 en 2015, 567 en 2014)
- Origine des adhésions :

Origine	2015	2016
Ré-adhésion après relance	376	458
Ouverture d'un dossier litige	35	235
Parrainage	8	125
Opération de communication	108	88
Spontané	209	86
Site internet	77	85
Ré-adhésion sans relance	88	53
Non précisé	188	10
Bulletin	9	5
Via Que Choisir	2	4

Tableau 3 : Répartition des origines des adhésions

Les bénévoles

Le fonctionnement de notre association n'est possible que par le travail de ses 77 bénévoles qui y ont consacré près de 7050 heures en 2016 (7200 en 2015), soit l'équivalent de 3,5 emplois à temps plein (comme en 2015).

Certains bénévoles sont très spécialisés dans leur compétence ou dans leur choix, d'autres sont polyvalents. Leur engagement varie de quelques heures par mois à plusieurs jours par semaine. Tous sont indispensables : pas de bénévoles, pas d'UFC en Nouvelle-Calédonie...

Gérer cette diversité pour assurer les engagements de l'UFC dans tous ses domaines d'action et de représentation est le rôle de la commission de gestion des bénévoles. En 2016, nous avons poursuivi le renforcement de nos capacités de mobilisation et d'intervention avec la dynamisation de la commission bénévole.

Après le départ de sa responsable, qui avait initié un vrai travail de gestion des ressources humaines, le relais a été très efficacement assuré. Les bénévoles sont réunis pour partager des informations, pour des réunions de travail sur les commissions auxquelles nous participons, pour préparer des travaux (enquêtes) ou pour des échanges informels lors de moments conviviaux.

Trois réunions auxquelles l'ensemble des bénévoles est convié ont eu lieu cette année : les 9 mai, 25 août et 28 novembre 2016. Elles sont l'occasion de rassembler nos bénévoles actifs, de faire le point sur nos actions et de nous rencontrer dans un cadre convivial. Nous remercions vivement les bénévoles pour leur présence, leur implication et leur soutien renouvelé.

Nous avons obtenu de la Fédération la possibilité, pour nos bénévoles présents occasionnellement en métropole, de participer à des stages de formation organisés dans les régions. Nous communiquons l'agenda aux bénévoles afin qu'ils puissent s'organiser en conséquence, selon leur disponibilité et leur intérêt.

Nous avons également évoqué avec la Fédération la possibilité de former un de nos bénévoles (en métropole) pour que celui-ci forme ensuite nos bénévoles en Nouvelle-Calédonie. Une de nos bénévoles a pu bénéficier de ce dispositif, avec deux formations reçues lors de sa présence en métropole.

Notre association a toujours besoin de nouveaux bénévoles, pour remplacer les départs, développer de nouvelles actions. N'hésitez pas à nous rejoindre, vous trouverez un domaine qui saura vous convenir. Si un sujet de consommation vous intéresse particulièrement, investissez-vous, notre association n'a pas d'autres limites, pour ses actions et ses combats, que l'investissement de ses bénévoles.

Les salariées

Notre secrétaire, Elisabeth Scheuer, nous accompagne depuis novembre 2009. Elle est le plus souvent la première personne que rencontrent nos adhérents. En plus de la gestion courante de l'association, elle reçoit le public aux heures d'ouverture et renseigne par téléphone. Sa disponibilité, son intérêt pour le travail, en font une collaboratrice précieuse et efficace.

Nous utilisons les services d'une femme de ménage à temps partiel (4 à 5 heures par mois).

En raison de la particularité de notre structure, il nous est difficile d'accueillir des stagiaires qui devraient être encadrés.

5.1.2 Les ressources matérielles de l'association

Notre local se situe 8 rue Lacave-Laplagne. Il est ouvert au public le mardi de 12h à 16h, le mercredi de 8h à 12h et de 12h30 à 16h, le jeudi de 15h à 19h, le vendredi de 8h à 12h. Il comporte une grande salle dans laquelle le public est reçu, et deux bureaux réservés aux dirigeants et aux juristes (pour un accueil confidentiel sur les litiges). Ajoutons qu'un de nos juristes reçoit nos adhérents, pour le traitement de leur litige, dans un local mis à disposition par la mairie du Mont-Dore, une fois par mois et sur rendez-vous.

Notre équipement comprend 3 ordinateurs fixes, un ordinateur portable, un vidéoprojecteur, un photocopieur / scanner noir et blanc, une imprimante laser couleur.

Notre local permet à ceux travaillant sur un même sujet de se réunir, d'échanger, d'élargir leur réflexion. Nos bénévoles et adhérents y trouvent les livres et revues de la Fédération et une documentation sur différents sujets liés à la consommation.

5.1.3 Activité liée aux instances

A la suite de l'assemblée générale du 10 mars 2016, le Conseil d'administration a été composé de 10 administrateurs Luce Lorenzin, présidente, Michel Davarend, vice-président et trésorier, Françoise Kerjouan, vice-présidente, Jacques Pusset, trésorier adjoint, Yves Bouttin, secrétaire, Gilles Vernier, secrétaire adjoint, Gilles Josnin, François Levacher, Alain Tapping et Bernard Villechalane.

Outre la réunion de désignation, le conseil s'est réuni régulièrement le 4 janvier, le 1er février, le 7 mars, le 4 avril, le 3 mai, le 6 juin, le 4 juillet, le 1er août, le 5 septembre, le 3 octobre, le 7 novembre et le 5 décembre. La présidente peut inviter des bénévoles actifs à y assister. Les comptes-rendus des réunions sont à la disposition des adhérents au local.

Le conseil d'administration fait ainsi le point sur les adhésions et la trésorerie, les réunions des commissions institutionnelles, les participations à des conférences, débats et séminaires de réflexion, les activités médias, les rencontres avec des personnes extérieures à l'association. Les responsables des commissions internes de l'association indiquent les actions entreprises, les articles à proposer pour le bulletin.

Le conseil arrête les positions officielles de l'association sur des questions dont elle est saisie. Une partie de ces décisions est reflétée par nos « communiqués de presse » envoyés aux médias, mais surtout à tous nos adhérents.

Le conseil désigne également nos représentants aux réunions de la Fédération.

Le bureau se réunit de manière informelle sur des problèmes de gestion quotidienne.

La présidente Luce Lorenzin est, depuis le dernier trimestre 2015, présente au local le jeudi matin, afin de recevoir, sans rendez-vous, les bénévoles qui souhaiteraient échanger avec elle.

5.2 Relations avec la Fédération UFC Que Choisir

La Fédération UFC Que Choisir réunit 149 associations locales (AL) qui regroupent 141777 adhérents (chiffres 2015). Sa mission est d'intervenir pour aider les consommateurs à faire respecter leurs droits, en développant l'information collective et individuelle, en menant des actions en justice (souvent préventives, par exemple sur les clauses abusives) et en participant à diverses instances de concertation. Elle mène régulièrement des campagnes d'information, répond aux auditions du Parlement, propose des amendements aux lois, sollicite les ministères, interpelle les élus locaux, rappelle leurs obligations aux professionnels, etc.

Notre association adhère à la Fédération UFC Que Choisir depuis 1994. A ce titre, nous bénéficions de l'appui des ressources humaines et des moyens mis en œuvre par la Fédération. Celle-ci met à la disposition de ses associations locales divers documents : de la documentation juridique, les revues qu'elle édite et un site extranet comportant de nombreuses études. Elle propose des formations aux bénévoles et aux dirigeants. Elle mobilise les bénévoles des associations locales pour participer à diverses enquêtes sur le terrain, leur demande de relayer des informations et des campagnes d'opinion. Elle s'informe sur les litiges examinés par les AL afin de pouvoir donner des orientations pour leur traitement, lancer éventuellement des actions de groupe ou susciter des modifications règlementaires.

La Fédération réunit, pour son assemblée générale, des délégués des associations locales (leur nombre dépendant du nombre d'adhérents).

En mars 2016, Michel Davarend a représenté l'association à la Journée du Mouvement. Luce Lorenzin a participé en avril à un atelier de formation des dirigeants. En juin 2016, Luce Lorenzin et Françoise Kerjouan ont assisté à l'assemblée générale de la Fédération.

Outre les obligations formelles liées au fonctionnement de la fédération, c'est l'occasion de rencontrer le personnel de la fédération, avec lequel nous sommes en contact par courriel le reste de l'année, et de les

mobiliser sur les spécificités de la Nouvelle-Calédonie. Ceci nous permet par exemple d'obtenir des analyses ciblées sur la Nouvelle-Calédonie à partir des enquêtes effectuées à l'échelle nationale. Lors de ces réunions, des informations sont échangées avec la Fédération et avec les autres associations locales, non seulement sur des orientations générales du mouvement, mais également sur les pratiques et préoccupations des autres dirigeants. Ce partage d'expérience est toujours enrichissant pour notre propre fonctionnement. Il est donc important de développer notre participation à ces rencontres.

6 Conclusion

A travers l'ensemble de nos actions, nous avons constaté que l'accès au droit devient de plus en plus difficile en Nouvelle Calédonie, alors que les nombreux moyens d'information devraient conduire à une meilleure connaissance des droits et obligations de chacun :

- Les textes métropolitains dans les matières relevant de la compétence de l'Etat ne sont pas tous publiés localement. Aucune rubrique dédiée sur le site internet Legifrance ne permet de connaître ceux applicables à l'ensemble des collectivités ultramarines et à la Nouvelle-Calédonie. La logique suivie par le législateur est loin d'être évidente pour un particulier : qui pense à rechercher les textes sur le crédit immobilier dans le code de la consommation ?
- Pour les textes locaux et publiés au Journal Officiel de la Nouvelle-Calédonie (JONC), ils sont « mélangés » avec des mesures très ponctuelles, dans une pagination chargée. Sur le site juridoc, le moteur de recherche pourrait être amélioré (en ce début d'année 2017, y mettre l'acronyme « TGC » aboutit à « aucun résultat » !).
- Le site **service-public.nc** est insuffisamment alimenté.

Le statut de la Nouvelle-Calédonie lui permettrait d'être pionnière en de nombreux domaines. Il est donc triste de voir si peu d'avancées - et aucune innovation - en matière règlementaire. Des positions « passéistes » sont souvent retenues lors de l'adoption de textes. Les orientations de politique générale comme la prise en compte de l'environnement, de la biodiversité, du bien-être de la population,... sont alors oubliées.

Enfin, nous remercions tous nos bénévoles, tous ceux d'entre vous qui nous soutiennent par leur adhésion et réadhésion ainsi que les collectivités qui nous aident financièrement.

Les droits des consommateurs seront d'autant mieux respectés que chacun s'implique en ce sens dans un engagement collectif, mais aussi individuel, lors de ses actions quotidiennes de consommation.

Liste des annexes

- Annexe 1 : Total des demandes d'informations et de conseils, par secteur
- Annexe 2 : Total des litiges, par secteur
- Annexe 3 : Liste des comités et commissions
- Annexe 4 : Interventions dans les médias
- Annexe 5 : Communiqués de presse
- Annexe 6 : Articles de presse

ANNEXE 1

Demandes d'informations et de conseils

Répartition par secteur

Association locale de NOUVELLE-CALEDONIE

Code AL 988

Tél 687 28 51 20

Ce tableau a pour objectif de recenser dans les 11 grands secteurs de consommation proposés ci-dessous, l'ensemble des litiges traités par votre Association Locale pendant l'année 2016

	SECTEUR DE CONSOMMATION	NOMBRE TOTAL DE LITIGES DU SECTEUR	% PAR RAPPORT AU NOMBRE TOTAL DE LITIGES
1	LOGEMENT, COPROPRIETE, IMMOBILIER	289	34
2	ASSURANCES	81	10
3	BANQUES ET ORGANISMES DE CREDIT	103	12
4	AUTO, MOTO, CARAVANE, MOBIL-HOME, BATEAUX	101	12
5	ALIMENTATION	3	0
6	SERVICES MARCHANDS	165	20
7	ENERGIE, EAU, ASSAINISSEMENT, DECHET, ENVIRONNEMENT	36	4
8	ADMINISTRATION	34	4
9	OPERATEURS DE TELECOMMUNICATIONS	9	1
10	SANTE, MEDECINE, MALADIE, HYGIENE	7	1
11	AUTRES SECTEURS DE CONSOMMATION	16	2
TOTAL		844	100

ANNEXE 2

Litiges

Répartition par secteur

Association locale de NOUVELLE-CALEDONIE

Code AL 988

Tél 687 28 51 20

Ce tableau a pour objectif de recenser dans les 11 grands secteurs de consommation proposés ci-dessous, l'ensemble des litiges traités par votre Association Locale pendant l'année 2016

	SECTEUR DE CONSOMMATION	NOMBRE TOTAL DE LITIGES DU SECTEUR	% PAR RAPPORT AU NOMBRE TOTAL DE LITIGES
1	LOGEMENT, COPROPRIETE, IMMOBILIER	302	44
2	ASSURANCES	79	12
3	BANQUES ET ORGANISMES DE CREDIT	69	10
4	AUTO, MOTO, CARAVANE, MOBIL-HOME, BATEAUX	74	11
5	ALIMENTATION	0	0
6	SERVICES MARCHANDS	77	11
7	ENERGIE, EAU, ASSAINISSEMENT, DECHET, ENVIRONNEMENT	30	4
8	ADMINISTRATION	23	3
9	OPERATEURS DE TELECOMMUNICATIONS	4	1
10	SANTE, MEDECINE, MALADIE, HYGIENE	10	2
11	AUTRES SECTEURS DE CONSOMMATION	12	2
	TOTAL	680	100

Annexe 3

Liste des organismes, comités et commissions dans lesquels l'association est représentée

Agence Sanitaire et Sociale de la Nouvelle-Calédonie (ASSNC)
Association Calédonienne de Surveillance de la Qualité de l'Air (Scal'air)
Biocalédonia
Comité Consultatif de l'Environnement
Comité consultatif de protection des végétaux / sur les substances et les produits phytosanitaires à usage agricole
Comité Consultatif des Prix
Comité de certification Agriculture responsable
Comité de certification Pêche responsable
Comité de la filière bovine
Comité de suivi de l'Agenda partagé
Comité de suivi du plan local de prévention des déchets de Nouméa
Comité de suivi du Schéma provincial des déchets Province Nord
Comité de suivi du Schéma provincial des déchets Province Sud
Comité du commerce extérieur
Comité environnemental du Mont-Dore
Comité technique des produits pétroliers
Commission communale des taxis
Commission consultative de classement hôtelier Province Sud
Commission consultative des télécommunications
Commission de l'organisme de gestion des signes de la qualité en Nouvelle-Calédonie
Commission de l'aide judiciaire
Commission de l'aide juridictionnelle
Commission de surendettement
Commission des pratiques commerciales
Commission des services publics locaux de Dumbéa
Commission des services publics locaux de Nouméa
Commission des services publics locaux du Mont Dore
Commission des services publics locaux du SIGN
Commission des services publics locaux du SMTU
Commission des taxis
Commission des transports routiers des personnes
Commission Flux et Cotations
Commission urbanisme commercial Province Nord
Commission urbanisme commercial Province Sud
Commissions déchets Province Nord
Commissions déchets Province Sud
Comité de suivi des schémas déchets Province sud
Comité de suivi des schémas déchets Province nord
Comité de suivi du programme local de prévention des déchets de Nouméa
Conseil économique, social et environnemental
Conseil Permanent de la Sécurité Routière
Observatoire de l'environnement
Observatoire de la législation civile et commerciale
Observatoire des prix

ANNEXE 4

Interventions dans les médias

Michel DAVAREND(MD) Luce LORENZIN(LL) Gilles JOSNIN (GV) Jacques PUSSET (JP) Lysis SONG (LS) Françoise KERJOUAN (FK)			JOURNAUX	EMISSIONS	
				TV/RADIO	
DATES	INTERVIEWS	SUJETS	ARTICLES	PASSAGES	
			JOURNAUX	RADIO	TV
03/02/16		Frais bancaires (LL)			NC1
04/02/16		Frais bancaires (LL)		NC1	
06/02/16	Charlie RENE	Insignifiant, l'accord bancaire ? (LL)	LNC		
06/02/16		L'UFC QUE CHOISIR au chevet des oignons	TELENC		
02/03/16	Charlie RENE	Appel à la vigilance sur les prix des salades (LL)	LNC		
12/03/16	Charlie RENE	832 conseils et 636 litiges : l'année chargée de l'UFC (LL)	LNC		
14/03/16	Nathalie COGNARD	Produits cosmétiques (LL)			NC1
16/03/16	Stéphanie CHENAIS	Les consommateurs parlent aux consommateurs (JP)	LNC		
25/03/16	Anthony TEJERO	Qui doit vraiment payer la redevance d'assainissement (LL/LS)	LNC		
07/06/16		Agences immobilières : locations (LL)			NC1
22/06/16		Agences immobilières : locations (LL)		NC1	
04/07/16	RADIO COCOTIER (internet)	Une enquête sur les prix de produits confidentiels (LL)			
05/07/16		Le prix du panier ne baisse pas (LL)	LNC		
juillet 2016		CCE : remplacement des représentants UFC	CCI		
22/07/16	Yann MAINGUET	Le nouvel assaut de l'UFC sur les banques (LL)	LNC		
06/08/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
13/08/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
20/08/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
27/08/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
01/09/16		Enquête prix grandes surfaces métropole / Nouvelle-Calédonie (LL)		NC1	
02/09/16		Enquête prix grandes surfaces métropole / Nouvelle-Calédonie (LL)			NC1
03/09/16	Clémentine GUENOT	Enquête prix grandes surfaces métropole / Nouvelle-Calédonie (LL)		NRJ	
03/09/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
06/09/16	Charlie RENE	Pour l'UFC, les écarts de prix avec la Métropole se creusent (FK)	LNC		
10/09/16	Angélique SOUCHE	Carte sans contact (LL)		NC1	
10/09/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
12/09/16	Alexandre ROSADA	Enquête prix grandes surfaces métropole / Nouvelle-Calédonie (LL)			NC1
19/09/16		Enquête prix grandes surfaces métropole / Nouvelle-Calédonie (GJ)			NC1
29/09/16	Alexandre ROSADA	TGC/Compétitivité (LL)			NC1
30/09/16		Les tarifs de l'électricité sont-ils équitables ? (FK)	LNC		
30/09/16	Françoise WETEWEA	TGC/Compétitivité : décryptage (FK)		NC1	
septembre 2016		Information à Poindimié	Le gratuit Nord		
01/10/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
08/10/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
15/10/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
22/10/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
22/10/16	Jean-Frédéric GALLO	Taxe "light" sur les boissons alcoolisées (LL)	LNC		
26/10/16		Enquête auto-écoles (FK)	LNC		
28/10/16		Alcool et sucres (FK)		RRB	
28/10/16		TGC : taxe alcool (LL)	DEMAIN		
28/10/16		Enquête auto-écoles (FK)	DEMAIN		
29/10/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
03/11/16		Questions au Haut-Commissaire : frais bancaires (LL)			NC1
12/11/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
15/11/16		Conférence sur les produits solaires (FK)		NC1	
16/11/16		Produits solaires (FK)			NC1
19/11/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
26/11/16		UFC QUE CHOISIR vous informe	TELENC		
10/12/16		Attention aux crèmes solaires pour enfants	TELE NC		
19/12/16		Frais bancaires (LL)			NC1



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue Lacave-Laplagne
BP 2357 - 98846 NOUMEA CEDEX
Tél/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

« Tarifs bancaires 2016 : avantage aux banques ? »¹

On a la réponse : c'est oui !

La négociation des tarifs bancaires entre l'Etat, représenté par le haut-commissaire et les banques a accouché d'une souris. Une toute petite souris.

Frais de tenue de compte :

Ils sont en moyenne de 3027 CFP par an en Nouvelle-Calédonie, contre 1665 CFP en métropole. 2% de baisse, c'est une baisse de 60 CFP sur l'année, soit **5 CFP par mois**.

Abonnement permettant de gérer ses comptes sur internet :

Ils sont en moyenne de **5040 CFP** par an, contre **444 CFP** en métropole. 15% de baisse, c'est une baisse de 756 CFP en moyenne, soit **63 CFP par mois**. Un effort considérable ?

Retraits d'espèces au guichet de l'agence teneur de compte : ce tarif reste gelé, mais nous rappelons que notre analyse de juin 2015 montrait que cette opération est **payante** dans certaines banques si l'on ne détient pas de carnet de chèques ou pas de carte bancaire. **Nous demandons à nouveau que tout détenteur de compte bancaire puisse retirer gratuitement de l'argent de son compte dans son agence de rattachement, indépendamment du fait d'être ou non possesseur d'un carnet de chèques ou d'une carte bancaire ou de retrait. Cette possibilité doit être ouverte et rappelée sur tous les extraits de compte.**

Maintien de la gratuité de certains tarifs :

Il s'agit soit de tarifs d'opérations « basiques » de gestion d'un compte bancaire (ouverture, fermeture, changement d'adresse, RIB, dépôt d'espèces...), soit de tarifs d'opérations qui font l'objet d'une tarification par ailleurs. Exemple : les frais de prélèvement peuvent bien être gratuits... (ils le sont en métropole) lorsque la mise en place d'un prélèvement coûte 1155 CFP contre 101 CFP en métropole.

Sur les tarifs égaux ou inférieurs en Nouvelle-Calédonie par rapport à la métropole (nous n'en comptons que 7 dans l'annexe de l'accord) :

- Les frais de prélèvement ci-dessus...
- Le virement occasionnel externe dans le territoire par internet : il était gratuit en métropole depuis au moins 2013, il est devenu gratuit sur le territoire. Sans doute parce qu'il est maintenant inclus dans l'abonnement internet (lui 10 fois plus cher qu'en métropole) ?
- Le virement occasionnel externe dans le territoire en agence : gratuit en métropole en 2013, il est devenu payant et supérieur au tarif pratiqué sur le territoire. Reste à comprendre ce que « dans le territoire » signifie pour la métropole : Etats-membres de la zone Euro ?
- Les cartes de paiement international (paiements différé et immédiat) : nous avons déjà expliqué qu'il faut être vigilant dans cette comparaison sur les prestations proposées, en particulier sur le retrait d'espèces en DAB autres que ceux de sa banque.

¹ Notre communiqué de presse de décembre 2015

- Le retrait d'espèces en DAB autres que ceux de sa banque : il peut être facturé jusqu'à 137 CFP par retrait dès le premier retrait. En métropole, un « quota » de retraits gratuits est proposé au client (de 1 à 7 retraits dans le mois). La comparaison est difficile !
- L'assurance perte ou vol des moyens de paiement : depuis plusieurs années, UFC Que Choisir s'interroge sur la pertinence d'une telle assurance : outre le fait qu'elle est parfois proposée en agence à un client qui n'en a manifestement pas besoin (défaut de conseil ?), la réglementation protège suffisamment le consommateur, y compris en Nouvelle-Calédonie. Un service certes moins cher qu'en métropole, mais tout aussi inutile.

