



**CÉAS de la Mayenne**  
Centre d'étude et d'action sociale

29 rue de la Rouillère  
53000 Laval  
Tél. 02 43 66 94 34  
Fax : 02 43 02 98 70  
Mél. ceas53@orange.fr  
Site Internet : www.ceas53.org

CÉAS-point-com

Bulletin hebdomadaire à destination des adhérents

CÉAS-point-com

Bulletin hebdomadaire diffusé par messagerie électronique aux seuls adhérents du CÉAS.

Contributeur pour ce numéro :  
Claude Guioillier.

Vendredi 22 août 2014

N° 563



## Société

# La vie professionnelle est source d'épanouissement

Mettant en perspective l'enquête internationale « World Values Survey » et sa propre enquête « Conditions de vie et Aspirations », le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) avance que quasiment tous les domaines de la vie ont tendance à être jugés plus importants aujourd'hui qu'hier par les Français. Ainsi, ceux-ci « *aspirent de plus en plus à réussir toutes les facettes de leur vie : famille, travail, relations amicales, loisirs* »...

Quelle que soit l'enquête, la famille apparaît « *très importante* », mais c'est par la place centrale accordée à la vie professionnelle, selon le Crédoc, que la France se distinguerait. Le travail est censé être « *tout à la fois source de rémunération mais aussi d'épanouissement personnel, d'intégration à la société, de statut social, de liens amicaux* ».

Globalement, les loisirs et le temps libre occupent une place croissante dans la vie quotidienne des Européens. Cependant, les Français « *investissent moins cette dimension de leur vie que ne le font les habitants des pays nordiques ou anglo-saxons, comme si l'omniprésence de la valeur travail faisait de l'ombre à la société des loisirs* ».

Le Crédoc observe qu'au jour le jour, les Français sont moins nombreux qu'ailleurs à avoir des pratiques artistiques amateurs, à lire, à sortir au musée, au concert, à visiter des monuments, ou à partir en vacances. Par contre, toujours selon le Crédoc, ils passent plus de temps au jardinage, au bricolage et aux repas. Durant leurs loisirs, complète le Crédoc, les Français « *attachent une plus grande importance à la convivialité et à la possibilité de rencontre de nouvelles personnes, tout comme à l'opportunité de se cultiver* ».

### Ce qui est le plus important

Dans l'enquête « Conditions de vie et Aspirations », le Crédoc pose la question : « *Pour chacun des domaines de la vie suivants, pouvez-vous attribuer une note de 1 à 7 selon l'importance que vous lui accordez ?* » Les résultats ci-dessous, pour les années 1985 et 2014, correspondent aux pourcentages des notes 6 et 7.

	1985	2014
<b>Votre famille et vos enfants</b>	89 %	91 %
<b>La profession et le travail</b>	57 %	61 %
<b>Les amis et connaissances</b>	33 %	56 %
<b>Le temps libre et la détente</b>	41 %	50 %
<b>La politique et la vie publique</b>	10 %	12 %

Source : Régis Bigot, Émilie Daudey et Sandra Hoibian, « Les Français veulent vivre plus intensément », Crédoc, *Consommation et modes de vie* n° 268 de juillet 2014 (4 p.).

**Consommation et modes de vie**  
N° 268 - IOR 6295-6976 - juillet 2014

Régis Bigot, Émilie Daudey et Sandra Hoibian

**Les Français veulent vivre plus intensément**

Les Français aspirent de plus en plus à réussir toutes les facettes de leur vie (famille, travail, relations amicales, loisirs). Ces facettes sont toutes jugées plus importantes aujourd'hui qu'hier. Les analyses réalisées par le Crédoc, à partir de plusieurs enquêtes, en particulier l'enquête « Conditions de vie et Aspirations du Crédoc » ainsi que la « World Values Survey », montrent que ces aspirations sont communes à de nombreux pays. La France se distingue par la place centrale accordée à la vie professionnelle, censée être tout à la fois source de rémunération mais aussi d'épanouissement personnel, d'intégration dans la société, de statut social, de liens amicaux...

Les loisirs et le temps libre occupent une place croissante dans la vie quotidienne des Européens, mais la France investit moins cette dimension de leur vie que ne le font les habitants des pays nordiques ou anglo-saxons, comme si l'omniprésence de la valeur travail faisait de l'ombre à la société des loisirs. Aujourd'hui, nos concitoyens sont moins nombreux qu'ailleurs à avoir des pratiques artistiques amateurs, à lire, à sortir au musée, à visiter des monuments, ou à partir en vacances mais passent plus de temps au jardinage, au bricolage et aux repas. Durant leurs loisirs, ils attachent une plus grande importance à la convivialité et à la possibilité de rencontre de nouvelles personnes, tout comme à l'opportunité de se cultiver.

Source : Crédoc, Enquête « Conditions de vie et Aspirations ».



## Consommation

### Internet : les avis des consommateurs peuvent être truqués

Dans un bulletin du 22 juillet 2014, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) <sup>(1)</sup> attire l'attention sur les « faux avis de consommateurs sur Internet ». Selon la DGCCRF, les infractions sont en augmentation et elles concernent tous les secteurs d'activités : automobile, électroménager, mobilier, habillement, services... Ces infractions peuvent prendre des formes très variées.

