

Les Cahiers

n° 288
MAI-JUIN 2026

DE L'AFOC

SOMMAIRE

Édito

par Pascal Lagrue
Président

L'ACTU DE L'AFOC

- Objets de santé connectés : l'AFOC appelle à une régulation renforcée (p. 2)
- Véhicules électriques : des aides publiques réservées aux plus aisés ? (p. 3)
- Plats cuisinés : quand l'étiquette trompe le consommateur (p. 4)
- Eau du robinet : un outil en ligne pour vérifier sa qualité (p. 5)
- Pesticides : une carte pour connaître les molécules que respirent les Français (p. 5)
- Electroménager : les consommateurs mal informés sur leurs garanties (p. 6)
- Surendettement : les femmes, premières victimes de la précarité familiale (p. 7)

EN BREF...

(p. 8)

AGENDA

(p. 8)

Consommer sous pression, choisir en conscience

À l'approche de l'été, les Français s'apprêtent, comme chaque année, à reprendre la route des vacances, à planifier leurs déplacements et à arbitrer leurs dépenses. Mais en ce printemps 2026, une réalité s'impose avec une acuité particulière : consommer n'a jamais été un acte aussi contraint... ni aussi politique.

Entre les fluctuations persistantes des prix de l'énergie, les tensions sur les carburants et les interrogations sur les aides publiques – notamment celles liées à l'achat de véhicules dits « propres » – les consommateurs sont sommé de faire des choix complexes, souvent dans l'urgence et avec une information imparfaite. Derrière les promesses d'économies ou d'écologie, les pièges restent nombreux : contrats de leasing peu lisibles, allégations environnementales discutables, ou encore pratiques commerciales à la frontière de la loyauté.

Dans le même temps, les contrôles récents des autorités montrent que trop de produits de consommation courante, y compris alimentaires, continuent de présenter des anomalies, voire des non-conformités. L'étiquette, censée éclairer, devient parfois un outil de confusion. Comment, dans ces conditions, exercer pleinement son pouvoir de consommateur ?

Une exigence s'impose : celle de la transparence et de la régulation. Mais aussi celle de l'accompagnement. Car si consommer est un droit, c'est aussi une responsabilité qui ne peut reposer sur les seuls individus.

C'est tout le sens de notre engagement : aider nos adhérents à y voir plus clair et à opérer les meilleurs choix de consommation.

AFOC

ASSOCIATION FO CONSOMMATEURS

141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS

TÉL. 01 40 52 85 85

afoc@afoc.net

www.afoc.net



DIRECTEUR DE LA PUBLICATION **Pascal LAGRUE**

ISSN 0985-6129 • DÉPÔT LÉGAL MAI 2026

REPRODUCTION AUTORISÉE AVEC MENTION D'ORIGINE

IMPRIMERIE CGT-FO

LA REPRODUCTION TOTALE OU PARTIELLE DES « CAHIERS

DE L'AFOC » N'EST AUTORISÉE QU'À DES FINS NON COMMERCIALES ET SOUS RÉSERVE DE L'INDICATION CLAIRE ET

LISIBLE DE LA SOURCE : « CAHIERS DE L'AFOC • 141 AVENUE

DU MAINE • 75014 PARIS • PRIX À L'UNITÉ 3,50 €

ABONNEMENT POUR 6 NUMÉROS 20 €

OBJETS DE SANTÉ CONNECTÉS : L'AFOC APPELLE À UNE RÉGULATION RENFORCÉE

Montres connectées, applications de suivi médical, balances intelligentes ou encore tensiomètres numériques : les objets connectés dédiés à la santé connaissent un essor fulgurant. S'ils sont souvent présentés comme des alliés du bien-être et de la prévention, l'Afoc met en garde contre les risques qu'ils peuvent faire peser sur les usagers.

Derrière leur apparente simplicité, ces dispositifs reposent sur des technologies dont la fiabilité reste inégale. Les mesures fournies - rythme cardiaque, qualité du sommeil, niveau d'activité - peuvent comporter des marges d'erreur significatives. Pour les consommateurs, cela peut entraîner une mauvaise interprétation de leur état de santé, voire retarder une prise en charge médicale adaptée.



L'Afoc alerte également sur les enjeux liés à la protection des données personnelles. Les informations collectées par ces équipements sont particulièrement sensibles. Pourtant, les conditions de stockage, d'exploitation et de partage de ces données manquent souvent de transparence. L'association s'inquiète notamment d'un usage à des fins commerciales, voire d'une transmission à des assureurs ou à des partenaires privés.