Le plafonnement des commissions d'intervention a manifestement déplu aux banques, déçues de ne pas pouvoir appliquer des tarifs supérieurs. **Il faut maintenant que l'Etat soit vigilant sur la notion de « personnes en difficulté » (pour lesquelles le tarif est divisé par deux) car ce sont les banques qui les détermineront.**

A partir du 1^{er} janvier 2016, la définition d'un « compte inactif » sera, comme en métropole, désormais encadrée par la loi. Les frais relatifs à leur tenue doivent maintenant être précisés en Nouvelle-Calédonie. Nous notons que ces tarifs ne font pas partie de l'accord. **Nous demandons qu'ils soient inférieurs aux frais de tenue de compte actif.**

Nous avons noté l'apparition de nouveaux frais bancaires et l'augmentation parfois significative, sans justification, de certains frais. **Nous constatons qu'aucun engagement n'a été pris par les banques sur ce sujet.**

Nous demandons toujours :

- Des frais bancaires qui correspondent à la réalité du service rendu. Les efforts consentis par les banques doivent se poursuivre bien au-delà du cadre du rapport Constans (les montants des bénéfices annoncés lors de la grève de mai 2015 n'ont pas été démentis par les banques...). Ces efforts doivent notamment concerner plus de frais bancaires et être significatifs pour les consommateurs. **A défaut d'efforts significatifs proposés par les banques, nous demandons à nouveau au haut-commissaire de fixer les tarifs.**
- Un accès direct et bien en évidence aux tarifs sur tous les sites internet des banques et de l'OPT
- La possibilité d'effectuer, sans frais, des retraits d'espèces au guichet de son agence de rattachement, indépendamment de la possession d'un carnet de chèques ou d'une carte bancaire ou de retrait
- Un comportement responsable face à des populations fragiles : pas de proposition abusive de services inutiles.

Nous appelons les consommateurs à saisir, lorsqu'ils n'ont pu résoudre leur problème avec leur responsable de compte, les services qualité des banques et à nous informer de cette saisie.

En effet, cette démarche est rarement faite par les consommateurs, par lassitude, par crainte ou par dépit. Les banques en déduisent que tout va bien... et s'en vantent !

Pour le conseil d'administration

La présidente

Luce LORENZIN

Nouméa, le 4 février 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 ou 76 09 45



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Substances préoccupantes dans les produits cosmétiques : les consommateurs appelés à passer à l'action !

L'UFC – Que Choisir alerte les consommateurs sur la présence, dans les cosmétiques, de substances préoccupantes du fait de leur caractère toxique, allergisant, irritant ou perturbateur endocrinien.

Les cosmétiques proposés aux consommateurs calédoniens étant les mêmes que ceux proposés en métropole, notre association relaie aujourd'hui le communiqué de presse de Que Choisir.

En l'absence de réglementation locale protectrice, notre association invite les Calédoniens à :

- s'informer sur le site www.quechoisir.org ou via notre site internet
- consulter la base de données accessible gratuitement sur le site www.quechoisir.org ou via notre site internet
- utiliser la carte-repère (*) au moment de l'achat, carte qui présente les 12 substances les plus à risque

(*) <http://www.quechoisir.org/sante-bien-etre/hygiene-beaute/decryptage-produits-cosmetiques-telechargez-notre-carte-repere-des-molecules-toxiques>

➤ être des « veilleurs de marché » en transmettant leurs observations à l'adresse ingredient.cosmetique@quechoisir.org ou sur le forum dédié « Cosmétiques » (**)

(**) <http://forum.quechoisir.org/substances-toxiques-dans-les-cosmetiques-on-compte-sur-vous-t51497.html>

Ci-joint le communiqué de presse de UFC Que Choisir

Pour le conseil d'administration

La présidente
Luce LORENZIN

Nouméa, le 23 février 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20



UFC-QUE CHOISIR
233 boulevard Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11
Tel : 01.43.48.55.48
Fax : 01.43.48.44.35
www.quechoisir.org

Paris, le 22 février 2016

COMMUNIQUÉ DE PRESSE Substances préoccupantes dans 185 produits cosmétiques :

Les consommateurs appelés à passer à l'action !

Alors que les fabricants de produits cosmétiques persistent à utiliser des composés potentiellement dangereux malgré la multiplication des alertes scientifiques et des tests de l'UFC-Que Choisir révélant leur présence, l'association publie une base de donnée exclusive sur [la composition de 185 produits cosmétiques](#) courants¹ et appelle les consommateurs à faire la chasse aux substances indésirables.

L'UFC-Que Choisir a ainsi repéré parmi les rayons des produits cosmétiques du quotidien ([dentifrices](#), [shampooing](#), [déodorants](#), crèmes de visage, après-rasages ...), pas moins de 185 produits contenant des substances préoccupantes du fait de leur caractère toxique, allergisant, irritant ou perturbateur endocrinien.

- **Des composés préoccupants dans 185 cosmétiques courants :** Pour les allergènes on dénombre 62 produits, dont 55 contiennent de la Methylisothiazolinone (MIT) un allergène majeur d'autant plus irritant qu'il est très majoritairement ajouté à des produits non rincés qui resteront en contact prolongé avec la peau. S'agissant des perturbateurs endocriniens, pas moins de 101 produits en recèlent, dont 44 sous la forme d'ethylhexyl-methoxycinnamate, un filtre UV perturbant le fonctionnement oestrogénique et thyroïdien. Pourquoi donc mettre des filtres UV totalement inutiles dans des eaux de toilettes, des démaquillants ou des produits capillaires ?
- **Même les grandes marques sont à épingle :** ces substances sont retrouvées aussi bien dans des produits de grandes marques de fabricants que de distributeurs. Ainsi parmi les 26 produits contenant les tristement célèbres parabènes à longue chaîne, on trouve 3 produits de la marque 'Roc', 2 produits de chez 'L'Oréal', 2 produits 'Carrefour', 2 de chez 'Leclerc', ainsi que chez 17 autres marques courantes. Pire, [8 lingettes pour bébés](#) des marques 'Bébé Cadum', 'Mixa', 'Nivea', 'Pampers', (...) contiennent du phenoxyethanol un conservateur toxique pour le foie et le sang !
- **Gare aux mentions marketing faussement rassurantes :** en l'absence d'encadrement réglementaire spécifique, les consommateurs ne peuvent même pas se fier aux mentions apposées par les fabricants pour les rassurer. Ainsi malgré la mention « *hypoallergénique* » figurant sur le lait de toilette 'Mots d'enfants' de Leclerc, la 'Crème pour le change' des bébés de 'Corine de Farme' ou encore sur les nettoyeurs féminins 'Physélia Intimate', nous avons relevé la présence dans ces produits de MIT un conservateur auquel des dermatologues ont décerné en 2013 la palme peu enviable de l'allergène de l'année !

Malgré les alertes répétées des toxicologues et des dermatologues, les fabricants n'ont toujours pas changé leurs pratiques. Dans l'attente cruellement longue d'une réglementation enfin protectrice, l'UFC-Que

¹ Base de données sur la composition de 185 produits cosmétiques courants (crèmes hydratante, shampooing, déodorants, eaux de toilette, lingettes ...) contenant des composés préoccupants (perturbateurs endocriniens, allergènes, composés toxiques ...).



UFC-QUE CHOISIR
233 boulevard Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11
Tel : 01.43.48.55.48
Fax : 01.43.48.44.35
www.quechoisir.org

Paris, le 22 février 2016

Choisir recommande aux consommateurs de ne plus acheter les produits contenant ces composés, notamment pour les usages les plus à risques (bébés, enfants, produits non rincés) et pour ce faire :

- Met à la disposition des consommateurs [une carte-repère](#) utilisable au moment de l'achat avec les 12 substances les plus à risque, ainsi que sa base de données accessible gratuitement sur son site [quechoisir.org](http://www.quechoisir.org) ;
- Compte sur les consommateurs pour être des « veilleurs de marché » en transmettant leurs observations à l'adresse ingredient.cosmetique@quechoisir.org pour alimenter et mettre à jour cette base de données ou sur notre [forum dédié « Cosmétiques »](#).



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr

Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse commun **avec l'Interprofession Fruits et Légumes de Nouvelle-Calédonie**

PAS DE SALADES ENTRE NOUS !

L'Interprofession Fruits et Légumes de Nouvelle-Calédonie, tout récemment créée, a pour objectif le bon développement, la régulation et la promotion de la filière fruits et légumes. Elle s'associe aujourd'hui à l'UFC-Que choisir, l'un de ses membres associés, pour expliquer aux consommateurs la raréfaction de la salade sur le marché, faire appel à leur vigilance sur les prix pratiqués et ouvrir de nouvelles perspectives de consommation, complémentaires ou alternatives à ce produit si convoité.

Chaleur et humidité sur cette courte période génèrent des maladies sur les cultures, entraînant des baisses de rendements. La salade, particulièrement impactée par le climat que nous connaissons actuellement, se fait aujourd'hui plus rare et plus chère sur le marché.

Lorsque la salade locale vient à manquer, bien que son ouverture soit autorisée elle peut difficilement être remplacée par l'import car il s'agit d'un produit trop fragile qui résiste mal aux contraintes imposées par les normes phytosanitaires calédoniennes d'importation.

Le prix de la salade est réglementé, mais il peut faire l'objet d'abus. L'IFEL et l'UFC-Que choisir appellent les consommateurs à la vigilance : manger de la salade oui, mais pas à n'importe quel prix !

En effet, entre le prix de vente du producteur et le prix de vente au consommateur final, la marge maximale autorisée est de 300 F/kg. Par conséquent et à titre d'exemple, si un producteur commercialise sa salade à 600 F/kg en cette période difficile, le prix de vente au consommateur ne pourra dépasser les 900 F/kg.

Attention donc aux prix pratiqués, il est important de se référer au triple affichage et de ne pas accepter n'importe quel prix, y compris sur les lieux de vente directe.

Pour varier les plaisirs et faire face à la vie chère tout en favorisant la production locale, pensez aux salades de mangues ou de papayes vertes qui constituent une excellente alternative de saison !

Contact presse : Guy Lepape – Vice-Président de l'IFEL – 76 76 55

Rappels au sujet de l'IFEL :

Date de création : décembre 2015

Composition : toutes les organisations représentatives de la filière fruits et légumes réparties en deux collèges, producteurs d'une part, commerce, transformation et distribution d'autre part, (incluant les « consommateurs professionnels » que sont les restaurateurs).

Président : Guy Moulin – Producteur maraîcher.

Pour le conseil d'administration

La présidente

Luce LORENZIN

Nouméa, le 29 février 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Oignons : de quoi pleurer ?

Produire des oignons en Nouvelle-Calédonie est une gageure : c'est une production de plein champ à développer plutôt en milieu tempéré et, pour les conserver, il vaut mieux ne pas avoir un climat trop humide. Mais il est aussi important que la Nouvelle-Calédonie tende vers une autonomie alimentaire.

Sachant que certains pays subventionnent l'exportation de produits alimentaires, laisser jouer la concurrence avec l'importation, c'est empêcher toute production locale. Pour protéger l'agriculture locale, des mesures ont donc été adoptées par les autorités :

- placer l'importation des oignons sous procédure d'importation limitée par attribution de quotas
- ouvrir ces quotas en fonction de la production locale et limiter le prix de vente aux consommateurs par fixation des marges applicables sur les prix « producteur ».

Pour permettre une meilleure régulation de l'écoulement de la production locale en facilitant l'arrivée des importations au moment où le stock local est épuisé, les représentants des producteurs et distributeurs négocient des contrats annuels avec fixation d'un prix maximum et engagement de quantité.

En tant qu'association de consommateurs, nous avons fait remarquer que ces accords ne respectaient pas suffisamment les intérêts des consommateurs : nous souhaitons que soient imposés des critères de qualité avec la création de catégories différenciées vendues à des prix différents et que les coûts de production soient contrôlés.

En 2015, les accords ont permis de fixer un prix maximum à 220 francs « bord de champ ». Les derniers oignons en décembre laissaient cependant pour beaucoup à désirer : les oignons n'étaient pas suffisamment secs. Ils étaient déjà entourés de moucheron sur les étals et s'avéraient pour partie pourris à l'intérieur. Aujourd'hui des producteurs disent pouvoir mettre sur le marché des oignons de qualité marchande ! Ils semblent les avoir stockés pour pouvoir les vendre en janvier, après la fin de l'accord sur les prix, en voulant imposer un prix de vente largement supérieur tout en exigeant que l'importation ne soit pas ouverte (puisque des stocks existent).

