



PCAI
Pour Consommer Autrement



sommaire

VIE DE L'ASSOCIATION

Le mot du Président 2

VIE LOCALE

Fioul : les achats groupés 2022 pour faire le plein d'économies 3

Communiqué important de dernière minute 3

TÉLÉPHONE

Si Vous Appelez un numéro spécial... 4

SANTÉ

Nouvel espace numérique : Mon espace santé 5

CONSOMMATION

Le Nutri-Score 6

Événements, voyages, séjours annulés, sources de litiges 8

Quelques notions du droit de la consommation 9

RÉSEAU ANTI-ARNAQUES 10

NOS ADHÉRENTS ONT GAGNÉ 11



UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône

CS 47055 - 69341 Lyon Cedex 07

Tél. : 04 78 72 00 84

Le mot du Président



“ Une fois encore mon propos fait suite à une enquête de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). Il s'agit dans le cas présent d'un contrôle effectué en 2019 et publié au début de cette année, qui concerne la composition et l'étiquetage des produits de la vanille (arômes, extraits, gousses) et des denrées aromatisées ainsi que la

recherche d'éventuelles fraudes ou pratiques commerciales trompeuses.

Autant le dire tout de suite, les résultats de cette enquête sont loin d'être satisfaisants pour les consommateurs et méritent d'être proclamés. En effet un établissement contrôlé sur quatre ne respectait pas la réglementation. Rien que ça ...

Mais avant de vous dresser un inventaire plus détaillé des pratiques frauduleuses relevées par la DGCCRF, quelques digressions sur la vanille et sur sa principale substance aromatisante, la vanilline.

La vanille est le fruit d'une orchidée, le vanillier, plante tropicale peu ordinaire qui forme de longues pousses, telles des lianes, pouvant s'élaner à l'assaut de leur support sur plus de dix mètres. Sa tige et ses feuilles, qui peuvent mesurer jusqu'à une quinzaine de centimètres, sont de couleur verte. Après leur fécondation, les fleurs se transforment en des gousses pendantes longues de douze à vingt-cinq centimètres et d'un diamètre de sept à dix millimètres qui contiennent des milliers de graines minuscules qui seraient libérées par éclatement des fruits à maturité si on ne veillait pas à les récolter encore verts. La transformation des gousses en une épice moelleuse, homogène et agréablement parfumée, d'appellation commerciale « vanille », nécessite une préparation minutieuse et méthodique dont les principes ont été développés au Mexique de longue date.

Le vanillier est actuellement cultivé principalement en Indonésie et à Madagascar, et de manière plus modeste au Mexique et aux Seychelles ainsi qu'à La Réunion. La production annuelle de vanille, fortement soumise aux aléas climatiques, est estimée de l'ordre de quelques milliers de tonnes.

La vanilline, molécule aromatique que l'on trouve dans les gousses de la vanille, peut être synthétisée par des procédés chimiques (arôme de synthèse) ou produite par la voie des biotechnologies (arôme dit naturel « biotechnologique » ou « biofermentaire »). C'est la substance aromatisante la plus fabriquée dans le monde en termes quantitatifs. C'est ainsi que les arômes qui reproduisent le goût de la vanille comptent parmi les plus employés dans l'aromatization de nombreuses denrées, devant de loin ceux du café et du chocolat ; on en trouve par exemple dans la crème Chantilly, les biscuits, les boissons, les glaces et les produits laitiers.

Il s'en produit de l'ordre de 25 000 tonnes par an. Le groupe chimique belge Solvay a une position de leader mondial sur ce marché et l'une de ses unités de production se trouve à Saint-Fons, en banlieue lyonnaise, installée là depuis la fin du 19^{ème} siècle.

Revenons maintenant aux contrôles de la DGCCRF évoqués plus avant.

Les enquêteurs ont ciblé tous les opérateurs du secteur : les producteurs (d'arômes à flaveur vanille, d'arômes naturels de vanille, d'extraits, de gousses et de vanilline naturelle pure), les importateurs, les distributeurs, les entreprises agro-alimentaires et les commerçants de détail. Ils ont ainsi contrôlé la conformité des produits, de la traçabilité et de la facturation auprès de 177 établissements.

Le quart des gousses, le tiers des sucres vanillés et la moitié des extraits et des arômes se sont révélés non conformes. Ces résultats confirment les problèmes de qualité que l'UFC-Que Choisir avait soulevés en 2020 lors de ses propres tests.

Plus précisément, les enquêteurs ont mis en évidence des pratiques frauduleuses visant notamment :

- à étiqueter des sucres « aromatisés à la vanille », alors qu'ils contiennent une teneur en vanilline très faible, voire nulle et dans un échantillon contrôlé, un composé de synthèse ajouté, l'éthylvanilline ;
- à intensifier l'aspect, le goût et l'odeur de la vanille en trempant les gousses dans un arôme à flaveur vanille ;
- à présenter abusivement des arômes ou des extraits comme « naturels » ;
- à remplacer des produits de la vanille (extrait, gousse entière) par d'autres de qualité inférieure (extrait de vanille constitué d'eau ou de sucre et d'un arôme artificiel, ou gousses épuisées, c'est-à-dire déchets d'extraction des substances aromatiques de la vanille dépourvus de saveur et d'odeur) ;
- à reproduire la saveur de la vanille en ajoutant de la vanilline issue des biotechnologies en proportion importante par rapport à l'arôme naturel ;
- à standardiser la couleur des arômes de vanille avec du caramel ayant un rôle de colorant, ce qui n'est pas autorisé par la réglementation.

Au vu de ces résultats peu brillants, pour ne pas dire plus, la DGCCRF a annoncé qu'elle continuera de « surveiller ce secteur ».

C'est ce que l'association attend d'elle pour le moins.

”

22 janvier 2022
Michel Boutard

Prochaine
assemblée générale
de notre association

31 mars 2022
à 17 heures

Espace Jean Couty
1 rue de la Pépinière Royale
69009 Lyon

Fioul : les achats groupés 2022 pour faire le plein d'économies

Alors que le prix du fioul est reparti à la hausse depuis plusieurs mois, et que l'interdiction des chaudières au fioul à venir ne concerne que les nouvelles installations, nombre de ménages ne pouvant techniquement ou financièrement en changer, l'UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône, forte du bilan 2021 des campagnes d'achats groupés « choisirsonfioul.fr », appelle les consommateurs du Rhône à continuer de se rassembler en 2022 pour faire baisser leurs factures.