Autre point de vigilance : les pratiques commerciales. De nombreux produits mettent en avant des bénéfices pour la santé sans preuves scientifiques robustes. En l'absence d'un statut clair de dispositif médical pour certains d'entre eux, les contrôles sont insuffisants, laissant la porte ouverte à des dérives et à des allégations trompeuses.

Face à ces constats, l'Afoc appelle les usagers à la prudence. Ces outils doivent être considérés comme des dispositifs d'accompagnement et non comme des instruments médicaux de diagnostic. Il est essentiel de conserver un suivi régulier avec un professionnel de santé.

L'Afoc demande aux pouvoirs publics de renforcer le cadre réglementaire : meilleure information des consommateurs, encadrement strict des allégations, sécurisation des données personnelles et contrôles accrus des produits mis sur le marché.

Dans un contexte de numérisation croissante de la santé, l'Afoc rappelle que l'innovation ne doit pas se faire au détriment des droits et de la sécurité des consommateurs.

VÉHICULES ÉLECTRIQUES : DES AIDES PUBLIQUES RÉSERVÉES AUX PLUS AISÉS ?

Dans un rapport publié début avril, la Cour des comptes révèle que les aides massives de l'État pour l'achat de véhicules électriques ont avant tout profité aux ménages les plus aisés. Face à cette écologie à deux vitesses, l'Afoc dénonce un système profondément injuste et demande au Gouvernement de recentrer ces subventions vers les ménages modestes et la classe moyenne.

Alors que l'État a mobilisé près de 9,4 milliards d'euros entre 2018 et 2024 pour encourager l'achat de voitures électriques, le bilan tiré par la Cour des comptes est sans appel : les aides manquent cruellement de ciblage et d'efficacité sociale. Selon les magistrats, 56 % des véhicules soutenus et 33 % des montants d'aides ont concerné les ménages situés entre le 6^{ème} et le 10^{ème} décile de revenus, c'est-à-dire les plus favorisés.

Pour l'Afoc, ce constat n'est malheureusement pas une surprise, mais une confirmation révoltante de ce que nous dénonçons depuis des années : l'argent public finance trop souvent le confort des foyers qui auraient souvent pu s'équiper sans aide, tandis que les ménages populaires et les classes moyennes restent sur le bord de la route.

Aujourd'hui, l'accès à la mobilité propre ressemble à un parcours d'obstacles pour une majorité de Français :

- Un reste à charge insurmontable : même avec un bonus écologique (ou la prime « Coup de pouce »), le prix d'achat d'un véhicule électrique neuf reste prohibitif pour un budget moyen.
- L'exclusion des centres-villes : faute de moyens pour changer de véhicule, les foyers modestes sont contraints de conserver leurs vieux modèles thermiques et subissent de plein fouet les restrictions de circulation des Zones à Faibles Émissions (ZFE).

Nos revendications pour une mobilité accessible à tous:

Nous ne pouvons plus tolérer que la transition écologique se fasse au détriment de la justice sociale.

L'Afoc demande :

- Le recentrage exclusif des aides à l'achat : les primes à l'acquisition doivent être strictement réservées aux ménages des 5 premiers déciles de revenus et aux classes moyennes inférieures.
- La pérennisation et l'élargissement du « *leasing social* » : ce dispositif de location à bas coût doit être simplifié et doté d'une enveloppe budgétaire à la hauteur des besoins réels des travailleurs.
- Le développement d'un marché de l'occasion électrique : l'État doit créer des aides spécifiques pour l'achat de véhicules électriques de seconde main, bien plus accessibles pour les petits budgets.
- Des solutions de financement à taux zéro : pour couvrir le reste à charge sans étrangler les familles, des prêts à taux zéro garantis par l'État doivent être généralisés.



PLATS CUISINÉS : QUAND L'ÉTIQUETTE TROMPE LE CONSOMMATEUR

Alors que les plats cuisinés occupent une place croissante dans les habitudes alimentaires, l'Afoc tire la sonnette d'alarme : derrière des promesses alléchantes, de nombreuses étiquettes s'avèrent trompeuses, voire mensongères. Dans ce contexte, la DGCCRF a mené des contrôles auprès de 248 établissements et 46 sites internet. L'enquête visait à détecter d'éventuelles pratiques trompeuses sur leur composition, les mentions valorisantes et l'origine des ingrédients utilisés. **Résultat** : plus de la moitié des établissements contrôlés par la DGCCRF présentaient des anomalies (jusqu'à 60 % dans le secteur de la restauration) ; la principale anomalie concerne la composition nutritionnelle des produits, qui représente 66 % des non-conformités.