La protection de marché que les consommateurs acceptent déjà difficilement sur un produit de première nécessité ne doit pas être utilisée pour des spéculations de cette nature ! Nous soutiendrons donc toute demande d'ouverture immédiate de l'importation d'oignons.

Pour le conseil d'administration
La présidente, Luce Lorenzin

Nouméa, le 27 janvier 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaldonie.ufcquechoisir.fr

Site : <http://www.ufcnouvellecaldonie.nc>

INVITATION PRESSE

15 mars 2016, Journée mondiale des consommateurs

L'association locale de Nouvelle-Calédonie va à la rencontre des consommateurs dans les galeries marchandes KENU IN (DUMBEA) et PORT PLAISANCE (NOUMEA), pour les aider dans leur choix et leur permettre de mieux faire valoir leurs droits.

Nos bénévoles seront présents avec :

- Notre dernier bulletin
- Nos dépliants (Savoir acheter, Gérer son budget, la chaîne du froid)
- Des informations sur nos actions, nos représentations
- Des renseignements sur vos droits.

Nous donnons rendez-vous :

Le mardi 15 mars 2016 de 13h à 18h
dans les galeries marchandes
KENU IN et PORT PLAISANCE

La consommation, c'est plus simple quand on en possède les clés !

Pour le conseil d'administration

La présidente

Luce LORENZIN

Nouméa, le 7 mars 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaldonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaldonie.nc>

Communiqué de presse

Enquête sur le panier calédonien de JUIN 2016 Comparaison JUIN 2016 / MARS 2015

L'association de consommateurs UFC Que Choisir de Nouvelle-Calédonie a réalisé en juin 2016 une enquête sur les prix du panier calédonien.

Nos enquêteurs ont relevé les prix dans 7 magasins, portant sur 104 produits d'alimentation, d'entretien, de beauté, d'hygiène et pour animaux.

Résultats pour 78 produits identiques* en juin 2016 dans les 7 magasins

ENSEIGNE	GÉANT CASINO	SUPER U MAGECO	CARREFOUR KENU IN	SUPER U KAMERE	CASINO BELLE VIE	CHAMPION N'GEA	SIMPLY MARKET
Total en F CFP	37 041	38 831	39 233	39 414	39 680	40 893	41 830
Classement	1	2	3	4	5	6	7
Écart en F CFP	0	1789	2192	2372	2638	3851	4789
Écart en %		5 %	6 %	6 %	7 %	9 %	11 %
Nombre de produits au prix le plus bas	34	17	14	13	11	9	11
Écart en % avec le panier IDÉAL	8 %	13 %	14 %	15 %	15 %	19 %	22 %

L'enseigne avec le panier le moins cher est GÉANT CASINO.

Le prix du panier « IDÉAL », qui suppose de faire le tour des 7 magasins pour y prendre les produits les moins chers parmi les 7 magasins, est de 34 413 F CFP.

Ainsi GÉANT CASINO est 8 % plus cher que le panier IDÉAL et SIMPLY MARKET 22 %, ce qui laisse aux distributeurs, et notamment au dernier, une bonne marge de progrès pour proposer des prix plus bas.

Notons que GÉANT CASINO propose 34 produits au plus bas prix parmi les 7 magasins.

La liste des produits de notre panier est confidentielle. Nous invitons les consommateurs à se rendre sur le site de l'Observatoire des prix de la Nouvelle-Calédonie ** pour comparer les prix de leurs produits préférés et mieux choisir le lieu de leurs achats.

Avant de choisir où faire vos courses, considérez qu'un véhicule coûte 60 F CFP/km et que les enseignes que nous avons visitées peuvent être classées en 3 groupes :

- Le moins cher : GÉANT CASINO
- À prix moyen : SUPER U MAGECO, CARREFOUR KENU IN, SUPER U KAMERE et CASINO BELLE VIE,
- Les plus chers : CHAMPION NGEA et SIMPLY MARKET

*Produits identiques = alimentation, alcool, produits de toilette et produits ménagers, de même marque et de même conditionnement

** www.observatoiredeprix.nc

Comparatif entre mars 2015 et juin 2016, sur un panier de 61 produits identiques* dans les 7 magasins

Le prix moyen du panier a peu augmenté entre mars 2015 et juin 2016 (+ 0,3 %) ; la variation en pourcentage de l'indice des prix à la consommation de l'ISEE (alimentation hors alcool) est de -0,05% sur la même période.

Prix moyen du panier mars 2015 en F CFP	31 920
Prix moyen du panier juin 2016 en F CFP	32 013
Ecart en F CFP	93
Evolution en %	+ 0,3 %

Le prix du panier est en baisse ou stable dans 4 magasins, en hausse dans **3 magasins** :

ENSEIGNE	GÉANT CASINO	SUPER U MAGECO	CARREFOUR KENU IN	SUPER U KAMERE	CASINO BELLE VIE	CHAMPION N'GEA	SIMPLY MARKET
Écart en %	-1 %	-2 %	+ 1 %	-2 %	+ 5 %	+ 1 %	0 %

Le prix du panier le plus bas sur ces 61 produits est de 30 033 F CFP à GÉANT CASINO :

ENSEIGNE	GÉANT CASINO	SUPER U MAGECO	SUPER U KAMERE	CARREFOUR KENU IN	CASINO BELLE VIE	CHAMPION N'GEA	SIMPLY MARKET
Écart en F CFP		1 494	1 754	1 760	2 038	2 970	3 842

- Classement légèrement différent avec 61 par rapport à 78 produits : GÉANT CASINO reste le moins cher et SUPER U KAMERE passe devant CARREFOUR KENU IN, mais l'écart n'est pas significatif.
- Un mauvais point pour SIMPLY MARKET avec une nouvelle fois le panier le plus cher (+11 % par rapport à GÉANT CASINO).

Toutes enseignes confondues, sur les 427 produits (61 produits * 7 magasins) : 258 produits ont leur prix en baisse depuis un an et 134 produits ont une augmentation de plus de 3 %.

ENSEIGNE	GÉANT CASINO	SUPER U MAGECO	CARREFOUR KENU IN	SUPER U KAMERE	CASINO BELLE VIE	CHAMPION N'GEA	SIMPLY MARKET
% de produits en BAISSÉ	69 %	74 %	57 %	59 %	51 %	56 %	57 %
% de produits en HAUSSE de plus de 3%	28 %	13 %	33 %	28 %	43 %	39 %	36 %

Produits identiques = alimentation, alcool, produits de toilette et produits ménagers, de même marque et de même conditionnement*

**Pour le Conseil d'Administration
la présidente, Luce Lorenzin**

**CONTACT PRESSE : 28 51 20 ou 75 13 24
Nouméa, le 27 juin 2016**



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Carte de paiement sans contact : vous pouvez refuser

Depuis quelques mois, lors du renouvellement des cartes bancaires, les banques locales fournissent souvent une carte bancaire sans contact.

Le format de cette carte est le même que celui d'une carte bancaire classique. La puce sans contact n'est pas visible à l'œil nu car elle est à l'intérieur du plastique. C'est un logo spécifique sur la carte qui permet de savoir que celle-ci est sans contact (des vagues d'ondes comme pour représenter le signal wifi sur certains ordinateurs).

Cette carte permet d'effectuer une transaction sans utiliser son code. La carte doit être approchée à quelques centimètres d'un terminal de paiement spécifique (sur lequel figure le même logo). Elle ne peut être utilisée que pour un montant inférieur à 2386 francs.

En Nouvelle-Calédonie, les commerçants ne semblent pas avoir choisi de modifier leur terminal de paiement. L'utilité de cette carte n'apparaît guère, alors que des risques non négligeables de piratage de ce type de carte ont été prouvés.

Plusieurs de nos adhérents nous ont signalé, qu'ayant dit à leur banque ne pas vouloir d'une telle carte, leur chargé de clientèle a indiqué que cela leur occasionnerait des frais.

Il est donc bon de rappeler les recommandations de la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) de juillet 2013 : les porteurs de carte doivent être clairement informés de la fonctionnalité sans contact (article 32 de la loi « informatique et libertés ») et doivent pouvoir la refuser. Pour répondre à la demande des clients de ne pas avoir de carte sans contact, les banques peuvent distribuer une nouvelle carte identique aux anciens modèles ou proposer une désactivation via le site internet de la banque.

Si vous ne souhaitez pas avoir de carte de paiement sans contact, tournez vous vers votre banque dans un premier temps pour lui demander la désactivation ou la réédition gratuite d'une nouvelle carte sans cette fonctionnalité.

Si la banque ne répond pas à votre demande ou refuse de désactiver le sans contact gratuitement et sans condition, vous pourrez saisir la CNIL.

Dans un premier temps, écrivez au directeur de votre agence (par courrier déposé contre récépissé ou envoyé en recommandé avec accusé de réception) en lui rappelant « l'engagement des banques à procéder gratuitement à un échange pour une nouvelle carte non équipée de la fonctionnalité sans contact », engagement pris le 2 Juin 2015 dans le cadre des « Assises des Moyens de Paiements ».

Si la banque refuse ou vous indique des conditions (exemple suppression du différé), adressez vous au service des plaintes de la CNIL, sur son site internet <https://www.cnil.fr/fr/plaintes>, ou en écrivant - Service des plaintes - 8, rue Vivienne - CS 30223 - 75083 Paris cedex 02. Ajoutez toutes les preuves justificatives et le plus de détails possibles. La CNIL, après vérification qu'il s'agit bien d'une plainte

et qu'elle dispose d'éléments suffisants, interviendra auprès de la banque. Parallèlement, vous pouvez saisir le médiateur de votre banque : ses coordonnées sont indiquées sur le site internet de la banque ou à la fin de son dépliant présentant les tarifs bancaires.

Les banques souhaitent la disparition des chèques, des titres interbancaires de paiement et des espèces... Elles rêvent d'un monde où toutes les transactions financières se feraient de manière numérisée. Elle en vantent les avantages auprès des commerçants et les autorités financières n'y sont pas opposées. Mais elles vont souvent trop vite. A la suite des démonstrations faites sur les possibilités de piratage des cartes bancaires sans contact et des atteintes à la vie privée du client en découlant, elles ont mis à l'étude des projets de procédures plus sécurisées. Voir par exemple l'article <https://lejournald.cnrs.fr/articles/le-paiement-sans-contact-nest-pas-sans-risque>. Extrait : « si vous vous promenez dans la rue, avec votre carte NFC dans votre poche ou votre sac, il est tout à fait possible pour un hacker passant près de vous d'intercepter vos données ».

Dans un territoire où les paiement par chèques et en espèces sont encore importants, il n'y pas urgence à adopter des procédés non sécurisés. Il vaut mieux attendre deux ou trois ans des cartes de nouvelle génération.

Pour le conseil d'administration
La présidente
Luce LORENZIN

Nouméa, le 5 septembre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 / 76 09 45



Union Fédérale des Consommateurs **QUE CHOISIR** de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Enquête prix grandes surfaces métropole / Nouvelle-Calédonie :

L'écart se creuse à nouveau

En janvier 2016, les enquêteurs de l'UFC Que Choisir Nouvelle-Calédonie ont visité les magasins de la grande distribution classique (Carrefour, Carrefour Market, Casino Johnston, Champion N'géa, Géant, Simply Market, Super U Kamere, Super U Mageco, Korail Mont-Dore) pour y relever des prix, dans le cadre de l'enquête nationale menée par la Fédération UFC Que Choisir.

Les types de produits concernés, de marques nationales et de MDD (marques de distributeurs) se répartissent dans les différents rayons suivants : épicerie, laitages, viandes / poissons, fruits / légumes, boissons, hygiène / beauté.