Bilan 2021 : près de 67 euros économisés en moyenne par les Rhodaniens

Face à la remontée des cours du baril, le prix du fioul est reparti à la hausse ces derniers mois, passant la barre symbolique d'un euro (le prix moyen a augmenté de 40 % entre janvier et décembre 2021). Décidée à agir pour le pouvoir d'achat des ménages, l'UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône se félicite que 260 habitants du Rhône, sur les 1 293 inscrits, aient souscrit aux campagnes "Choisir son fioul 2021" qui leur ont fait économiser près de 67 euros en moyenne, soit un gain global de 17 350 euros. Pour rappel, cette campagne consiste en la mise en concurrence des distributeurs locaux quel que soit leur profil (grand groupe, grande distribution, PME) pour obtenir un prix du fioul domestique le moins cher possible.

2 achats groupés par mois pour coller aux besoins

Compte tenu des dates différenciées de remplissage des cuves, la campagne « choisir son fioul » a évolué passant d'un achat groupé par mois à 2 (un vendredi sur deux) afin de permettre à chacun de pouvoir en bénéficier. Les modalités restent inchangées : l'inscription, gratuite et sans engagement, est ouverte à tous. Sur la base des offres lauréates, les inscrits peuvent consulter leur offre personnalisée le soir de l'enchère inversée directement sur le site ou par téléphone. Ils ont ensuite jusqu'au lundi 14h pour décider d'y souscrire ou non. En cas de souscription, la livraison intervient dans les quinze jours. Indépendance oblige, pour couvrir les frais d'organisation de la campagne, une participation aux frais de 5 € TTC sera demandée aux seuls consommateurs souscripteurs.

L'UFC-Que Choisir de Lyon Métropole & Rhône invite donc les consommateurs à s'inscrire sur « choisirsonfioul.fr » selon un calendrier de un vendredi sur deux : vendredi 4 mars, vendredi 18 mars et ainsi de suite jusqu'au vendredi 23 décembre, à l'exception du vendredi 11 novembre, qui étant un jour férié, sera avancé au jeudi 10 novembre.

Contact : contact@rhone.ufcquechoisir.fr

Communiqué de presse de l'UFC-Que Choisir Lyon
Métropole et Rhône du 17 janvier 2022

Communiqué important de dernière minute

Chers abonnés, chers lecteurs,

J'ai la charge de vous faire savoir que ce numéro de votre magazine est l'avant-dernier à être publié.

En effet, le conseil d'administration de l'association a décidé lors de sa séance du 15 février dernier après-midi, à la majorité des 12 administrateurs présents sur un effectif de 13, de mettre fin à la publication de son magazine Pour Consommer Autrement (PCA) après plus de 40 ans d'édition trimestrielle continue.

La responsable de rédaction du journal était présente et a participé au débat. Elle n'a par contre pas pris part au vote car elle n'est pas administratrice.

Cette décision, prise en conscience, après des échanges approfondis, contradictoires, motivés et non polémiques, n'a pas été arrêtée à la légère ni manifestement de gaité de cœur. Elle s'impose bien évidemment démocratiquement.

Ses motifs principaux qui ressortent de la discussion sont les suivants :

- la concurrence des moyens d'information, digitale ou non, sur la consommation et sa périphérie, maintenant largement à la disposition de tout le monde, y compris par des canaux internes (newsletter électronique, page Facebook, site internet), qui affecte l'intention de s'abonner ;
- le désintérêt, ressenti par les bénévoles, de nombre d'adhérents pour ce genre de service de presse, de plus parfois considéré comme relativement désuet et onéreux ;
- la difficulté rencontrée pour motiver les nouveaux adhérents à s'abonner ;
- la difficulté rencontrée pour proposer dans la revue des articles à composantes locales susceptibles a priori de présenter plus d'intérêt pour les lecteurs ;
- la difficulté rencontrée pour trouver parmi les collaborateurs de l'association, des personnes proposant des thèmes d'articles ou une contribution à la rédaction d'articles.

Il a été mis fin immédiatement à la possibilité de s'abonner dorénavant.

Les conditions dans lesquelles les abonnés payants pourront se faire rembourser s'ils le souhaitent leur abonnement en cours au prorata du nombre de numéros non servis, seront présentées dans le prochain et dernier numéro du PCA qui sera publié en juin prochain. Pour les abonnés sans anticipation d'abonnement, qui représentent la quasi-totalité des abonnés, le montant correspondant s'élèvera soit à 1,50 € (1 numéro non servi) soit à 3,00 € (2 numéros non servis).

Michel Boutard
Président
17 février 2022

Si Vous Appelez un numéro spécial...



Connaissez-vous les règles qui régissent certains numéros téléphoniques spéciaux à 2, 3, 4, 6 et 10 chiffres ? Savez-vous pourquoi certains sont présentés sur un fond de couleur vert, gris ou violet ?

Commençons par les plus simples, ceux à 2 et 3 chiffres tels que, par exemple, le 18 pour un appel de premiers secours (sapeurs-pompiers), le 15 (aide médicale d'urgence), le 17 (gendarmerie/police) ou le 112 (appel européen de secours). Ce sont des numéros dits d'urgence ; la communication et le service assuré au téléphone sont gratuits (fixe ou mobile).

Les autres numéros spéciaux portent le nom de SVA, soit Service à Valeur Ajoutée.

Ils permettent de bénéficier de différentes prestations de service et obéissent à certaines conventions et règles tarifaires. Pour les reconnaître, ceux à 10 chiffres commencent par 08, ceux à 6 chiffres par 118 et ceux à 4 chiffres par 3 ou 1. Une signalétique selon trois catégories : les numéros « gratuits », les numéros « non surtaxés » et les numéros « surtaxés ». Un code couleur leur est associé et un résumé de leur règle de facturation précisé.

- **Les « gratuits »** : l'appel comme le service apporté au téléphone sont totalement gratuits.