Des allégations marketing qui prêtent à confusion : « *Recette traditionnelle* », « *Comme à la maison* », « *Préparé avec soin* »... Ces mentions fleurissent sur les emballages, sans pour autant reposer sur des critères réglementaires stricts. Le consommateur est souvent induit en erreur, pensant acheter un produit artisanal ou de qualité supérieure, alors qu'il s'agit en réalité d'un produit industriel standardisé.

Une composition parfois éloignée des attentes

Autre point de vigilance : la liste des ingrédients. Derrière une dénomination appétissante, certains plats contiennent des proportions très faibles d'ingrédients nobles (viande, poisson, légumes), remplacés par des additifs, des arômes ou des agents de texture. Dans certains cas, des ingrédients mis en avant sur la face avant de l'emballage ne représentent qu'une part marginale de la recette.

Des pratiques aux limites de la réglementation

Si la réglementation impose un certain nombre d'obligations en matière d'étiquetage, elle laisse encore place à des interprétations qui profitent aux industriels. Les visuels non contractuels, les dénominations valorisantes ou encore les indications d'origine ambiguës participent à brouiller l'information.

Un enjeu de transparence et de confiance

Pour l'Afoc, ces pratiques posent un double problème : elles nuisent à la confiance et empêchent un choix éclairé. Dans un contexte de tensions sur le pouvoir d'achat, les consommateurs doivent pouvoir comparer les produits sur des bases claires et honnêtes.

Nos recommandations

Face à ce constat, l'Afoc appelle à :

- un encadrement plus strict des allégations marketing,
- une meilleure lisibilité des listes d'ingrédients,
- un contrôle renforcé des pratiques d'étiquetage,
- des sanctions dissuasives en cas de tromperie.

Conseils aux consommateurs

En attendant des évolutions réglementaires, il est recommandé de :

- lire attentivement la liste des ingrédients (ordre décroissant),
- se méfier des mentions valorisantes non encadrées,
- comparer les produits plutôt que de se fier à l'emballage.

Derrière des emballages attractifs, la réalité des plats cuisinés peut être bien différente. Plus que jamais, la vigilance s'impose pour éviter les pièges marketing et défendre une consommation transparente et responsable.

EAU DU ROBINET : UN OUTIL EN LIGNE POUR VÉRIFIER SA QUALITÉ



Peut-on boire l'eau du robinet sans risque dans sa commune ? La question revient régulièrement chez les consommateurs, entre préoccupations sanitaires et méfiance croissante. Pour y répondre, les pouvoirs publics mettent à disposition un outil en ligne permettant de consulter, en quelques clics, la qualité de l'eau distribuée localement.

Une transparence renforcée

Développée sous l'égide du Ministère de la Santé, la plateforme publique « *Qualité de l'eau potable* » centralise les résultats des contrôles sanitaires réalisés partout en France. Ces analyses sont menées par les Agences ré-

gionales de santé, chargées de surveiller en continu la conformité de l'eau aux normes en vigueur.

Accessible gratuitement, l'outil permet de rechercher sa commune et d'obtenir des informations détaillées : taux de nitrates, présence de pesticides, conformité microbiologique ou encore niveau de minéralisation.

Un enjeu de santé publique

La qualité de l'eau potable est un enjeu majeur, notamment en raison de la présence possible de résidus de pesticides ou de métaux lourds. Des alertes récentes ont mis en lumière des dépassements ponctuels de seuils dans certaines régions, renforçant la demande de transparence.

Dans ce contexte, consulter régulièrement les données disponibles devient un réflexe utile pour les citoyens soucieux de leur santé et de celle de leur famille.

Vers une meilleure information des usagers

Au-delà de l'outil officiel, les collectivités locales sont également tenues d'informer leurs administrés, notamment via des rapports annuels sur le prix et la qualité du service de l'eau.

Reste que pour beaucoup d'usagers, ces informations restent encore trop peu visibles. Le développement d'outils numériques simples et accessibles pourrait bien changer la donne dans le futur, en rapprochant les citoyens d'un sujet aussi essentiel que quotidien : l'eau qu'ils boivent.

Lien : <https://sante.gouv.fr/sante-et-environnement/eaux/eau>

PESTICIDES : UNE CARTE POUR CONNAÎTRE LES MOLÉCULES QUE RESPIRENT LES FRANÇAIS

Une nouvelle carte interactive, mise en ligne par des chercheurs et associations, permet désormais d'identifier les molécules de pesticides présentes dans l'air respiré par les Français, commune par commune.