COMPARAISON AVEC LA METROPOLE – JANVIER 2016 et EVOLUTION

En Nouvelle-Calédonie, de nombreux produits « métropolitains » ne sont pas disponibles et/ou sous des marques locales. Parmi la totalité de la liste de produits à relever (81 produits de marques nationales et MDD), moins de 32 produits ont été trouvés dans chacun des huit magasins enquêtés (de 20 produits chez Korail Mont-Dore à 34 produits chez Casino Johnston).

Les résultats des relevés réalisés sont donc à prendre avec précaution. D'une part, les produits présents ne sont pas assez nombreux pour garantir que l'indice soit significatif, d'autre part, si le panier relevé en métropole est pertinent, il ne l'est pas forcément en Nouvelle-Calédonie, où les habitudes de consommation diffèrent.

Sur ces produits de marques nationales et MDD pour lesquels la comparaison est **possible, le panier en Nouvelle-Calédonie est 136 % plus cher que le panier en métropole, soit un coût multiplié par 2,36.**

Après un creusement ces dernières années, et une stabilisation en 2015, l'écart se creuse à nouveau avec le panier moyen en Métropole :

- Novembre 2010 (*) : + 81 % (MDD) et + 96 % (marques nationales)
- Septembre 2011 : + 104 % (marques nationales)
- Septembre 2012 : + 117 % (MDD et marques nationales)
- Septembre 2014 : + 126 % (MDD et marques nationales)
- Mars 2015 : + 125 % (MDD et marques nationales)
- **Janvier 2016 : + 136 % (MDD et marques nationales)**

A la Réunion, le panier était 61 % plus cher que le panier en métropole en mars 2015, il est 71 % plus cher en janvier 2016.

(*) Pour mémoire, l'étude CEROM datée d'octobre 2012 et portant sur les prix relevés en mars 2010 par l'ISEE indique qu'« un métropolitain avec ses habitudes alimentaires paierait 89 % de plus s'il consommait à l'identique en Nouvelle-Calédonie. ».

COMPARAISON PAR MAGASIN

La comparaison avec la métropole, pour chaque magasin, a été effectuée sur les produits « métropolitains » présents dans le magasin.

Magasin	<i>Surcoût par rapport à la Métropole en 2012</i>	<i>Surcoût par rapport à la Métropole en 2014</i>	<i>Surcoût par rapport à la Métropole en 2015</i>	Surcoût par rapport à la Métropole en 2016
Géant Casino	126 %	106,7 %	114,3 %	nc (**)
Super U Kamere		140 %	129,6 %	nc (**)
Korail Mont-Dore				114 %
Simply Market		140 %	155,8 %	124,7 %
Carrefour	98 %	129 %	143,4 %	125,7 %
Carrefour Market	110 %	125,2 %	96,8 %	129,7 %
Champion N'Géa	115 %	128,3 %	131,3 %	136,1 %
Super U Mageco		111,5 %	106,2 %	156,3 %
Casino Johnston	132 %	129,9 %	124,5 %	166,3 %

(**) *pas assez de produits présents*

Pour le conseil d'administration

La présidente

Luce LORENZIN

Nouméa, le 31 août 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 / 75 13 24 / 76 09 45



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Notre association relaie, à l'attention des consommateurs ayant une résidence en métropole, la campagne « Energie moins chère ensemble ».

Il convient de suivre les indications données ci-dessous par la Fédération UFC Que Choisir.

Pour le conseil d'administration

La présidente
Luce LORENZIN

Nouméa, le 15 septembre 2016

Communiqué de la Fédération UFC Que Choisir

CHOISIRENSEMBLE.FR

Faisons baisser la facture d'électricité et de gaz

Forte du succès des campagnes « gaz moins cher ensemble », et à la veille des prochaines augmentations du tarif réglementé de l'électricité (prochaine facture rétroactive, hausse au 1^{er} août), l'UFC-Que Choisir lance une campagne « [Energie moins chère ensemble](http://ChoisirEnsemble.fr) », ouverte à tous, sur le gaz de ville mais aussi, fait nouveau, sur l'électricité pour obtenir les meilleures offres possibles sur chacun de ces marchés¹.

ÉLECTRICITÉ et GAZ :
Ensemble, avec l'UFC-Que Choisir, faisons baisser la facture !

ChoisirEnsemble.fr ► JE M'INSCRIS !

¹ L'opération est ouverte à l'ensemble des particuliers (hors professionnels et copropriétés) abonnés aux gaz de ville et à l'électricité, vivant en France métropolitaine, et ayant une consommation annuelle de gaz inférieure ou égale à 100 000 kWh et/ou une puissance électrique inférieure à 36 Kva. La France métropolitaine est donc couverte par la campagne à l'exception de la Corse et de certaines zones géographiques desservies par les entreprises locales de distribution et non les gestionnaires de réseau de distribution nationaux (GRDF pour le gaz et ENEDIS (ex ERDF) pour l'électricité). En effet certaines zones sont desservies par des entreprises locales de distribution, ce qui ne permet pas aux fournisseurs nationaux de pouvoir distribuer leur gaz dans les mêmes conditions que dans le reste du territoire. Afin d'éviter d'exposer les consommateurs à des problèmes de fourniture, nous avons donc préféré exclure ces communes de l'opération.

Gaz et maintenant électricité : une véritable concurrence est possible sur les deux marchés !

Si sur le gaz, une véritable concurrence est possible depuis plusieurs années du fait de l'absence d'avantage concurrentiel du fournisseur historique ; sur l'électricité, la baisse significative des prix du marché de gros permet dorénavant aux fournisseurs alternatifs de concurrencer durablement le tarif réglementé d'EDF qui a augmenté de 27% depuis 2011. Alors que 48% des consommateurs ignorent encore qu'ils peuvent changer de fournisseur d'électricité (38% pour le gaz), l'UFC-Que Choisir décide donc de les rassembler pour les accompagner dans le changement à travers la campagne [« Energie moins chère ensemble »](#).

Une mise en concurrence des fournisseurs nationaux pour des prix du gaz et de l'électricité plus avantageux

Fin avril, l'UFC-Que Choisir a adressé un épais cahier des charges aux fournisseurs nationaux d'électricité et/ou de gaz dans la perspective de les mettre en compétition, dans le cadre d'une enchère inversée (le moins disant l'emporte), et ainsi obtenir les meilleures offres possibles financièrement pour le gaz et l'électricité. En effet, jusqu'à une époque récente, la forte baisse des prix sur les marchés de gros ne se reflétait pas dans les offres de marché proposées aux consommateurs. Les fournisseurs ont jusqu'à fin juin pour faire part de leur intention de participer à l'enchère, étant entendu qu'ils doivent également se soumettre au volet du cahier des charges tendant à garantir une sécurité juridique pour les consommateurs.

La valeur ajoutée de l'UFC-Que Choisir : la sécurité juridique

Comme pour les précédentes campagnes, l'UFC-Que Choisir entend, au-delà des prix, offrir une sécurité juridique aux consommateurs à travers des conditions contractuelles sûres, imposées par elle, et l'accompagnement des souscripteurs par la Fédération en cas d'éventuelles réclamations. Parmi les éléments imposés dans le contrat client on retrouve, par exemple, la possibilité de l'auto-relève, la facturation bimestrielle, la pluralité des modes de paiement quel que soit le mode de facturation, ou encore la prise en compte des recommandations faites par la Commission des clauses abusives et le Médiateur national de l'énergie qui ne sont normalement pas contraignantes.

Le calendrier de la campagne [« Energie moins chère ensemble »](#) est le suivant :

- INSCRIPTION DES CONSOMMATEURS : du 21 juin au 21 septembre (inclus) sur www.choisiresemble.fr. L'inscription est gratuite et sans engagement.
- OFFRES LAUREATES: Chacune des offres lauréates (gaz et électricité) sera dévoilée le 22 septembre 2016
- OFFRES PERSONNALISEES : à compter du 10 octobre, chaque inscrit reçoit une offre personnalisée sur la base de son profil de consommation, offre à laquelle il est libre de souscrire ou non. Indépendance oblige, pour couvrir les frais d'organisation, une participation de 10 euros sera demandée aux souscripteurs pour une énergie, et 14 euros pour les deux énergies (réduite respectivement à 5/8 euros pour les adhérents aux associations locales ou abonnés aux publications de l'UFC-Que Choisir, au jour de leur inscription).

L'heure est donc à la mobilisation. Alors que les tarifs de l'énergie sont une préoccupation majeure pour 73% des Français, l'UFC-Que Choisir appelle donc :

- tous les abonnés au gaz de ville et à l'électricité (abonnés au tarif réglementé, aux offres du marché libre) à s'inscrire sur le site dédié <https://www.choisiresemble.fr>
- les fournisseurs nationaux de gaz et d'électricité à jouer le jeu de la concurrence au service des consommateurs en répondant à l'appel d'offres qui leur est lancé.



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
 8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
 BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
 Tel/Fax : (687) 28.51.20
 Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
 Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Jardiner écologique ? Ne comptez pas trop sur les conseils des vendeurs

Les produits phytosanitaires sont vendus un peu partout aux jardiniers amateurs, dans les magasins spécialisés, les magasins de bricolage, les commerces d'alimentation et les bazars, trop souvent sans conseil à l'appui.

Nos bénévoles ont visité 4 magasins spécialisés et 4 magasins de bricolage pour prendre la mesure des conseils et des informations donnés pour résoudre des problèmes courants d'entretien du jardin : sensibles dans une pelouse, mauvaises herbes dans une descente de garage et cochenilles sur un rosier. Le constat est affligeant : un marteau pour écraser un mouche ! De la méconnaissance totale des produits à la préconisation du « tout chimique », en passant par l'ignorance des précautions d'emploi, il est très difficile de « jardiner écologique » en suivant les conseils des vendeurs.

Les magasins qui proposent des produits phytosanitaires aux particuliers doivent dès à présent former sérieusement leur personnel.

Le Roundup ou le glyphosate, présents dans les 8 magasins et dans la plupart des grandes, moyennes et petites surfaces, sont proposés trop facilement. **Compte tenu de la toxicité du glyphosate, sa version agricole (très concentrée) doit être retirée sans délai de la vente aux particuliers.**

Le consommateur doit se préoccuper de sa santé, de celle de ses proches, ainsi que de son impact sur l'environnement. On ne brûle pas sa maison pour en chasser les souris ! A lui d'insister auprès des vendeurs pour avoir une solution alternative aux pesticides chimiques, en particulier au glyphosate. A défaut, il changera de magasin et réservera son achat à un professionnel soucieux de la santé de ses clients et respectueux de l'environnement.

Résultats par magasin

		Conseils sur les sensibles	Conseils sur les mauvaises herbes	Conseils sur les cochenilles	Conseils des vendeurs	Présence de produits écologiques
Les Briconautes	Nouméa	■	■	■	■	■
Mr Bricolage (1 ^{ère} visite)	Dumbéa	■	*	**	**	■
Mr Bricolage (2 ^{ème} visite)	Dumbéa	***	■	■	*	■
Projardin	Nouméa	■	■	■	*	■
Coopérative Agricole	Nouméa	■	■	*	**	**
Coopérative de Païta	Païta	***	■	■	■■	■
Jardiland	Nouméa	*	■	■	**	*
Bricorama	Nouméa	■	■	■	*	*
Mr Bricolage	Nouméa	■■	■	■■	■■■	■

■■■ très mauvais à *** très bon

Pour le conseil d'administration, la présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 6 octobre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 / 75 13 24

Annexe :

En avril dernier, l'UFC Que Choisir a sollicité les enquêteurs bénévoles de ses associations locales afin qu'ils se rendent dans les jardinerie. L'objectif était d'obtenir des conseils pour l'entretien courant de son jardin et de prendre la mesure des informations prodiguées sur les produits phytosanitaires. Le constat, publié dans le numéro de Que Choisir de septembre 2016, est déprimant : les vendeurs sont toujours accros aux pesticides, le vendeur « vert » est une espèce rare.