0 800 NNN NNN		Service & appel gratuits
Nombre de chiffres	Numéros commençant par	
10	0800 à 0805	
4	30 ou 31	

- **Les « non surtaxés »** : si le service apporté est gratuit, la communication (appel et durée) est facturée selon le tarif d'une communication normale (vers un fixe en France métropolitaine) lié à votre contrat de téléphonie.

0 809 NNN NNN		Service gratuit + prix appel
Nombre de chiffres	Numéros commençant par	
10	0806 à 0809	
4	32, 34, 36 & 39 (*)	

(*) peuvent aussi appartenir à la catégorie suivante.

- **Les « surtaxés »** : le service apporté tout comme la communication sont facturés.

0 8NN NNN NNN		Service 0,15 € / min + prix appel
Nombre de chiffres	Numéros commençant par	
10	081, 082 et 089	
4	32, 34, 36 & 39 (*)	

(*) peuvent aussi appartenir à la catégorie précédente.

Le mode tarifaire est précisé. Il peut être sous la forme d'un forfait en euros (facturation à l'acte), d'un coût proportionnel à la durée de la communication (x euros à la minute), voire de la combinaison des deux (x euro l'appel + y euros à la minute). Le tarif est libre.

Information, vigilance et protection du consommateur

Lors d'un appel à un numéro SVA avec coût associé, un « message gratuit d'information tarifaire » (MGIT) doit vous communiquer le coût de l'appel, en distinguant celui de la communication et celui du service ; l'application de la tarification ne débute qu'après un signal sonore.

Attention aux appels depuis l'étranger : si les numéros en 08 sont en général utilisables depuis l'étranger, les accords d'itinérance dans l'Union européenne ne sont pas applicables. Il convient donc de consulter les conditions tarifaires de son contrat pour des facturations spécifiques.

Une interrogation sur un numéro et/ou son propriétaire ? Consultez le site www.infosva.org qui vous donnera des informations relatives à l'entreprise propriétaire du numéro, sur la nature du service apporté et la règle tarifaire.

Un numéro pour lequel vous détectez une anomalie ou qui vous a posé problèmes ? Vous pouvez le signaler via ce site. Un signalement peut par ailleurs être fait en cas de pratique frauduleuse via le site www.33700.fr ou par SMS au 33700 (5 chiffres !), voire auprès de la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes).

À savoir que nombre d'opérateurs téléphoniques permettent le blocage des appels vers les numéros surtaxés, option permettant une protection adaptée pour certaines personnes fragiles. Quelques exemples de pièges visant, dans un appel téléphonique, un mail ou un SMS, à vous inviter à composer un numéro SVA surtaxé : un colis soi-disant égaré ou n'ayant pu être distribué, une démarche administrative ou régularisation de dossier, une demande de rappel urgent de la banque, un gain ou lot suite à jeu concours ou tirage au sort, un héritage venant de nulle part signalé par un pseudo cabinet juridique, etc.

Pierre Doré

Nouvel espace numérique : Mon espace santé

Après une période d'essais dans quelques départements, ce nouvel espace numérique est généralisé pour tous les Français depuis le 3 février 2022. Il a pour objectif de remplacer et améliorer le dossier médical personnel (DMP) lancé en 2004, renommé "dossier médical partagé" en 2016.

C'est un service numérique, sécurisé, proposé à chaque assuré, lui permettant de conserver et partager avec des professionnels de santé, sous son contrôle et en toute confidentialité, documents et données de santé. Il s'exerce sous la responsabilité de l'État et de l'Assurance maladie.

L'objectif annoncé "Vous avez la main sur votre santé" exprime clairement le souhait de responsabiliser l'assuré dans la gestion de ses données de santé.

Quatre fonctionnalités principales sont proposées

- Une messagerie sécurisée avec les professionnels de santé. Actuellement, elle ne fonctionne que dans un sens : seul un professionnel de santé peut ouvrir une discussion. L'utilisateur peut y répondre et partager des documents, mais ne peut pas déclencher la discussion.
- Une nouvelle version du dossier médical partagé, sorte de "coffre-fort" numérique permettant de stocker et gérer tous les documents que l'intéressé jugera utiles. La liste est longue et évolutive : il s'agit d'abord de données issues des professionnels de santé, comme les analyses, compte rendu d'examen et d'opérations, historique des soins, ordonnances, radios et imageries médicales, vaccinations... Le patient peut lui-même compléter avec des informations personnelles, comme l'indication d'allergies et d'antécédents, des auto-mesures (poids, taille, tension artérielle), des recommandations en cas d'urgence, ou ses volontés personnelles (directives anticipées, don d'organes, personne de confiance).
- Un agenda pour les suivis médicaux ou rappels vaccinaux.
- Un catalogue de services numériques proposés par des tiers, mais répondant à un cahier des charges et référencés par l'État.

L'utilisateur peut gérer lui-même les autorisations d'accès aux documents. Il peut aussi consulter la liste des professionnels qui ont accédé à son espace par son "historique d'activité", où sont mentionnés le nom du professionnel, l'heure de connexion et le document examiné. Lorsqu'un professionnel de santé se connecte pour la toute première fois à l'espace d'un assuré, ce dernier reçoit une alerte par courriel. Il peut également bloquer l'accès d'un praticien en allant dans la rubrique "Accès des professionnels de santé", ou interdire la consultation des documents qu'il souhaite garder confidentiels. Toute consulta-



tion d'un espace santé non motivée par des raisons médicales est passible de sanctions pénales.

Concernant les données, l'Assurance maladie assure qu'elles seront stockées sous forme codée et que les serveurs seront surveillés par ses experts en sécurité informatique.

Comment activer son compte ?

Chacun peut dès à présent activer son espace santé en se rendant sur le site "monespacesante.fr", et en demandant l'envoi d'un code provisoire d'identification.

Pour inciter chacun à le faire, avant fin mars, les 65 millions d'assurés, adultes et enfants, vont recevoir un courrier ou un courriel de l'Assurance maladie, du ministère des solidarités et de la santé ou de la Mutualité sociale agricole leur demandant d'activer ce dossier médical informatisé avec leur carte vitale et un code provisoire. Pour les mineurs, le code sera envoyé au parent auquel il est rattaché auprès de la caisse d'assurance maladie. Ce code provisoire est valable six semaines. Une fois ce délai passé, il sera possible d'en générer un nouveau en remplissant un formulaire en ligne, afin de recevoir un e-mail contenant un lien vers une page d'identification.