Reste à savoir si cette transparence accrue se traduira par des changements concrets, ou si elle viendra simplement confirmer une réalité déjà connue des experts, mais encore largement ignorée du grand public.

<https://www.atmo-france.org/actualite/phytatmo-dataviz-un-nouvel-outil-de-suivi-des-pesticides-dans-lair>

ELECTROMÉNAGER : LES CONSOMMATEURS MAL INFORMÉS SUR LEURS GARANTIES

Une enquête récente menée par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) met en évidence un problème persistant dans le secteur de l'électroménager et de l'électronique grand public : l'information fournie aux consommateurs sur les garanties reste souvent insuffisante ou incomplète au moment de l'achat. Les contrôles réalisés par l'administration montrent que de nombreux acheteurs ne disposent pas d'explications claires concernant leurs droits, ce qui peut les conduire à payer pour des garanties supplémentaires alors que la loi prévoit déjà une protection.

L'enquête s'est déroulée sur deux ans et a porté sur plusieurs centaines de points de vente, qu'il s'agisse de grandes enseignes spécialisées, de magasins indépendants ou de sites de commerce en ligne. Au total, plus de 550 établissements ont été contrôlés par les agents de la DGCCRF. Les résultats révèlent un nombre significatif d'anomalies.

Des informations sur les garanties souvent absentes

Les problèmes les plus fréquents concernent l'information relative aux garanties légales. Dans certains magasins, les affichages obligatoires sont absents ou peu visibles pour les clients. Dans d'autres cas, les vendeurs ne mentionnent pas clairement l'existence des garanties prévues par la loi ou les expliquent de manière imprécise. Il arrive également que les documents remis au moment de l'achat ne contiennent pas toutes les informations nécessaires, ce qui peut créer une confusion sur les droits réels du consommateur en cas de panne ou de défaut du produit.

Une garantie légale pourtant obligatoire

Les enquêteurs ont également observé que certains professionnels mettent particulièrement en avant les garanties commerciales payantes, souvent proposées sous forme d'extensions de garantie. Ces offres peuvent être présentées comme indispensables ou comme la seule solution pour bénéficier d'une protection efficace, alors qu'elles viennent en réalité s'ajouter à des garanties déjà prévues par la législation. Dans plusieurs cas, la présentation commerciale de ces extensions peut laisser croire au client qu'il ne dispose d'aucune protection sans ce service supplémentaire.

Pourtant, la réglementation française et européenne prévoit déjà une protection importante pour les consommateurs. Lors de l'achat d'un appareil électroménager, qu'il s'agisse d'un réfrigérateur, d'un lave-linge, d'un four ou d'un téléviseur, l'acheteur bénéficie automatiquement d'une garantie légale de conformité d'une durée de deux ans. Cette garantie oblige le vendeur à réparer ou remplacer le produit en cas de défaut de conformité apparaissant pendant cette période. Si la réparation ou le remplacement s'avèrent impossibles, le consommateur peut obtenir une réduction du prix ou le remboursement du produit.

Cette garantie légale est obligatoire et gratuite. Elle s'applique indépendamment de toute garantie commerciale proposée par le fabricant ou par le distributeur. Les garanties commerciales, souvent appelées « *extensions de garantie* », restent facultatives et ne peuvent en aucun cas se substituer aux droits déjà accordés par la loi. L'objectif de la réglementation est précisément d'éviter que les consommateurs paient pour une protection qu'ils possèdent déjà.

Un enjeu de protection des consommateurs

Face aux anomalies constatées, la DGCCRF rappelle aux professionnels leurs obligations en matière d'information du consommateur. Les vendeurs doivent notamment informer clairement les clients de l'existence et des conditions de la garantie légale de conformité, ainsi que de la garantie contre les vices cachés. Ces informations doivent être accessibles avant l'achat et figurer dans les documents remis au consommateur.

Une information claire permet aux acheteurs de comparer les offres et d'évaluer l'intérêt réel des garanties commerciales supplémentaires. Elle contribue aussi à éviter les pratiques commerciales trompeuses et à renforcer la confiance dans le secteur de l'électroménager.

SURENDETTEMENT : LES FEMMES, PREMIÈRES VICTIMES DE LA PRÉCARITÉ FAMILIALE

La Banque de France a publié sa dernière note thématique sur le profil des ménages en difficulté. Si le nombre de dossiers déposés est en hausse globale, une fracture de genre persiste : les femmes sont plus nombreuses à basculer dans le surendettement, souvent piégées par des ressources limitées et des charges familiales pesantes.