En Nouvelle-Calédonie, les produits phytosanitaires sont vendus aux particuliers dans les magasins spécialisés, les magasins de bricolage, les commerces d'alimentation et les bazars.

Dans le cadre de cette enquête, 4 magasins spécialisés et 4 magasins de bricolage ont été visités. Un magasin a été visité deux fois mais des vendeurs différents ont été rencontrés (et leurs conseils étaient très différents !).

Nos enquêteurs interrogeaient les vendeurs sur des problèmes courants : quelques sensibles dans la pelouse, des mauvaises herbes dans la descente du garage et des cochenilles sur les rosiers. Des informations complémentaires étaient données en fonction des questions des vendeurs : superficie de la pelouse, présence d'enfants ou d'animaux, dallage de la descente... Dans un magasin de bricolage, deux vendeurs ont été successivement interrogés par notre enquêteur : ils n'y connaissaient manifestement rien et renvoyaient le client à la lecture des étiquettes. Dans les autres magasins, sur les 8 vendeurs interrogés, 7 ont posé des questions (superficie, dallage), seulement 2 se sont intéressés à la présence d'enfants ou d'animaux... et un n'a posé aucune question.

Résultat des conseils pour traiter la présence de sensibles dans la pelouse :

Premier constat affligeant : 5 vendeurs ont uniquement préconisé un désherbant chimique (à base de glyphosate ou de 2,4D), 2 vendeurs ont préconisé l'arrachage, 1 a proposé les deux solutions, 1 ne connaissait rien aux produits vendus. 3 vendeurs ont même conseillé de traiter toute la surface de la pelouse. Aucun n'a donné spontanément de précautions d'emploi, malgré la dangerosité des produits. Après demande, un seul a détaillé les précautions à prendre.

Rappelons que le glyphosate a été classé comme cancérigène probable et que le 2,4D est notamment neurotoxique. Pour quelques sensibles, le bon conseil est d'arracher à la main, de préférence lorsque la terre est humide pour enlever les racines.

Résultat des conseils pour traiter les mauvaises herbes dans la descente du garage :

Deuxième constat consternant : tous les vendeurs recommandent un désherbant. Du glyphosate pour 5 vendeurs, à base de 2,4D pour 1 vendeur, et 3 vendeurs laissent le choix du produit au client. Un vendeur indique tout de même qu'on peut aussi utiliser un désherbant bio. Un seul vendeur suggère en alternative du gros sel et de l'eau chaude. C'est aussi ce vendeur qui précise spontanément d'éloigner les enfants et les animaux domestiques. 5 vendeurs sur 8 ne donnent aucune précaution d'emploi.

Aucun n'a demandé comment était l'évacuation des eaux de pluie en bas de la descente de garage, alors qu'un désherbant chimique finit, à la première averse, dans l'environnement.

Le bon conseil aurait dû être d'utiliser de l'eau bouillante, solution simple et efficace, sans attendre d'être envahi. Un nettoyeur haute pression fait aussi l'affaire. Le gros sel est une solution à bannir car il tue aussi les micro-organismes du sol et le stérilise.

Résultat des conseils pour traiter les cochenilles dans les rosiers :

Ce n'est pas mieux : 6 vendeurs sur 8 conseillent un insecticide chimique. Un vendeur propose un insecticide bio tout en indiquant que les rosiers ne sont pas adaptés à la Nouvelle-Calédonie. Aucun vendeur ne donne spontanément de précautions d'emploi. Enfin un seul vendeur conseille de pulvériser de l'eau savonneuse, ce qui est la solution d'attaque efficace que nous attendions.

L'accès aux produits :

Dans les 8 magasins visités, 6 mettent les pesticides en libre accès, comme dans les commerces d'alimentation. Nos enquêteurs ont jugé que 4 des 8 magasins leur semblaient plutôt orientés vers les pesticides, 3 vers les traitements bio ou les solutions alternatives. Cette orientation ne se retrouve pas dans les conseils donnés...

Le Roundup ou le glyphosate sont présents dans les 8 magasins visités, y compris d'ailleurs comme dans la plupart des grandes, moyennes et petites surfaces. En Nouvelle-Calédonie, le glyphosate est couramment vendu en bouteille de 1 litre, concentré de 360 à 480 g/l pour des usages agricoles. C'est bien au-dessus de sa concentration « jardin » dans le Roundup (4,4 g/l). Et le produit, de couleur rose bonbon, est parfois dans les rayons au niveau des enfants, quand il ne côtoie pas les produits alimentaires.

Notre association, avec Ensemble Pour la Planète, se bat depuis de nombreuses années pour que les pesticides chimiques à usage agricole soient mieux règlementés en Nouvelle-Calédonie, pour qu'ils disparaissent de nos fruits et légumes et de notre environnement. L'emploi des produits phytosanitaires par les particuliers est aussi une préoccupation, et force est de constater que jardiner écologique en suivant les conseils des vendeurs est difficile. Un projet de réglementation des pesticides à usage agricole et à usage jardin a été récemment examiné au conseil économique, social et environnemental et au comité consultatif de l'environnement. Les modalités précises de cette future réglementation sur les pesticides ne sont pas encore connues, les représentants de notre association ayant proposé de nombreuses modifications, notamment accélérer le retrait des pesticides chimiques de la vente aux particuliers.

En attendant, **le glyphosate en version « agricole » doit être retiré sans délai de la vente aux particuliers.** Les magasins qui proposent des produits phytosanitaires aux particuliers doivent dès à présent former sérieusement leurs vendeurs.

Résultats par magasin

		Conseils sur les sensibles	Conseils sur les mauvaises herbes	Conseils sur les cochenilles	Conseils des vendeurs	Présence de produits écologiques
Les Briconautes	Nouméa	■	■	■	■	■
Mr Bricolage (1 ^{ère} visite)	Dumbéa	■	*	**	**	■
Mr Bricolage (2 ^{ème} visite)	Dumbéa	***	■	■	*	■
Projardin	Nouméa	■	■	■	*	■
Coopérative Agricole	Nouméa	■	■	*	**	**
Coopérative de Païta	Païta	***	■	■	■■	■
Jardiland	Nouméa	*	■	■	**	*
Bricorama	Nouméa	■	■	■	*	*
Mr Bricolage	Nouméa	■■	■	■■	■■■	■

■■■ très mauvais à *** très bon

Quant au consommateur, il doit se montrer soucieux de sa santé et de celle de ses proches, ainsi que de son impact sur l'environnement. Il insistera auprès des vendeurs pour avoir une solution alternative aux pesticides chimiques. A défaut, il changera de magasin et réservera son achat à un magasin soucieux de la santé de ses clients et engagé dans une démarche respectueuse de l'environnement.



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Cancer du sein : Relativiser les bénéfices du dépistage

Depuis plusieurs années, nous relayons les informations de la Fédération UFC Que Choisir, relatives au dépistage du cancer du Sein. **Nous recopions donc le dernier article sur le sujet.**

Alors qu'Octobre Rose et sa déferlante en faveur du dépistage organisé du cancer du sein viennent de débiter, un collectif de médecins explique en images pourquoi faire radiographier ses seins tous les 2 ans à partir de 50 ans ne va pas de soi. De son côté, le ministère de la Santé prend timidement en compte les critiques.

C'est un **petit film de 8 minutes (1)**, fait avec les moyens du bord, financé via une plateforme participative, mais qui a le mérite de remettre les choses à leur place. « **Mammo de dépistage, oui ou non** », œuvre du collectif médical Cancer Rose, relève le défi d'expliquer, chiffres à l'appui, pourquoi participer au dépistage organisé du cancer du sein tous les 2 ans à partir de 50 ans, comme c'est recommandé, ne va pas de soi ([lire notre enquête de 2012 sur le sujet](#)). À la veille d'Octobre Rose, mois traditionnel de la mobilisation contre le cancer du sein et pour le dépistage systématique, il fallait oser jeter ce pavé dans la mare. C'est une radiologue, Cécile Bour, qui, dans la vidéo, s'applique à détailler les très faibles avantages du dépistage organisé – une vie rallongée pour 2 000 femmes dépistées pendant 10 ans – et les inconvénients majeurs qu'il comporte : sur ces 2 000 femmes, 10 femmes seront traitées inutilement, y compris par mastectomie, sur la base d'un surdiagnostic, et 200 femmes subiront une fausse alerte. Sans compter les effets délétères des rayons reçus à chaque examen.

En présentant son film, le collectif Cancer Rose a rappelé que le dépistage ne repérait pas les cancers les plus agressifs, ceux qui se développent si vite qu'ils passent à travers les mailles du filet. On les appelle d'ailleurs les cancers « de l'intervalle ». A contrario, ce sont les petits cancers d'évolution lente qui sont détectés au dépistage, qui, pour certains, auraient régressé sans traitement. Ceux-là peuvent parfaitement être pris en charge sans dépistage systématique, au moment où la femme sent une grosseur dans son sein, et traités dans un cadre classique.

Il semble que, peu à peu, les autorités commencent à être sensibles aux vérités statistiques : un rapport remis à l'Institut national contre le cancer (INCa) en septembre dernier prône une refonte du dépistage en fonction de la controverse scientifique sur son efficacité. Reste que les propositions du président de l'INCa à la ministre de la Santé, dans une lettre du 16 septembre, n'augurent rien de bon : il refuse tout net l'hypothèse d'un abandon du programme de dépistage, préférant recommander une « rénovation » du programme de dépistage, en « l'inscrivant dans une logique plus individualisée du parcours de santé, prenant appui sur le médecin généraliste ».

Anne-Sophie Stamane - Publié sur le site www.quechoisir.org

(1) Disponible sur le site www.cancer-rose.fr/actions.html

Pour le conseil d'administration, la présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 16 octobre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 / 76 09 45



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr

Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Grosse colère

Sans doute sur la base d'une action de lobbying et certainement en dehors de toute instruction administrative transparente, le congrès a voté hier un amendement visant à appliquer le taux réduit de TGC aux boissons sucrées, édulcorées et alcoolisées fabriquées localement. Il place ainsi ces produits dans la même catégorie que des produits alimentaires et de santé (*).

Lors de nos participations aux réunions et groupes de travail organisés par le gouvernement, ainsi que dans les divers comités et commissions dans lesquels nous représentons les consommateurs, nous avons toujours indiqué qu'une taxe à la consommation, comme la TGC, ne devait pas se limiter à assurer des rentrées fiscales, mais devait également refléter des choix de société.

Au vu du contexte calédonien largement documenté, surpoids et obésité, y compris chez l'enfant, alcoolisations massives, criminalité routière, en l'absence de toute avancée sur une taxe dédiée aux boissons sucrées et édulcorées et sur un renforcement et une modification de la taxe sur les boissons alcoolisées, la décision prise par le congrès est au mieux un très mauvais signal au consommateur, au pire un acte irresponsable.

Pour le conseil d'administration, la présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 21 octobre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 / 75 13 24 / 76 09 45

(*) cet élargissement de l'assiette du taux réduit conduira-t-il à une augmentation de ce taux, si les recettes fiscales doivent être assurées ?



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr

Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Alcool et sucre : l'UFC Que Choisir fait aussi son lobbying

L'association UFC Que Choisir de Nouvelle-Calédonie écrit aujourd'hui au président du Congrès pour demander à être reçue par les élus à la suite du vote de la délibération répartissant les produits et services en divers taux de Taxe Générale à la Consommation.

Lors de l'adoption de ce texte, alors que le projet du gouvernement prévoyait de placer les bières et sodas fabriqués localement dans la catégorie soumise au taux le plus élevé, un amendement déposé par le groupe UC-FLNKS-Nationalistes (lu par M. Lalie) a proposé de placer ces produits au taux le plus faible. Cet amendement, soutenu par M. Bernut et M. Brial, a été adopté avec les votes du groupe UC-FLNKS-Nationalistes, du groupe UNI, du groupe Les Républicains et du groupe UCF. Le groupe Calédonie Ensemble a voté contre.

(voir la vidéo de la séance sur le site du Congrès web tv, séance du 19 octobre après-midi, <https://www.youtube.com/watch?v=k9C5kNjYhE8> à visionner à compter de 2 heures 2 minutes de diffusion).

Différents groupes politiques ayant voté pour cet amendement ayant indiqué être favorables à des taxes comportementales, nous avons donc demandé à être entendus sur ce sujet.

Il convient en effet d'utiliser tous les moyens permettant de lutter contre les fléaux que sont criminalité routière, violence, obésité, cancer,... liés à des consommations excessives d'alcool et de sucre dans les produits industriels, fléaux appauvrissant la société, grevant les comptes sociaux, et sources de drames pour les familles.

Pour le conseil d'administration
La présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 27 octobre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaldonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaldonie.nc>

Communiqué de presse

Crèmes solaires : une fausse sécurité

L'UFC Que Choisir a publié, dans le numéro de Que Choisir de Juillet / Août 2016, les résultats de son test sur les crèmes solaires pour enfants.

Les résultats sont alarmants pour près d'une crème sur trois (communiqué de presse en annexe).

Lors de la conférence publique organisée par notre association ce mardi 15 novembre dernier, le Dr Éric Lancrenon, dermatologue, a présenté les risques liés à notre comportement vis-à-vis du soleil.

Les principales conséquences d'une exposition toujours plus longue au soleil sont un vieillissement accéléré et l'émergence de très nombreux cancers cutanés ou de lésions oculaires, aux conséquences parfois dramatiques.

En Nouvelle-Calédonie, la situation est très inquiétante et les chiffres du registre du cancer traduisent mal la réalité. Il faudrait ramener l'incidence des cancers de la peau à la population ayant la peau claire pour avoir le chiffre réel qui serait alors bien plus élevé que celui de la France.

Le conseil le plus simple pour les peaux claires : « Ne pas s'exposer et se protéger lors des activités de plein air (vêtements, chapeau, lunettes, crème), surtout pour les enfants avant 10 ans en visant un résultat : Pas trop de bronzage et pas de coup de soleil ! ».

Pour le conseil d'administration, la présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 21 novembre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20

Pièce jointe : communiqué de presse de UFC Que Choisir

Nous proposons sur notre site internet des informations complémentaires.



UFC-QUE CHOISIR
233 boulevard Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11
Tel : 01.43.48.55.48
Fax : 01.43.48.44.35
www.quechoisir.org

Paris, le 06 juillet 2016

COMMUNIQUE DE PRESSE

Test sur les crèmes solaires pour enfants :

Fausse sécurité sur les UVA pour près d'un tiers des produits !

A l'heure où commencent les vacances scolaires estivales, l'UFC-Que Choisir publie un test particulièrement inquiétant sur les crèmes solaires pour enfants. Au vu de la très faible protection aux UVA constatée sur près d'un tiers des produits testés, l'association alerte les parents sur les risques induits du fait de mentions laissant croire à une pleine protection de l'enfant et dépose plainte contre les 5 fabricants concernés pour pratique commerciale trompeuse et tromperie.

En effet, l'UFC-Que Choisir a testé en laboratoire 17 produits de protection solaire d'indices élevés (50 et 50+) destinés aux enfants et présentés sous forme de crèmes, sprays et laits solaires. Alors que leurs emballages débordent de mentions rassurantes, les résultats révèlent de graves carences en termes de protection aux UV, alors que le strict minimum pour des crèmes solaires est de protéger de ces rayons nocifs !

- **Une protection très insuffisante contre les UVA pour près d'une crème sur trois !** Si la totalité des 17 produits testés protège correctement des UVB, en revanche cinq d'entre eux¹ n'offrent pas -et de loin- la protection minimale contre les UVA requise par les experts français² et les autorités européennes³. Bien qu'ils n'occasionnent pas de traces visibles (coup de soleil), les UVA sont tout aussi responsables des cancers de la peau. Les consommateurs ne peuvent pas non plus se fier aux produits de grande marque, en effet le *'lait solaire spécial enfant'* de CLARINS est le plus mal noté de notre test et écope, au côté du spray solaire *'Photoderm kid'* de BIODERMA, de la recommandation peu enviable *'NE PAS ACHETER'*.

¹ Lait solaire spécial enfant 50+ de Clarins, Photoderm kid 50+ de Bioderma, Lait solaire kids 50+ « bio » de Biosolis, crème solaire enfant 50+ « bio » d'Alga Maris et Spray hydratant kids « bio » 50 de Lovéa.

² Information aux industriels, recommandation européenne : mise à jour portant sur les conditions d'étiquetage des produits de protection solaire – Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM) - Janvier 2007

³ Recommandation de la Commission Européenne du 22 septembre 2006 relative aux produits de protection solaire et aux allégations des fabricants quant à leur efficacité

- **Des mentions d'étiquetage faussement rassurantes :** Ces résultats sont d'autant plus inadmissibles que tous ces produits sont porteurs d'indices élevés ainsi que des mentions '*Haute protection*' ou '*Très haute protection*' et affichent sur leur emballage le logo '*UVA*' laissant croire à tort aux consommateurs que les produits sont pleinement protecteurs.
- **Les crèmes solaires 'bio' ne tiennent pas leurs promesses !** Alors que les produits biologiques mettent en avant leur composition à base d'ingrédients naturels, force est de constater que les filtres anti UV à base de minéraux qu'ils utilisent sont inefficaces pour arrêter correctement les UVA. Sur les 5 produits testés, 2 offrent une protection à peine correcte et 3 une protection très insuffisante ! Autre argument du 'bio' battu en brèche : l'absence d'impact sur l'environnement. Alors que l'on connaît depuis longtemps la toxicité sur la flore marine des filtres solaires utilisés dans les crèmes solaires conventionnelles, certaines études montrent un impact tout aussi néfaste des filtres utilisés dans le bio.

Soucieuse de garantir la sécurité des consommateurs, particulièrement les plus jeunes, l'UFC-Que Choisir :

- Dépose plainte auprès du tribunal de Paris contre les fabricants CLARINS, BIODERMA, BIOSOLIS, ALGA MARIS et LOVEA pour pratique commerciale trompeuse et tromperie,
- Et dans l'attente de la mise en œuvre de l'action publique, presse les fabricants concernés de retirer sans délai leurs produits des rayons et de procéder à un rappel. A défaut l'Association saisira la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF).
- Rappelle aux parents que le meilleur moyen de protéger les enfants contre le soleil est de ne pas les exposer notamment pour les plus jeunes et d'éviter les heures où l'ensoleillement est le plus fort. Elle les invite à consulter son guide d'achat gratuitement consultable sur le site [quechoisir.org : https://www.quechoisir.org/guide-d-achat-creme-solaire-n4471/](https://www.quechoisir.org/guide-d-achat-creme-solaire-n4471/)



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Les boissons sucrées s'attaquent à notre santé !

Les boissons sucrées ont une responsabilité évidente dans les épidémies d'obésité et de diabète, entre autres. Ces boissons sont également acides, avec un risque important d'érosion de l'émail dentaire. Le sucre contenu dans les boissons favorise alors l'apparition de caries. Et c'est sans compter la présence d'additifs, qui peuvent provoquer réactions allergiques ou hyperactivité...

En mars 2015, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) recommande de ramener l'apport en sucres libres¹ à 50 à 70 grammes par jour pour les adultes et estime qu'il « serait encore meilleur » de réduire cet apport à moins de 25 grammes par jour. Pour les enfants, ces valeurs, sont de 37,5 grammes par jour, ou mieux, de 18,75 grammes par jour.

25 grammes de sucres = 6 cuillères à café = 4,5 morceaux de sucre n°4.
18,75 grammes de sucres = 4,5 cuillères à café = 3,4 morceaux de sucre n°4.

Que Choisir a publié, dans son numéro de Juillet-Août 2015, une étude sur les « Boissons de l'été : La vérité sur ce que vous buvez ». Nous avons voulu savoir ce que l'on trouve dans les boissons sucrées en Nouvelle-Calédonie.

Nous avons relevé, entre août et novembre 2015, puis en mars et octobre 2016, la quantité de sucres indiquée sur l'étiquette (lorsqu'elle est présente...) de quelques boissons.

Cette quantité est le plus souvent donnée en grammes pour 100 ml, mais un verre de 250 ml correspond mieux à ce qui est réellement servi. Pour une consommation à emporter, une canette contient 330 ml.

¹ Source : <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2015/sugar-guideline/fr/>
« **Les «sucres libres»** sont les monosaccharides (glucose, fructose) et les disaccharides (saccharose ou sucre de table) **ajoutés aux aliments et aux boissons par le fabricant, le cuisinier ou le consommateur, ainsi que les sucres naturellement présents dans le miel, les sirops, les jus de fruits et les jus de fruits à base de concentré.**

«Nous disposons de données fiables montrant qu'un apport en sucres libres inférieur à 10% de la ration énergétique totale réduit le risque de surpoids, d'obésité et de carie dentaire», dit le Dr Francesco Branca, Directeur du Département Nutrition pour la santé et le développement de l'OMS. «Si les pays veulent honorer leur engagement de réduire la charge des maladies non transmissibles, il sera essentiel de modifier les politiques dans ce sens», a-t-il ajouté.

Les lignes directrices de l'OMS ne concernent ni les sucres présents dans les fruits et les légumes frais ni ceux naturellement présents dans le lait car il n'existe pas de données montrant qu'ils ont des effets nocifs.

La plupart des sucres consommés aujourd'hui sont «dissimulés» dans des aliments transformés qui ne sont généralement pas considérés comme sucrés. Par exemple, une cuillère à soupe de ketchup contient environ 4 grammes (à peu près une cuillère à café) de sucres libres et une canette de soda en contient jusqu'à 40 grammes (environ 10 cuillères à café). »

Le tableau ci-dessous liste, par ordre décroissant, pour un verre de 250 ml et pour une canette de 330 ml, le nombre de morceaux de sucre présents dans le verre, à comparer, pour les enfants, aux **3,4** morceaux de sucre par jour, recommandés aujourd'hui par l'OMS.

Boisson	Nbre de morceaux de sucre par verre de 25 cl d'août 2015 à octobre 2016	Nbre de morceaux de sucre par verre de 33 cl octobre 2016
Granini Jus de raisin	7,1	9,4
100% pur jus raisin Leader Price	6,8	9,0
Jus d'ananas Casino	5,7	7,5
Granini Mangue	5,5	7,3
100% pur jus ananas Casino	5,5	7,2
Joker Ananas	5,3	7,0
Granini Multifruits	5,1	6,8
7 up	5,1	6,7
Joker Banane en 25 cl	5,1	6,7
Pepsi	5,0	6,6
Lait chocolaté bio Le Gall (par 20 cl)	5,0	6,6
Réa tropical	5,0	6,5
Tulem sirop framboise	4,8	6,4
Tulem sirop menthe	4,8	6,4
Tulem sirop orange	4,8	6,4
Coca-cola	4,8	6,4
Tulem sirop citron	4,8	6,4
Tropicana pommes douces sans sucre ajouté	4,8	6,3
Tulem Menthe	4,7	6,2
Tulem Orange	4,7	6,2
Tulem Ananas	4,6	6,1
100% pur jus de pomme trouble Leader Price	4,6	6,1
Schweppes Agrum'	4,6	6,1
Tulem Citron	4,6	6,1
Sprite	4,6	6,1
Tulem Grenadine	4,6	6,1
Oro Kids Tropical	4,6	6,0
Orangina original	4,5	6,0
100% pur jus pomme bio Casino	4,5	6,0
Tropicana orange sans pulpe 100% pur jus	4,5	6,0
Oro Poire Vanille	4,5	5,9
Oro Kids Pomme	4,4	5,8
Sunfresh Multifruits	4,4	5,8
Fanta Orange	4,4	5,8
Fanta Tropical	4,4	5,8
Joker Pomme 100% fruits	4,4	5,8
Oro Pomme	4,4	5,8
Tulem Cider	4,4	5,8
Réa pommes	4,4	5,8
Oro Kids Mandarine Passion	4,4	5,8
Joker Multifruits en 25 cl	4,4	5,8
Oro Multifruits	4,4	5,8
Solo Citron	4,2	5,6

Amigo Mangue	4,2	5,5
Granini Pamplemousse rose	4,1	5,5
Oro Tropical	4,1	5,5
Tulem Limonade	4,1	5,5
100% pur jus orange Casino	4,1	5,4
Oro Ananas Mangue	4,1	5,4
Oro Kids Banane Mangue	4,1	5,4
Oro Kids Banane Fraise	4,1	5,4
Schweppes Indian Tonic	4,0	5,3
Amigo Orange	3,9	5,1
Amigo Ananas	3,8	5,0
Sunfresh Orange Juice	3,8	5,0
Réa orange	3,7	4,9
Oro Orange	3,7	4,9
Réa pamplemousse	3,5	4,6
Jus de pamplemousse rose Casino	3,4	4,5
Amigo Fraise Banane	3,3	4,4
Lipton Citron Vert	3,1	4,1
Lipton Pêche	3,1	4,1
Lait Anchor 1/2 écrémé	2,3	3,0
Lait bio Le Gall 1/2 écrémé	2,2	2,9
Volvic touch of fruit fraise	2,1	2,8
Volvic touch of fruit orange et pêche	2,1	2,7
Lipton Mangue	2,0	2,7
Volvic touch of fruit summer fruit flavour	1,9	2,6
100% pur jus tomate Carrefour	1,2	1,6

Quelques enseignements :

- Un seul verre de jus de fruits ou de soda apporte plus de 3,4 morceaux de sucre.
- Pour toutes les boissons, à quelques exceptions près, une canette apporte plus de 4 morceaux de sucre.
- Les thés aromatisés sont moins sucrés.
- Les eaux aromatisées sont peu sucrées, mais ce n'est pas de l'eau... elles n'ont pas leur place dans le rayon eaux : une bouteille de 1,5 l apporte l'équivalent de 12 morceaux de sucre !.
- Les calories avalées sous forme liquide (y compris le smoothie) ne sont pas prises en compte par l'organisme : il n'y a pas de sensation de ne plus avoir faim.
- Les jus de fruits sont à consommer avec modération : ils ne remplacent pas la consommation d'un fruit frais, qui contient beaucoup de fibres, oblige à mastiquer, et procure une sensation de satiété.
- Certains sodas contiennent moins de sucres, mais remplacés par des édulcorants, dont l'intérêt est nul.
- Une boisson sucrée aux édulcorants n'aide pas à se déshabituer du goût sucré. Ce type de boisson augmente le risque de développer un diabète de type 2.

➤ **Un très très mauvais point pour Oro Kids : avec sa présentation adaptée aux enfants, chaque bouteille de 330 ml apporte plus de 5 morceaux de sucre. Ce produit, dont l'intérêt nutritionnel est nul, devrait être retiré de la vente.**

Les industriels affichent leurs efforts pour baisser les sucres dans les boissons. Nous disposons de chiffres datant de 2011. Nous avons comparé avec nos relevés récents. Sur 19

produits, 12 ont diminué, parfois de façon significative. **C'est bien, mais c'est insuffisant** : 6 n'ont pas bougé et Oro Kids Banane Fraise a malheureusement augmenté !

Boisson	Nbre de morceaux de sucre par verre de 25 cl d'août 2015 à octobre 2016	Nbre de morceaux de sucre par verre de 25 cl 2011	Variation
Coca-cola	4,8	4,8	-
Schweppes Agrum'	4,6	5,4	↓
Sprite	4,6	5,0	↓
Tulem Grenadine	4,6	5,7	↓
Oro Kids Tropical	4,6	4,7	↓
Orangina original	4,5	4,6	↓
Tropicana orange sans pulpe 100% pur jus	4,5	4,5	-
Oro Kids Pomme	4,4	4,4	-
Fanta Orange	4,4	5,6	↓
Fanta Tropical	4,4	6,1	↓
Tulem Cider	4,4	5,1	↓
Oro Tropical	4,1	4,1	-
Tulem Limonade	4,1	4,6	↓
Oro Ananas Mangue	4,1	4,1	-
Oro Kids Banane Mangue	4,1	4,3	↓
Oro Kids Banane Fraise	4,1	3,5	↑
Oro Orange	3,7	3,7	-
Lipton Pêche	3,1	3,2	↓
Lipton Mangue	2,0	3,2	↓

Une boisson sucrée, c'est une gourmandise, rien qu'une gourmandise.
Quand on a soif, on boit de l'eau.

Pour le conseil d'administration
La présidente
Luce LORENZIN

Nouméa, le 8 décembre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie

8 rue Lacave-Laplagne

BP 2357 - 98846 NOUMEA CEDEX

Tél/Fax : (687) 28.51.20

Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr

Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Frais bancaires : faut-il croire au Père Noël ?

La fin de l'année approche. Nous attendons toujours les engagements des banques en matière de baisse de frais bancaires. Compte tenu des délais d'information des clients, les baisses éventuelles ne seront de toute façon pas appliquées avant le deuxième trimestre 2017. Dommage : les frais trimestriels sont généralement prélevés en fin de trimestre pour le trimestre suivant. Les consommateurs ne profiteront donc pas des baisses éventuelles avant le 1^{er} juillet 2017.

Les banques gagnent du temps... et elles feraient bien aussi d'apprendre à lire...

Depuis le 1^{er} janvier 2016, la définition d'un « compte inactif » est, en Nouvelle-Calédonie comme en métropole, désormais encadrée par la loi (article L.312-19 du code monétaire et financier).

La loi précise qu'un compte est inactif si, au bout de douze mois, il n'a fait l'objet d'aucune opération pendant 12 mois et que son titulaire ne s'est pas manifesté auprès de la banque.

En Nouvelle-Calédonie, les frais relatifs à leur tenue doivent maintenant être précisés par l'Etat. Ils sont plafonnés à 30 Euros par an en métropole, soit **3580 CFP**.

Tout ceci n'empêche pas :

- La BNC de facturer, en plus des frais de tenue de compte, des frais à un compte « dormant » (« sans mouvement au bout de 6 mois »), pour un total annuel de **10544 CFP** (soit ~ 88 Euros) ; ces frais étaient de 6428 CFP en 2014 (soit ~ 54 Euros).
- La BNPPNC de facturer des « frais de conservation d'avois sur compte inactif depuis plus de 3 mois », pour un total annuel de **6800 CFP** (soit ~ 57 Euros) ; c'était gratuit en 2014...
- La SGCB de facturer la tenue de compte « sans mouvement au bout de 3 mois » pour un total annuel de **6784 CFP** (soit ~ 57 Euros) ; ces frais sont les mêmes qu'en 2014.

Le consommateur appréciera au passage la sémantique variée et imaginative des banquiers.

La BCI applique bien le délai d'inactivité de 12 mois, pour un total annuel de 6300 CFP (soit ~ 53 Euros). C'était gratuit en 2014... Le tarif baissera au 1^{er} janvier prochain pour s'aligner sur le plafond métropolitain de 3580 CFP.

Pour ces 4 banques, nous ne pouvons vérifier si le critère cumulatif de l'absence de manifestation du titulaire est bien appliqué.

Force est donc de constater qu'au moins 3 banques agissent impunément en toute illégalité.

Saluons enfin l'OPT qui ne distingue pas compte actif et compte inactif et applique les mêmes frais de tenue de compte (qui étaient gratuits en 2014...).

Nous demandons que ces tarifs fassent rapidement, en Nouvelle-Calédonie, l'objet d'un plafonnement et restent inférieurs aux frais de tenue de compte actif.

Autre exemple de « méconnaissance » de la loi : l'article L 743-2-1 du code monétaire et financier précise, au 13^o, que la révocation d'un ordre de virement permanent vers un autre compte bancaire en Nouvelle-Calédonie est gratuite. Un de nos adhérents s'est vu facturer 893 CFP pour cette opération par la BNC. Il a protesté. La banque lui a indiqué qu'elle appliquait sa tarification en vigueur mais « néanmoins » qu'elle procède au remboursement...

Dans tous ces cas, la tarification des banques fait échec à la loi. **Quand se feront-elles sanctionner ?**

Pour le conseil d'administration, La présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 14 décembre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20 ou 76 09 45



Union Fédérale des Consommateurs QUE CHOISIR de Nouvelle-Calédonie
8 rue LACAVE-LAPLAGNE - TRIANON
BP 2357 98846 NOUMEA CEDEX
Tel/Fax : (687) 28.51.20
Courriel : contact@nouvellecaledonie.ufcquechoisir.fr
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>

Communiqué de presse

Les banques savent-elles lire ?

En consultant les brochures de tarification et en écoutant nos adhérents, nous en doutons.

Mais pour une fois, une première réponse positive : **oui pour une d'entre elles !**

Une banque locale, au moins, a lu le code monétaire et financier et a appris que la loi lui imposait d'informer ses clients de son intention de prélever des frais. L'article L743-2 (texte du 20 août 2015) du code monétaire et financier étend en effet l'article L 312-1-5 dudit code, qui prévoit que « le client (*particulier*) est informé gratuitement, par le biais de son relevé de compte mensuel, du montant et de la dénomination des frais bancaires liés à des irrégularités et incidents que l'établissement entend débiter sur son compte de dépôt. Ce débit a lieu au minimum quatorze jours après la date d'arrêté du relevé de compte. ». L'article R312-1-2 précise que cette disposition vise notamment les commissions d'intervention, les frais de rejet de prélèvement, etc. Et cette banque a mis cette information sur son site internet.

Mais sait-elle compter ?

Par contre, la même banque a des difficultés avec les additions et les soustractions. A un client qui ne comprend pas pourquoi une commission d'intervention est appliquée alors que son solde était positif la veille de diverses opérations et toujours positif à la fin de la journée, la banque explique qu'elle effectue d'abord tous les débits, puis tous les crédits : elle a ainsi mis le compte en solde négatif, ce qui a entraîné de manière automatique l'inscription de la commission d'intervention. Après divers courriels du client, la banque accepte de le rembourser.

Elle ne sait peut-être pas bien lire ses propres documents...

Quand le client s'interroge sur le délai de remboursement, la banque répond que, dans la convention de compte (imposée de fait au client), il est prévu d'accuser réception de la demande dans les dix jours et de l'étudier dans les deux mois : la banque n'a pas dépassé ce dernier délai.

En somme, par un choix informatique, la banque fait des erreurs, ne les rectifie que sur demande et très lentement ! Elle estime que le délai maximum prévu est un délai pendant lequel elle n'est pas tenu d'agir, tant qu'il n'est pas dépassé...

Conseil aux consommateurs

- Lire toujours attentivement ses relevés mensuels
- Penser à vérifier les mouvements sur internet si vous en avez la possibilité
- Signaler toute erreur
- Pour les commissions bancaires, demander à l'agent d'accueil au guichet ou au conseiller de faire immédiatement l'opération contraire sur informatique,
- à défaut, déposer une lettre de réclamation contre remise d'un accusé de réception
- Plus généralement demander toujours des explications et après avoir vérifié le raisonnement, ne pas hésiter à demander un « geste commercial » : le tarif n'est qu'un maximum !

Demande pour les banques

Vérifier le système informatique de comptabilisation des opérations (crédit avant débit) pour éviter de prendre aux clients des sommes indues...

Pour le conseil d'administration, la présidente, Luce LORENZIN

Nouméa, le 16 décembre 2016

CONTACT PRESSE : 28 51 20