Le site "monespacesante.fr" est accessible depuis un ordinateur, un smartphone ou une tablette. Une application doit être prochainement déployée. Les personnes qui ne peuvent avoir accès à internet pourront demander de l'aide à un "guichet de proximité France services" ou auprès de leur caisse primaire d'assurance maladie.

Les comptes "Mon espace santé" sont créés automatiquement. Le gouvernement laisse le choix de fermer son espace santé, dans un délai de six semaines après la réception du message informant l'utilisateur de la création de son compte. Après ce délai, il faudra en demander la fermeture directement sur le site, auprès du support de "Mon espace santé" par téléphone au 3422, ou auprès de la caisse d'assurance maladie de rattachement.

À tout moment, un assuré peut bloquer ou débloquer l'accès à l'alimentation de son dossier médical par un professionnel de santé. En revanche, il est impossible de refuser à un professionnel autorisé, ou aux personnes exerçant sous sa responsabilité, de déposer dans un dossier les informations utiles à la continuité, la coordination et la prévention des soins, sauf « motif légitime ».

Michel Fregonara

Source : Ministère des solidarités et de la santé

Le nutri-score



Un peu d'histoire

Le Nutri-Score est un étiquetage nutritionnel proposé par le professeur Serge Hercberg en 2013. Il attribue aux produits alimentaires sous forme d'une couleur une note allant de A (vert foncé), à E (rouge), en passant par le vert clair, le jaune et l'orange. La meilleure note est le A, la plus mauvaise le E. Dès 2014, l'UFC-Que Choisir s'est impliquée pour un étiquetage simplifié et universel, permettant d'harmoniser l'information sur les produits alimentaires, et d'aider le consommateur souvent perdu face aux allégations du marketing.

Après une phase d'expérimentation, la France a adopté ce système en octobre 2017. Position saluée, il faut le noter, par le bureau européen de l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Évidemment, du côté des industriels de l'agro-alimentaire, l'accueil a été nettement plus frais... Des géants parmi lesquels Coca-Cola, Mars, Nestlé, Unilever ont, sans succès, tenté d'imposer leur propre visuel, forcément plus conciliant envers les aliments gras, salés, sucrés. D'autres pays ont suivi la France : 5 membres de l'Union européenne (Allemagne, Belgique, Espagne, Luxembourg, Pays-Bas) et la Suisse.

Un regret cependant, cet étiquetage est facultatif, c'est l'industriel qui décide ou pas de l'apposer. Seule une décision européenne pourrait le rendre obligatoire.

Mais les lignes bougent. Fin octobre 2021, le Parlement européen a validé le principe d'un étiquetage nutritionnel harmonisé à l'avant des produits. Alain Bazot, Président de l'UFC-Que Choisir « salue la détermination des eurodéputés qui, en dépit des nombreuses pressions exercées par les détracteurs du Nutri-Score, ont fait triompher la science et les consomma-

teurs. À une très large majorité (65 %), ils se sont prononcés pour ce que l'UFC-Que Choisir appelle de longue date : un étiquetage nutritionnel simplifié, harmonisé, obligatoire, fondé sur des données scientifiques, facilement compréhensible, et permettant la comparaison des produits en se basant sur une même échelle ».

Ce ne sera que fin 2022 que la Commission européenne présentera une proposition de loi qui précisera l'étiquetage retenu (Le Nutri-Score n'est pas le seul en lice) et les modalités du dispositif.

Impact positif sur la santé

Santé publique France dresse un bilan très positif des effets de ce logo.

D'une part, une grande partie des consommateurs tient compte, soit en privilégiant les produits ayant le meilleur Nutri-Score au sein d'un même rayon, soit en limitant leur consommation de produits mal classés. D'autre part, les entreprises s'adaptent. Poussés par les consommateurs, et désireux d'améliorer leur notation, les industriels améliorent leurs recettes : diminution des matières grasses, du sel, du sucre, augmentation des matières nobles.

Ce dont se réjouissent les experts du CIRC (Centre international de recherche contre le cancer) de l'OMS dans un rapport publié début septembre 2021. Soulignant le lien entre alimentation et cancer, ils estiment le Nutri-Score « efficace » et largement supérieur aux autres systèmes pour orienter les consommateurs vers des produits plus sains, et pour inciter les fabricants à améliorer nutritionnellement leurs recettes.

Le rapport plaide d'ailleurs pour son imposition sur les produits alimentaires en Europe et au-delà.

Inquiétude de certains producteurs

Les producteurs de fromages AOP d'Auvergne sont inquiets, leurs fromages sont systématiquement classés en D ou en E : trop de gras, trop de sel. Ils craignent que les consommateurs, s'ils ne se basent que sur le Nutri-Score, en déduisent que ces produits sont mauvais pour la santé et les délaissent.

Or les fromages AOP doivent répondre à un strict cahier des charges, le sel est le seul conservateur autorisé. Le président de l'AFA (Association des fromages AOP d'Auvergne) explique : « *les bleus sont classés en E car ils contiennent beaucoup de sel. Mais on ne peut pas faire pousser un bleu sans sel. Les producteurs de certains fromages qui ne sont pas AOP pourront travailler sur des produits de remplacement* ».

Les producteurs de fromages ne sont pas les seuls à être inquiets. Les producteurs d'huiles, de charcuterie, de saumon fumé... le sont aussi, en France, en Espagne, en Italie... Mais comme le fait remarquer le professeur Hercberg « *le fait de classer D ou E ne veut pas dire qu'on ne peut pas en manger. Ça permet simplement d'alerter le consommateur, lui dire qu'il doit en prendre en quantité modérée ou à une moindre fréquence. Il faut savoir ce que dit le Nutri-Score* ».

Et quand on parle de quantité... Rappelons que le Nutri-Score est calculé pour une quantité de 100 g. Or personne (sauf les très gourmands peut-être) ne mange 100 g de fromage par jour (une bonne portion correspond plutôt à 30 g, qui est la quantité journalière maximale recommandée), ni ne met un verre d'huile dans sa sauce salade... Tout est question de bon sens.