En 2025, le surendettement a confirmé son rebond en France avec 148 013 dossiers déposés, soit une hausse de près de 10 % sur un an. Mais derrière ces chiffres globaux se cache une réalité sociale très genrée. Selon l'étude « *Femmes, hommes : quelles différences face au surendettement ?* », le genre reste un marqueur déterminant des causes et des conséquences de la faillite personnelle.



Les femmes en première ligne, les mères isolées en sursis

Les statistiques sont sans appel : 55 % des personnes surendettées sont des femmes, alors qu'elles ne représentent que 52 % de la population générale. Ce déséquilibre s'accroît dramatiquement pour les familles monoparentales.

18,9 % des personnes surendettées sont des femmes seules avec enfant(s), contre seulement 7,9 % dans la population totale, souligne la note de la Banque de France.

Pour ces mères isolées, le basculement ne vient pas d'une « folie dépressive », mais d'un effet de ciseaux : des revenus médians plus faibles (souvent liés au temps partiel ou à des secteurs moins rémunérateurs) couplés à des charges courantes incompressibles (loyer, énergie, cantine).

Des profils de dettes bien distincts

L'analyse de la Banque de France révèle que les hommes et les femmes ne « doivent » pas l'argent pour les mêmes raisons :

- les hommes : leurs dossiers comportent plus fréquemment des dettes liées au crédit (crédits à la consommation, dettes immobilières) et des montants médians de dettes globalement plus élevés.
- les femmes : elles sont plus souvent surendettées à cause d'arriérés de charges courantes. Chez une mère isolée, les factures impayées et les dettes de loyer représentent en moyenne 18 % de l'endettement total, contre une part bien moindre chez les hommes seuls.

Un recours à la procédure plus tardif ?

L'institution note également une différence de comportement face à l'aveu de difficulté. Les femmes semblent plus hésitantes : près de 80 % des déposants (hommes comme femmes) déclarent avoir attendu avant de solliciter la commission, mais les femmes sont plus souvent orientées vers la procédure par des services sociaux ou des associations après l'apparition d'impayés de « survie ».

Vers un effacement total pour les plus fragiles

Conséquence logique de cette précarité accrue, les femmes sont surreprésentées dans les Procédures de Rétablissement Personnel (PRP), qui débouchent sur un effacement total des dettes. En 2025, près de 58 % des bénéficiaires de cette mesure de dernier recours étaient des femmes. Sans capacité de remboursement et sans patrimoine, l'effacement reste souvent l'unique issue pour sortir de l'impasse.

Coup de pompe ?

La hausse du prix de l'essence n'est plus un simple désagrément : elle s'impose comme une contrainte durable pour les ménages. À chaque plein, le budget se tend un peu plus, rappelant que la mobilité a un coût difficile à éviter.

Le carburant n'est pas une dépense ordinaire. Il conditionne l'accès au travail et aux services, surtout dans les zones rurales et périurbaines. Pour beaucoup, impossible de réduire les trajets : la hausse agit alors comme un impôt invisible, touchant plus durement les plus modestes.

L'impact sur le pouvoir d'achat est immédiat. Quelques centimes de plus par litre finissent par peser lourd sur un mois, obligeant à rogner sur d'autres dépenses. Ce phénomène nourrit un sentiment d'injustice, d'autant que les causes - marchés, fiscalité, tensions internationales - semblent lointaines.

Les consommateurs s'adaptent comme ils peuvent : covoiturage, chasse aux prix bas, limitation des déplacements. Mais ces solutions restent insuffisantes face à une tendance de fond.

≡ agenda ≡

MAI

- 04 Assemblée Générale de l'Afoc 22
- 07 Assemblée Générale de l'Afoc 73
- 07 Assemblée Générale de l'Afoc 36
- 20 Conseil d'Administration de l'Afoc nationale
- 21 Webinaire « *vente à domicile ou sur foire de panneaux photovoltaïques* »
- 27 Assemblée Générale de l'Afoc 82

JUIN

- 05 Assemblée Générale de l'Afoc 28
- 11 Webinaire « *Actualités consommation* »
- 16 Assemblée Générale de l'Afoc nationale

Bulletin d'adhésion

J'adhère à l'AFOC nationale :

Nom : Prénom :

Particulier : 50 € Association de locataires : 80 €

En respect des règles de protection de vos données personnelles édictées par le RGPD, j'autorise l'AFOC à utiliser mon nom et mon adresse pour les besoins strictement limités à la durée de mon abonnement.

Votre contact pour l'exercice de vos droits d'accès, rectification, opposition et effacement est Bernard Giusti : bgiusti@afoc.net

Date : signature :

A retourner à l'AFOC - 141 avenue du Maine - 75014 PARIS