



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 9 décembre 2015

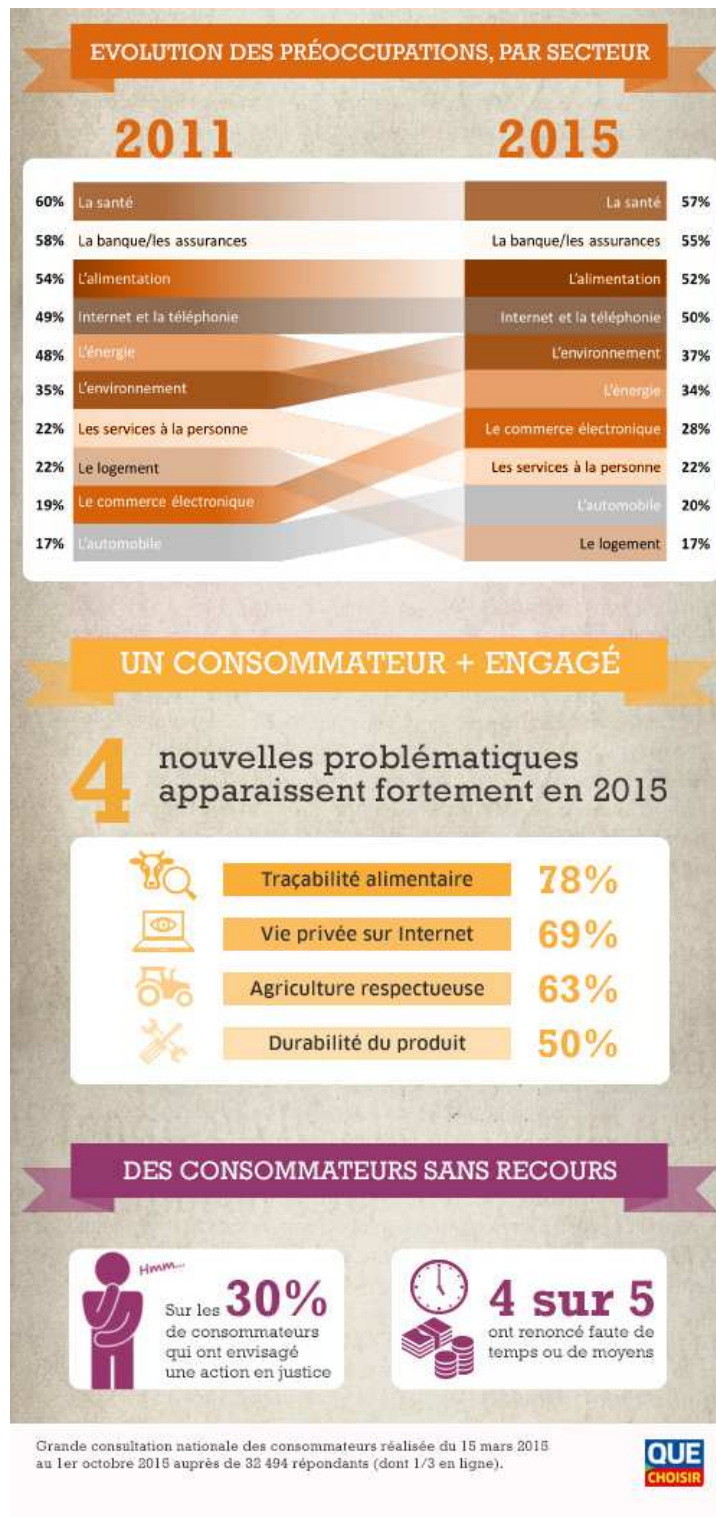
Résultats de la Grande consultation nationale:

33 000 consommateurs pour une consommation plus responsable!

Après sa première enquête nationale organisée en 2011, l'UFC-Que Choisir a conduit de nouveau, durant 6 mois¹, une grande consultation des consommateurs, sur l'ensemble du territoire, afin de recenser leurs préoccupations et attentes et mesurer les évolutions par rapport aux précédents résultats. Permettant d'identifier les maux les plus fréquemment dénoncés, cette enquête, forte de 33 494 réponses, est riche de trois principaux enseignements:



¹ Enquête réalisée en ligne et par papier, notamment via les associations locales UFC-Que Choisir, du 15 mars au 1^{er} octobre 2015 auprès de 32 494 personnes de tous âges et conditions.



- Des droits encore largement bafoués et des consommateurs toujours sans recours !

Pour 73% des personnes consultées, leurs droits ne sont pas suffisamment respectés (79% en 2011). Pire, 59% des consommateurs rapportent avoir été impliqués dans un litige avec un professionnel au cours de l'année écoulée; un résultat qui ne varie pas selon le secteur de consommation concerné. Il est à noter que les Français dénoncent aujourd'hui plus qu'hier (53% contre 49% en 2011) les pratiques agressives de démarchage, pratiques occasionnant de nombreux litiges, notamment dans le cadre de la rénovation énergétique, pris en charge par nos associations locales. L'étude confirme

ainsi le sentiment d'insécurité juridique déjà exprimé par les consommateurs en 2011. Et ce ne sont pas les recours dont ils disposent qui les feront changer d'avis ! Si ceux-ci représentent la première préoccupation des consommateurs dans leur relation avec les professionnels (54%), il demeure que sur les 30% qui ont envisagé une action individuelle en justice suite à un litige, 4/5^{ème} d'entre eux ont fini par renoncer faute de temps et de moyens.

- **Santé, banques/assurances, alimentation : le trio perdant !**

S'agissant des secteurs dans lesquels ils ont le plus besoin d'être défendus, les consommateurs répondent en premier lieu la santé (57%), suivi par les banques-assurances (55%) et l'alimentation (52%). Un podium identique à 2011. Viennent ensuite l'Internet et la téléphonie (50%) et l'environnement (37%). Si par secteur, le podium est inchangé, il n'en est pas de même du palmarès des préoccupations thématiques qui laisse entrevoir un consommateur plus engagé en 2015 qu'il pouvait l'être en 2011.

- **Des consommateurs plus engagés et responsables!**

Tous secteurs confondus, le top 5 des préoccupations des consommateurs, la grande consultation 2015 met en évidence la très forte émergence de problématiques sociétales : traçabilité des aliments (78%), respect des données personnelles (69%), agriculture respectueuse de l'environnement (63%). Cette conscientisation des consommateurs aux nouveaux enjeux sociétaux est confirmée par la croissance exponentielle de leur intérêt pour la durabilité des produits (50% en 2015 contre 36% en 2011). Au final, on assiste à l'émergence d'un consommateur éveillé, en demande d'informations. Il est plus exigeant : des prix bas, certes, mais de la transparence sur ce qu'il achète avant tout.

Indéniablement, les consommateurs français aspirent à une consommation plus citoyenne. Leurs préoccupations d'aujourd'hui préparant nos actions de demain, l'UFC-Que Choisir va donc continuer en 2016 de se mobiliser sur le terrain et auprès des pouvoirs publics pour une société de consommation plus juste et responsable.