Savoir ce que dit le Nutri-Score et l'utiliser à bon escient

Le Nutri-Score ne prétend pas être « global ». Son calcul ne prend pas en compte les additifs, allergènes et contaminants. Il ne s'intéresse pas non plus à l'aspect écologique, ni au bien-être animal.

Ce qu'il sait faire ? Il informe sur la qualité nutritionnelle du produit, et uniquement sur elle.

En pratique, il permet au consommateur de :

- comparer des produits similaires entre eux : par exemple les céréales pour le petit déjeuner ; ou comparer des produits à même usage, par exemple, pour le petit-déjeuner, vaut-il mieux opter pour des céréales ou pour des croissants ?
- limiter les produits mal classés, soit en diminuant les quantités, soit en en mangeant moins souvent.

Bien évidemment, en complément du Nutri-Score, on ne saurait trop conseiller de contrôler les additifs (la liste est obligatoire sur les étiquettes), et de privilégier les aliments qui n'en ont pas (ou peu).



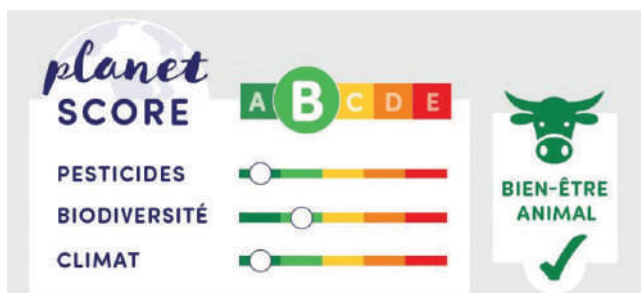
Vers un étiquetage complémentaire ?

Le Nutri-Score pourrait bientôt se voir adjoindre un étiquetage complémentaire. En effet, la future loi Climat prévoit un affichage environnemental qui devra informer les consommateurs sur l'empreinte écologique des produits alimentaires. Si plusieurs systèmes sont actuellement à l'étude, 2 sortent du lot :

- L'Éco-Score. Il est conçu sur le modèle du Nutri-Score, avec une notation allant du A (le plus vertueux) au E, et une couleur allant du vert foncé au rouge.



- Le Planet-Score. Plus complet que son concurrent, il intègre 4 indicateurs supplémentaires : bien-être animal, biodiversité, climat et pesticides.



En attendant la décision gouvernementale, le Planet-Score semble devancer ses concurrents. Il a été plébiscité dès l'origine par un collectif regroupant des acteurs du bio, des associations de consommateurs – dont l'UFC-Que Choisir, de protection de l'environnement et des organisations de défense du bien-être animal. D'après une enquête récente menée par l'enseigne Carrefour auprès de ses clients, il ressort que « l'Éco-Score ne valorise pas assez certains critères considérés comme très importants par les clients ». Résultat : après Auchan, Franprix, Lidl et Monoprix, Carrefour a annoncé qu'il allait tester le Planet-Score dans ses magasins.

Chantal Roleau

Événements, voyages, séjours annulés, sources de litiges

Depuis le début de l'année 2020, une crise sanitaire mondiale a affecté considérablement la vie personnelle de millions de personnes et toutes les activités économiques. Tous les pays ont mis en place en urgence des mesures de restriction de déplacement, souvent dans des délais si courts qu'il a régné une grande confusion lors du franchissement des frontières, et les voyageurs professionnels ont dû faire face à une situation de crise désorganisant tous les rouages de leur métier.

Ceci a généré à notre association une arrivée massive de litiges liés aux annulations de séjour et de transport qui perdure actuellement.

En temps normal, ce sont des textes clairs qui régissent ces problèmes : par exemple, une agence de voyage qui annule un séjour doit vous rembourser la totalité des sommes versées et vous pouvez demander une indemnisation au moins égale à la pénalité que vous auriez dû payer si vous aviez annulé vous-même (code du tourisme).

Mais depuis deux ans, les circonstances sont devenues imprévisibles. Les conditions générales des contrats définissent les modalités d'annulation ou de report mais la cause « Covid » n'était pas mentionnée, en tout cas dans les premiers temps, et la discussion sur le cas de « force majeure » qu'elle représente est loin de faire l'unanimité dans les tribunaux. De ce fait, les assurances-annulation couvrant les accidents ou les maladies ont été souvent impossibles à faire appliquer.

Combien de réceptions de mariage préparées de longue date se sont retrouvées impossibles à organiser ? Comment obtenir le remboursement des réservations ? Dans ces dossiers, nos conseillers ont surtout cherché à négocier des reports qu'il a parfois fallu encore reporter... Les traiteurs et musiciens ont été mis à l'épreuve.

L'ordonnance du 20 mars 2020 édictée par le gouvernement et valable jusqu'au 15 septembre 2020 et seulement en France a dérogé aux décrets antérieurs : elle a en particulier été applicable aux voyages, avec séjour, ou aux réservations immobilières souscrits en agence pour lesquels un avoir valable 18 mois devait être accordé au client, remboursable à terme si non utilisé. Actuellement, les litiges qui nous parviennent en grand nombre sont ceux relatifs aux annulations de vols secs (billets d'avion non associés à une prestation séjour) qui datent du début de la pandémie car l'ordonnance citée plus haut ne s'applique pas à ces cas.

Face au lobbying intense des compagnies aériennes et de certains États, dont la France, qui voulaient suspendre l'obligation réglementaire de remboursement, la Commission européenne a tenu bon : sa réponse – théorique – est clairement détaillée dans le règlement européen n°261/2004 et impose avoir ou remboursement au choix du client. Ceci s'applique aux compagnies aériennes dont le siège est dans l'un des 27 pays de la Communauté européenne (CE) élargie à l'Islande, la Norvège et la Suisse. Quant aux compagnies extra-européennes, le règlement les concerne si le vol devait partir d'un pays de la CE élargie.

Par exemple, un vol Royal Air Maroc de Casablanca à Lyon n'est pas soumis à ce règlement ni un vol British Airways de Londres à Paris. Un vol Air Algérie de Lyon à Alger est remboursable mais pas le retour.

Hormis ces cas, la compagnie agit comme elle veut, en respectant les conditions figurant sur le billet. Donc un vol annulé n'est pas automatiquement l'objet d'un avoir ou d'un remboursement !

Difficulté supplémentaire : si vous avez acheté ce billet par un intermédiaire en agence ou sur internet (Edreams, Last Minute, Opodo, Govoyages...) c'est lui votre interlocuteur. Dans le meilleur des cas, il répond en disant qu'il attend le bon vouloir de la compagnie.

Le règlement européen indique clairement qu'on ne peut pas vous imposer un avoir si vous voulez être remboursé mais c'est souvent impossible à faire entendre. Il en résulte une partie de ping-pong à trois entre le client, l'intermédiaire et la compagnie d'aviation et pas nécessairement en français.

À bout de ressource, on cède alors à la tentation d'aller en justice, ne serait-ce qu'en conciliation au tribunal, mais si la compagnie a son siège en dehors de la France, c'est raisonnablement exclu.

On pourrait penser qu'Air France est un cas simple à traiter puisque c'est une compagnie française : pas du tout ! Un dossier de ce type a été traité par un de nos conseillers qui, n'obtenant pas de réponse à ses mails de demande de remboursement vers cette compagnie a fini par recommander la conciliation à l'adhérent. Air France a boudé cette convocation. Donc la suite s'est déroulée au tribunal où, derechef, la compagnie n'a pas daigné se faire représenter. Elle a été condamnée à payer, y compris des dommages et intérêts, mais a refusé la réception de la lettre recommandée qui lui a été adressée par La Poste pour le lui faire savoir. Il a donc fallu en passer par un huissier ! Ces litiges nécessitent un traitement au cas par cas très chronophage, qui s'étire sur des mois, et les billets des correspondances locales hors Europe sont impossibles à réclamer. La fédération UFC-Que Choisir a agi dès l'apparition de ces conflits pour mettre en demeure les principales compagnies européennes d'appliquer la réglementation, mais les résultats sont loin d'être satisfaisants.

Sur le site quechoisir.org, on trouvera plus d'une centaine d'articles consacrés à ce problème qui spolie de nombreux consommateurs des sommes versées.



Dominique Reynaud

Quelques notions du droit de la consommation



Les garanties légales

Outre sa propre garantie, qu'il peut offrir au client ou vendre (généralement des « extensions de garantie »), le professionnel est tenu d'assurer la garantie légale de conformité et la garantie légale contre les vices cachés.

La garantie légale de conformité.

Elle est définie par les articles L 217-4 et suivants du code de la consommation.

« Le vendeur livre un bien conforme au contrat et répond des défauts de conformité existant lors de la délivrance.

Il répond également des défauts de conformité résultant de l'emballage, des instructions de montage ou de l'installation lorsque celle-ci a été mise à sa charge par le contrat ou a été réalisée sous sa responsabilité.

Le bien est conforme au contrat :

1° s'il est propre à l'usage habituellement attendu d'un bien semblable et, le cas échéant :

- s'il correspond à la description donnée par le vendeur et possède les qualités que celui-ci a présentées à l'acheteur sous forme d'échantillon ou de modèle ;

- s'il présente les qualités qu'un acheteur peut légitimement attendre eu égard aux déclarations publiques faites par le vendeur, par le producteur ou par son représentant, notamment dans la publicité ou l'étiquetage ;

2° ou s'il présente les caractéristiques définies d'un commun accord par les parties ou est propre à tout usage spécial recherché par l'acheteur, porté à la connaissance du vendeur et que ce dernier a accepté. »

La durée de cette garantie est de 24 mois pour les biens neufs, et de 6 mois pour les biens d'occasion.

C'est-à-dire que, même si la garantie commerciale est de 1 an, le professionnel est tenu d'assurer pendant 2 ans la garantie légale de conformité.

« En cas de défaut de conformité, l'acheteur choisit entre la réparation et le remplacement du bien.

Toutefois, le vendeur peut ne pas procéder selon le choix de l'acheteur si ce choix entraîne un coût manifestement disproportionné au regard de l'autre modalité, compte tenu de la valeur du bien ou de l'importance du défaut.

Si la réparation et le remplacement du bien sont impossibles, l'acheteur peut rendre le bien et se faire restituer le prix ou garder le bien et se faire rendre une partie du prix.

La même faculté lui est ouverte :

1° si la solution demandée, proposée ou convenue en application de l'article L 217-9 ne peut être mise en œuvre dans le délai d'un mois

suivant la réclamation de l'acheteur ;

2° ou si cette solution ne peut l'être sans inconvénient majeur pour celui-ci compte tenu de la nature du bien et de l'usage qu'il recherche. La résolution de la vente ne peut toutefois être prononcée si le défaut de conformité est mineur. »

Ces dispositions doivent être sans frais pour l'acheteur.

La garantie légale contre les vices cachés.

Les consommateurs bénéficient de cette garantie définie par les articles L 641 et suivants du code civil.

Il s'agit « des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus. »

Les défauts doivent ne pas être apparents, mais exister au moment de la vente, et être suffisamment graves pour justifier des sanctions en découlant. L'acheteur a 2 ans à compter de la découverte des vices cachés pour agir auprès du vendeur.

La sanction est que l'acheteur peut choisir entre soit rendre le produit et se faire rembourser, soit garder le produit avec un remboursement partiel.

Le vendeur doit l'assumer même s'il ignorait ces vices au moment de la vente.

L'article L 217-5 du code de la consommation oblige le vendeur à porter l'existence de cette garantie à la connaissance de l'acheteur, en l'inscrivant dans ses conditions générales de vente.

Les clauses abusives

Le consommateur est considéré plus faible que le professionnel, car il ne dispose ni de la formation ni de l'expérience dont bénéficie a priori le professionnel.

De plus, le consommateur subit les conditions générales de vente qui ont été édictées par le professionnel.

Ce sont les raisons pour lesquelles le législateur a prévu une série de situations juridiques considérées « clauses abusives » permettant de rétablir l'équilibre défavorable au consommateur. L'article L 212-1 du code de la consommation stipule que « dans les contrats conclus entre professionnels et non-professionnels ou consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat. »

Le critère « clause abusive » est donc fondé sur ce déséquilibre significatif.

Le législateur donne dans les articles R 212-1 et R 212-2 du code de la consommation toute une liste d'exemples de clauses qui peuvent être considérées comme abusives.

Une commission nationale dite « des clauses abusives » est chargée d'émettre des propositions de clauses à considérer comme abusives.

Jacques Reynaud

PUPPYLOVE.FR : l'amour vache ?

Les réclamations à l'encontre du site PUPPYLOVE.FR (ce qui signifie « amour de chiot » en anglais), exploité par la société NAGO INDUSTRIES, se sont multipliées sur les réseaux sociaux. Ce site commercialise des produits à destination des animaux et sait jouer sur l'empathie et la détresse. La preuve : il promet de reverser un pourcentage de chaque commande à la SPA (Société protectrice des animaux).

Depuis la publication des premiers signalements (absence de livraison des coussins commandés), le Réseau anti-arnaques a mis ce site sous surveillance, ce qui lui a permis de centraliser l'ensemble des éléments susceptibles d'en identifier l'instigateur.

Comme tout site à risque, PUPPYLOVE.FR présente des spécificités que tout consommateur doit savoir repérer pour éviter de subir les inconvénients d'un achat à distance :

- un hébergeur canadien SHOPIFY qui rend confidentielles des données légales, empêchant ainsi tout consommateur d'identifier le professionnel en cause ;
- un siège social domicilié en Angleterre, ce qui complique bien évidemment tout recours.

RBA : à la découverte du corps humain

Depuis décembre 2021, la société d'édition espagnole RBA COLECCIONABLES commercialise une collection « À la découverte du corps humain ». Il s'agit tout simplement de réaliser un squelette de corps humain (1,10 m de hauteur) en achetant des fascicules contenant une ou plusieurs pièces de montage.

La documentation publicitaire est enthousiaste : « Une collection amusante et éducative pour tout savoir sur le fonctionnement de notre corps ».

Nous retrouvons la panoplie des astuces marketing pour ce genre de collection : un premier fascicule à bas prix à 1,99 € vendu chez le marchand de journaux (dans le cas présent il contient un crâne), un fascicule n° 2 à 5,99 € à prix promotionnel puis différents cadeaux (microscope, sac à dos, toise vinyle) visant à inciter à l'achat des fascicules suivants (soit chez le marchand de journaux, soit par abonnement).

Le Réseau anti-arnaques reste réservé sur cette offre publicitaire : elle est peut-être pédagogique mais certainement pas économique. En effet, le coût de chaque fascicule est fixé à

8,99 € (+ 0,50 € de frais de port) à partir du n°4. Puis, dès le 4ème envoi le colis contient 6 fascicules (soit un prix de 56,94 €). Le prix total de la collection s'élève, selon les calculs du Réseau anti-arnaques, à un total de 787,16 €. Voilà un exercice pédagogique qui revient bien cher.

La collection comprend 86 fascicules avec une fréquence d'envoi proche de 6 à 7 semaines. Autrement dit, sur la base d'une hypothèse à 6 semaines, la collection sera achevée à l'issue d'une période de 20 mois !

Les clauses des conditions générales révèlent des surprises : les visuels (des documents publicitaires) ne sont pas contractuels et, surtout, l'éditeur « se réserve le droit d'interrompre la collection en cas de mévente et d'en modifier la composition ». Autrement dit, en cas d'arrêt de la collection, le consommateur se retrouvera avec un squelette inachevé sans compensation financière !



La Société d'édition des Artistes peignant de la bouche et du pied (APBP), à Strasbourg, adresse chaque année un lot de cartes de vœux et d'enveloppes. Elle incite le destinataire à régler une somme forfaitaire (9,90 €) au titre de son soutien.

L'association mère a un fonctionnement atypique puisqu'elle confie à une cinquantaine de sociétés d'édition dans le monde le soin de diffuser ses œuvres. Ainsi, en France, ce n'est pas une association qui perçoit les recettes des ventes, mais bien une société commerciale, donc soumise à l'impôt sur les sociétés et à la distribution de dividendes à ses

actionnaires. Le dernier exercice comptable faisait apparaître un chiffre d'affaires proche de 16 millions d'euros et affichait un bénéfice de 728 475 €.

Le Réseau anti-arnaques salue tous les soutiens en faveur de personnes en difficulté (financière, morale, physique), mais il s'interroge sur le montage juridique retenu et sur le montant réel reversé à la structure mère.

Certes, tout consommateur recevant le kit « cartes de vœux 2022 » est libre de régler ou pas la somme demandée mais cet « envoi forcé » peut agacer. Un volumineux publipostage est intervenu à la mi-novembre 2021 : l'un des destinataires a reçu pas moins de quatre envois le même jour pour son foyer ! Ce qui lui fait dire : « Quel gaspillage de papier ! Quel coût inutile pour l'APBP ! ».

NOS ADHÉRENTS ONT GAGNÉ

- M. Jean F. de LYON 7e s'acquitte très régulièrement et sans retard du règlement de ses factures d'électricité. Mais le 10 décembre 2021, il reçoit une relance, datée du 2 décembre, lui signalant qu'il n'a pas réglé une facture du 14 novembre. Il règle alors sans délai cette facture, mais son paiement se croise avec un second courrier de relance, daté du 6 décembre, lui annonçant une pénalité de retard de 6 €, qui l'indispose par principe plutôt que par son montant. Il contacte son fournisseur mais malgré sa bonne foi et toutes ses explications il peine à obtenir la dispense de la pénalité.

Suite à l'intervention de l'association, rappelant qu'en cette période les retards d'acheminement du courrier sont fréquents, que les boîtes à lettre sont submergées de documents publicitaires au milieu desquels la première facture a pu se mélanger, et évoquant les procédures parfois trop réactives (et souvent automatisées) d'envois de relances et de rappels par les fournisseurs d'énergie, la pénalité a été supprimée.

- M. Emmanuel D. de Lyon 4e a commandé sur le site internet "1001pneus.fr" 4 pneus hiver à livrer et à monter à la station Feu Vert d'Ecully pour un montant de 640,60 €. En fait les pneus ne sont jamais livrés, malgré toutes les réclamations suivies de demandes de remboursement déposées via le support commercial.

Suite à l'intervention de l'association, notre adhérent reçoit sur son compte courant bancaire un virement de remboursement de la commande.

- Madame Josiane H. de Bron a réservé 2 places aller-retour pour un trajet Lyon Fréjus sur la ligne Flixbus, avec possibilité d'annulation conditionnelle. Suite à un empêchement elle envoie dans les délais prévus un message pour déclarer le renoncement à ce voyage et en demander le remboursement. Mais malgré plusieurs sollicitations par téléphone et par mail le versement se fait attendre...

Suite à l'intervention de l'association, le service clients de Flixbus effectue le virement du remboursement attendu.

- M. Arthur T. de Lyon 7e a réservé sur le site Lastminute un voyage "séjour + hôtel" pour 2 personnes à Hammamet, versant un acompte de 1 500 €. Puis, en raison de circonstances imprévues, il se voit dans l'obligation de demander l'annulation du voyage pour la 2e personne. Le service clients lui répond par téléphone que c'est possible, mais à condition de régler d'abord le solde de la facture. Mais après s'en être acquitté il reste en attente du remboursement promis, se voyant opposer un discours très différent des promesses téléphoniques, se fondant sur



les conditions générales de vente et précisant que les remboursements sont du ressort des partenaires concernés (compagnie aérienne et hôtel) et non pas directement du voyageur.

Suite à l'intervention de l'association, soulignant que M. T. a été induit en erreur lors des échanges téléphoniques avec le service commercial du voyageur, ce dernier procède au remboursement demandé.

- M. Gérard S. de Mions est locataire d'une maison équipée d'une pompe à chaleur alimentée en eau par un puits à l'aide d'une pompe de relevage. Cette eau transite par un réservoir à vessie (surpresseur), hors d'âge car installé bien antérieurement à la pompe à chaleur, qui présente plusieurs fuites inquiétantes à sa base et à son sommet. Malgré l'établissement par le technicien d'entretien d'un rapport mentionnant des risques d'éclatement et la nécessité de remplacer cet équipement, le propriétaire s'y oppose et refuse d'engager les travaux nécessaires.

Suite à l'intervention de l'association auprès du bailleur, lui rappelant ses obligations légales et sa responsabilité en cas d'accident, les travaux de remplacement du surpresseur sont enfin engagés.

- Mme Sylvie D. de Mions a commandé sur le site menzzo.fr 2 fauteuils pour un montant de 520,80 €, réglé comptant à la commande par carte bancaire. La livraison, prévue initialement sous 9 semaines, est repoussée à plusieurs reprises, et après l'envoi d'une mise en demeure restée sans effet, Mme D. finit par demander l'annulation et le remboursement de sa commande, mais sa requête se heurte à l'inertie prolongée du vendeur.

Suite à l'intervention de l'association, rappelant la législation sur les obligations légales d'annulation et de remboursement pour les commandes non exécutées selon les modalités prévues au contrat, ainsi que les pénalités de retard en cas d'inexécution de ces obligations, Mme D. reçoit le remboursement de sa commande.

PCA : Pour Consommer Autrement

Bulletin d'information et de conseil de

l'UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône

Association loi de 1901

Responsable de publication : Michel Boutard

Responsable de rédaction : Chantal Roleau

Ont participé à ce numéro :

Michel Boutard, Pierre Doré, Michel Fregonara,

Dominique Reynaud, Jacques Reynaud, Chantal Roleau

**1, rue Sébastien Gryphe
69007 LYON**

Réalisation & Impression : DACTYLO PRINT - 9 rue S. Gryphe 69007 Lyon - © Freepick
Tirage : 1 400 exemplaires - Dépôt légal : Mars 2022 - 4 numéros par an - N° de la Commission Paritaire : 0110G84419

Pour Consommer Autrement

UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône

CS 47055 - 69341 LYON CEDEX 07

N° 171 - Mars 2022

Prix du numéro : 1,50 €

La reproduction en totalité ou en partie des textes de ce journal est autorisée sous réserve de la mention d'origine



UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône

Tél. 04 78 72 00 84

Correspondance :

UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône
CS 47055 - 69341 LYON CEDEX 07

Site Internet :

<http://rhone.ufcquechoisir.fr>

Adresse e-mail :

contact@rhone.ufcquechoisir.fr



<https://fr-fr.facebook.com/UFCLyon69>

LYON

1, rue Sébastien Gryphe - 69007 Lyon

(métro Saxe-Gambetta)

Téléphone : 04 78 72 00 84

Bureaux ouverts tous les jours

de 8 h 30 à 12 h et de 13 h 30 à 17 h

Conseils sur rendez-vous uniquement

Permanences téléphoniques : tous les jours

de 9 h à 12 h et de 14 h à 17 h.

VILLEFRANCHE-SUR-SAÔNE

338 rue des Remparts

69400 Villefranche-sur-Saône

Téléphone : 04 74 62 17 94

Bureaux ouverts le mercredi et le vendredi

de 8 h 30 à 11 h 45

Conseils sur rendez-vous

UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône

Association sans but lucratif animée par des bénévoles. Elle assure la représentation des consommateurs auprès des pouvoirs publics et des professionnels et agit pour leur défense et leur droit à l'information.

POUR ADHÉRER À L'ASSOCIATION

- Écrivez-nous en précisant vos coordonnées et en joignant un chèque ;
- Inscrivez-vous en ligne sur notre site ;
- Venez nous rencontrer dans nos bureaux et nos permanences.

L'adhésion est valable 1 an de date à date.

- | | |
|--|------|
| <input type="checkbox"/> Adhésion simple..... | 30 € |
| <input type="checkbox"/> Adhésion étudiant (sur présentation carte)..... | 20 € |
| <input type="checkbox"/> Adhésion de solidarité.....
(bénéficiaires de la prime d'activité ou chômeurs non imposés) | 10 € |
| <input type="checkbox"/> Réadhésion dans les 3 mois..... | 28 € |

Nous vous informons que les informations recueillies en cette occasion (nom, prénom et adresse postale ainsi qu'éventuellement e-mail et numéros de téléphone) seront enregistrées dans un fichier informatisé dans le but notamment de gérer votre adhésion et s'il y a lieu votre inscription à notre lettre mensuelle d'information.

Cet enregistrement de vos données personnelles et leur traitement répondent aux exigences du Règlement général sur la protection des données (RGPD) promulgué par l'Union européenne et entré en vigueur le 25 mai 2018.

Vous pouvez obtenir toutes informations utiles à cet égard sur simple demande ou en consultant notre site.