- **Modération biaisée des avis** : la suppression de tout ou partie des avis négatifs de consommateurs, au profit des avis positifs, apparaît une pratique « très répandue ». Dans quelques cas, observe la DGCCRF, la modération est « systématiquement biaisée, c'est-à-dire que seuls les avis clairement positifs sont conservés ».
- **Traitement différencié des avis** : la DGCCRF explique que des gestionnaires traitent les avis avec des délais différents selon qu'ils sont positifs ou négatifs. Ainsi, les avis positifs sont publiés rapidement ; la publication des avis négatifs est différée. Cette pratique aboutit à « une présentation trompeuse, souligne la DGCCRF, puisqu'elle fait apparaître une majorité d'avis positifs parmi les avis récents ».

En outre, certains gestionnaires d'avis, qui se positionnent comme intermédiaires entre les vendeurs et les consommateurs, ont tendance à considérer chaque avis négatif comme un litige entre le consommateur et le vendeur, et prévoient un dispositif de médiation qui, lorsque celle-ci aboutit, conduit à la non-publication de l'avis négatif. Dans cette situation, conclut la DGCCRF, l'internaute qui consulte les avis relatifs à ce vendeur « est trompé puisqu'il ignore qu'une part des transactions a donné lieu à des médiations ».

Ce type d'intervention, analyse la DGCCRF, est « problématique car le consommateur mécontent après son achat en ligne cherchera avant tout à résoudre son insatisfaction personnelle, et renoncera plus facilement à l'expression de son mécontentement, en échange d'une solution acceptable (échange du produit, par exemple) ».

- **Rédaction de faux avis** : il arrive même, selon la DGCCRF, que des professionnels créent eux-mêmes du contenu, présenté comme des avis de consommateurs, afin de promouvoir leurs produits ou leurs services. La DGCCRF précise qu'il s'agit d'« une publicité déguisée, donc trompeuse ».

Un prestataire de services peut également se charger de la rédaction de faux avis. « Ces faux avis, explique la DGCCRF, sont alors déposés en grand nombre et sur des supports variés pour une plus grande efficacité (réseaux sociaux, forums de discussion...) ».

- **Allégations de conformité à une norme** : en juillet 2013, Afnor a publié une norme volontaire (NF Z 74-501) visant à fiabiliser le traitement des avis en ligne de consommateurs. Or, a constaté la DGCCRF, des gestionnaires de sites Internet se sont auto-déclarés conformes à cette norme alors que les pratiques des entreprises ne l'étaient pas. Il s'agit bien d'une « pratique commerciale trompeuse ».
- **Conflit d'intérêts** : la DGCCRF a également eu affaire à un site Internet à forte audience et comportant de très nombreux commentaires de consommateurs. Or, un système de gestion d'avis invitait le personnel à rédiger de nombreux avis, sollicités par l'employeur en contrepartie de l'espérance d'un gain (jeux-concours internes à l'entreprise). Par la suite, ces avis ont été complétés par de vrais avis de consommateurs, mais les premiers n'ont pas été retirés du site « comme cela aurait dû l'être ».
- **Billet sponsorisé non mentionné comme tel par le blogueur** : enfin, la DGCCRF signale une « pratique commerciale déloyale » qui aurait tendance à se développer. Elle consiste en la publication, par un blogueur, d'un billet pour présenter un produit ou un service, sur demande d'un professionnel commercialisant ce produit ou ce service. Et cela s'effectue en échange d'une contrepartie sans que le blogueur mentionne qu'il a été « rémunéré » à cet effet...



## Brèves d'été

### Généalogie : les Archives s'enrichissent

En 2013, le Tribunal de grande instance a versé aux Archives départementales les registres d'état civil de 1902 à 1937. Ils sont désormais consultables à la salle de lecture des Archives. Ces registres vont être progressivement numérisés, ce qui peut rendre tels ou tels registres temporairement indisponibles. Par ailleurs, sur le site Internet des Archives départementales (accessible par le site du Conseil général), on peut dorénavant consulter les actes d'état civil jusqu'en 1902 (contre 1892 précédemment).

#### Archives départementales de la Mayenne

6 place des Archives, 53000 Laval, Tél. 02 43 59 10 90

Site Internet : <http://www.lamayenne.fr/fr/Archives53/Accueil>



« Les anthropologues, les historiens et l'ensemble des chercheurs qui ont étudié le phénomène de la guerre et son évolution depuis des millénaires sont unanimes à constater que, siècle après siècle, la violence a considérablement diminué. Notre impression que la violence s'accroît vient du fait que nous sommes de plus en plus nombreux à être de mieux en mieux informés. Pourtant, aussi étonnant que cela puisse paraître, le monde se pacifie ».

Béehir Ben Yahmed, « Le monde se pacifie » (Ce que je crois), *Jeune Afrique* n° 2792 du 13 juillet 2014. L'auteur souligne néanmoins que le Moyen-Orient constitue « une exception notable ».

<sup>(1)</sup> – La DGCCRF dépend du ministère de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique.