



sommaire

VIE DE L'ASSOCIATION		
Le mot du Président.....	2	
Prochaine assemblée générale.....	2	
ENQUÊTE		
Enquête prix en grandes surfaces alimentaires.....	3	
Enquête prix sur les marchés.....	4	
TRANSPORT		
La fin de la revente des billets Prem's et 100 % Éco.....	5	
CONSOMMATION		
Quelle rentrée !.....	6	
Alors, toujours heureux en 2018 ?.....	6	
ÉNERGIE		
Énergie : qui fait quoi, aujourd'hui ?.....	8	
L'électricité et l'avenir des taxes.....	9	
TÉLÉPHONIE		
Téléphonie fixe : arrêt du RTC.....	10	
COURRIERS DE CONSOMMATEURS		11
NOS ADHÉRENTS ONT GAGNÉ		11

UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône
vous souhaite de très belles fêtes et
une heureuse année 2019

CS 47055 - 69341 Lyon Cedex 07
Tél. : 04 78 72 00 84
Fax : 04 72 71 85 82

Le mot du Président



“ La fracture numérique est devenue depuis plusieurs années un lieu commun qui réapparaît périodiquement dans notre paysage, au gré notamment des événements ou des réformes de simplification des formalités administratives que les pouvoirs publics veulent promouvoir, en particu-

lier pour faire des économies, ce qui au demeurant est tout à fait louable même si ce n'est pas toujours présenté comme tel.

La fracture numérique, parfois dite aussi fracture générationnelle, se traduit par une différenciation forte dans la société sur les usages d'internet. Elle provient du fait que les nouvelles générations sont nées avec internet. Il n'y a qu'à voir l'art, la dextérité et l'habileté des jeunes, nos enfants ou nos petits-enfants, pour utiliser qui les ordinateurs, qui les tablettes, qui les smartphones, pour s'en convaincre si nécessaire. Les générations plus anciennes sont par contre beaucoup moins enclines à faire usage de l'internet.

Ce fossé générationnel tend manifestement à s'atténuer avec les départs à la retraite de personnes disposant maintenant bien souvent d'une expérience et d'un vécu informatiques de qualité acquis dans leur milieu professionnel ; à l'évidence il en allait différemment pour tous ceux ayant cessé de travailler il y a un dizaine d'années ou plus.

La fracture numérique n'en demeure pas moins prégnante. Selon une étude de 2011 du Centre d'analyse stratégique, les personnes âgées étaient à cette date de loin les moins connectées puisque les plus de 75 ans, qui représentaient 11,3 % de la population, étaient 83,3 % à ne jamais avoir utilisé un ordinateur et 89 % à ne jamais avoir utilisé internet. Même si les choses ont évolué depuis, la fracture reste encore conséquente. C'est ainsi que selon le Baromètre du numérique 2017 de l'Agence du numérique si, en moyenne, un peu plus d'un Français sur 10 ne se connecte jamais à internet (12 %), cette proportion est plus élevée parmi les plus âgés (19 % des 60-69 ans et surtout 47 % des 70 ans et plus).

C'est dans ce contexte que le Défenseur des droits Jacques Toubon, qui a reçu depuis quelque temps plu-

sieurs milliers de réclamations portant plus particulièrement sur la difficulté rencontrée par nombre de nos concitoyens pour obtenir la carte grise d'un véhicule ou un permis de conduire en utilisant le site, maintenant obligatoire, de l'Agence nationale des titres sécurisés, a demandé solennellement au gouvernement début septembre 2018 de mettre en place une procédure alternative plus conforme aux usages anciens, humaine ou papier, pour les personnes qui n'arrivent pas à faire leurs démarches en ligne.

Il invite à un réinvestissement d'une partie des économies réalisées par la dématérialisation des services publics dans l'accompagnement du public, notamment lorsque l'on bascule d'un traitement papier à un traitement numérique. « *Il faut un service d'accompagnement, il faut prendre en compte les situations vulnérables, il faut qu'il y ait des hommes et des femmes qui soient derrière (les plateformes numériques), il faut tout simplement des modalités d'accueil humaines* » martèle Jacques Toubon.

Comme il l'avait fait à l'occasion de la publication de son rapport annuel 2017, il recommande tout particulièrement à nouveau d'introduire dans la loi une clause de protection des usagers vulnérables, prévoyant l'obligation d'offrir une voie alternative au service numérique dans le cadre de la mise en œuvre de toute procédure de dématérialisation d'un service public.

En tant qu'association de consommateurs se préoccupant aussi des relations des usagers avec les services publics, l'UFC-Que Choisir Lyon Métropole & Rhône ne peut qu'abonder dans le même sens ; à son niveau, soyez assurés qu'elle se montrera vigilante à ce que les recommandations du Défenseur des droits ne restent pas lettre morte et elle œuvrera, dans la mesure de ses moyens, à leur réalisation dans les meilleurs délais. ”

Michel Boutard
22 octobre 2018

Prochaine assemblée
générale de notre
association

Espace Jean Couty
1 rue de la Pépinière Royale
69009 Lyon

12 avril
2019
17 h 00

Enquête prix en grandes surfaces alimentaires

Protocole de l'enquête

Entre le 20 janvier et 3 février 2018, l'UFC-Que Choisir a enquêté dans 4 902 magasins répartis sur l'ensemble du territoire français : des enquêteurs bénévoles ont relevé les prix dans 1 342 super et hypermarchés et, en parallèle, 3 560 enseignes ont été enquêtées de façon automatique via leur site drive.

Le panier reflète la consommation moyenne des ménages français. Il est composé de 82 produits qui représentent les 6 grands rayons : épicerie, laits et fromages, fruits et légumes, viandes et poissons, boissons, non-alimentaire. Il est constitué à 70 % de marques nationales et à 30 % de marques de distributeurs.

Au total 309 970 prix ont été relevés.

Lors de l'analyse, chaque catégorie de produits a été pondérée pour être représentative de la consommation moyenne d'un ménage. De même chaque article a été pondéré au sein de sa catégorie pour tenir compte de son importance.

Résultats de l'enquête nationale

La valeur du panier moyen, toutes enseignes confondues, s'établit à 364 €.

Le magasin le plus cher (Monoprix Le Vésinet : 454 €) a des prix 40 % plus élevés que le magasin le moins cher (E. Leclerc à Lamballe : 324 €).

Les hypers sont moins chers que les supermarchés en moyenne de 8 %, ce qui représente 29 € par rapport au panier moyen. Les laitages sont les produits dont les prix varient

le moins (5 %), les produits d'hygiène, de droguerie et de parfumerie, ainsi que l'épicerie concentrent les écarts les plus élevés (12 et 11 %).

On ne constate pas de différence significative de prix entre un magasin et son drive, pour un même point de vente. Sauf pour les hypermarchés Carrefour et Géant-Casino, qui proposent des prix plus attractifs en drive qu'en magasin.

De grandes disparités de prix existent sur le territoire. Paris et les Hauts-de-

Seine, talonnés par les Alpes-Maritimes, le Val-de-Marne et le Var sont les départements les plus chers. Le Sud-Est est plus onéreux que la moyenne nationale, à l'exception de la Drôme et des Hautes-Alpes. La région Grand-Ouest reste toujours très compétitive avec des paniers 10 à 14 € moins élevés que la moyenne nationale.

E. Leclerc affirme une fois de plus sa position de leader avec un prix moyen 6 % moins cher que la moyenne. Il est suivi de près par Carrefour Drive et Géant-Casino Drive.

Monoprix reste sans surprise en queue de classement, avec un panier 20 % plus onéreux que la moyenne. Des prix que l'enseigne justifie par la localisation en hyper-centre de ses magasins, ses horaires d'ouverture tardifs, et son large assortiment.

Résultats dans le Rhône

L'enquête a porté sur 82 magasins, dont 25 sur Lyon.

Le panier moyen est de 376 € dans le département, mais les prix sont tirés vers le haut par Lyon (401 €), tandis que le panier hors Lyon est très exactement dans la moyenne nationale (364 €).

La fin du classement regroupe les petits formats des enseignes, moins compétitifs. Sur Lyon, les points de vente en format citadin U Express et Monoprix arrivent bons derniers : mais ces magasins sont situés dans l'hyper-centre, ils sont ouverts tard le soir et le dimanche matin bien souvent. Un confort qu'apprécient les Lyonnais, mais qui a un coût. Le magasin le moins cher est le E. Leclerc de Limas (334 €), le plus cher le Monoprix de Lyon République (440 €).

Classement des enseignes	
E. Leclerc	342 €
Carrefour Drive	349 €
Géant-Casino Drive	350 €
Hyper U	356 €
Intermarché	357 €
Carrefour	363 €
Super U	364 €
Géant-Casino	368 €
Auchan	370 €
Cora	374 €
Carrefour Market	383 €
Atac	383 €
Match	385 €
Auchan Supermarché	386 €
U Express	402 €
Supermarché Casino	406 €
Monoprix	437 €



Enseigne	Hors Lyon	Lyon	Département
E. Leclerc	342 €	338 €	342 €
Intermarché	358 €	372 €	361 €
Carrefour	360 €	382 €	363 €
Carrefour Market	379 €	394 €	380 €
Auchan	380 €		383 €
Simply Market	387 €	388 €	386 €
Super U	382 €	399 €	395 €
Supermarché Casino	391 €	417 €	406 €
U Express		420 €	418 €
Monoprix	393 €	435 €	435 €
Panier moyen	364 €	401 €	376 €

Chantal Roleau

Source : Enquête UFC-Que Choisir de mai 2018

Enquête prix sur les marchés

Protocole de l'enquête

Du 23 mars au 7 avril, les enquêteurs bénévoles de l'UFC-Que Choisir ont enquêté 645 marchés sur toute la France. En parallèle, des relevés de prix ont été réalisés de façon automatique dans 4 227 grandes surfaces alimentaires (GSA) via leurs sites drives.

En tout, 78 042 prix ont été relevés (20 723 sur les marchés, 57 319 dans les GSA).

Pour l'enquête, un panier de 29 produits a été constitué. Il est composé de fruits et légumes de saison, viandes, poissons, fromages. Les prix sur un marché étant parfois hétérogènes d'un étal à l'autre, le prix de chaque produit est relevé sur 2 étals différents pris au hasard.

Plus de la moitié des 645 marchés enquêtés sont composés de moins de 50 commerçants. Seuls 14 % sont des gros marchés de plus de 100 commerçants. Ce découpage représente assez fidèlement la répartition réelle observée sur les 8 000 marchés du territoire français.

Résultats de l'enquête nationale

	Marché	Écart GSA
Panier	342 €	+ 17 %
Fruits	13 €	+ 21 %
Légumes	15 €	+ 15 %
Viandes	164 €	+ 10 %
Poissons	80 €	+ 6 %
Fromages	71 €	+ 37 %

La valeur du panier moyen sur les marchés s'établit à 342 €. Sans surprise, c'est à Paris et en Île-de-France qu'on observe les prix les plus élevés. Les prix sont plus bas dans le Sud que dans le Nord. On note également des prix plus importants dans l'Est que dans l'Ouest. La région Sud-Est est la région la moins chère pour les fruits et le fromage. Dans le

★★★ Très bon marché
★★ Bon marché ■ Cher
★ Modéré ■■ Très cher

	Panier moyen	Appréciation	Fruits	Légumes	Viande	Poisson	Fromage
Belleville	325 €	★★	★	★★	★★★	■■	★★★
Bron	330 €	★	★★★	★★★	★	■■	★★
Craponne	331 €	★	★★★	★★★	★	■■	★★★
Genas	358 €	■	■■	★	★★	■	★★★
Lyon Château de Monchat	365 €	■	■	■	★★	■■	
Lyon Frères Lumière	380 €	■	★	■■	■	■■	★
Lyon Point-du-Jour	315 €	★★		★★★	■	■	
Lyon Saint-Antoine	366 €	■	★★	■		■■	★★
Meyzieu	328 €	★★	★★★	★	★★	■■	★★★
Neuville-sur-Saône	342 €	★	★★★	■	★★★	■■	
Saint-Laurent-de-Mure	356 €	■	■	★		■■	★★★
Villefranche-sur-Saône	317 €	★★	★★★	★★★	★	■■	★★★

Le saviez-vous ?

Les marchés sont principalement ouverts du mardi au dimanche. Seuls 6 % sont ouverts le lundi !

Le samedi reste le jour privilégié, avec près d'un marché sur 2 ouvert ce jour-là.

La grande majorité (2/3) des marchés ne sont ouverts qu'un jour par semaine.

1/3 possèdent une halle couverte.

2/3 des vendeurs de fruits et légumes sont des primeurs.

20 % seulement sont des producteurs. Certains sont entre les deux, ils complètent leur production par des produits achetés à des grossistes.

Sud-Ouest, tous les prix sont inférieurs à la moyenne nationale sauf pour le fromage.

Les marchés sont plus chers que les grandes surfaces alimentaires, de 17 % en moyenne :

- en boucherie et poissonnerie, les prix sont proches de ceux pratiqués en GSA ;
- pour les fruits et légumes, l'écart est significatif, 15 et 21 % respectivement ;
- c'est sur le fromage que l'écart est vraiment élevé : + 37 %. Mais il est difficile de comparer un fromage à la coupe, parfois artisanal, et les produits prédécoupés et emballés délivrés par les magasins drives.

Résultats dans le Rhône

Le panier moyen est de 343 € dans le département, à quasi égalité avec la moyenne nationale française de 342 €.

Les prix sur Lyon sont plus élevés que dans le reste du département : 357 € contre 336 €, soit un écart de 6 %.

C'est manifestement le poisson qui plombe les résultats locaux. Il s'avère très cher sur tous les marchés enquêtés. Il est vrai que nous ne sommes pas tout près de la mer !

Le fromage s'en sort bien, il se révèle bon à très bon marché. La viande recueille globalement de bonnes appréciations.

Des différences de prix qui s'expliquent

Les Français sont de plus en plus nombreux à recourir aux circuits courts ou de proximité, aux magasins de producteurs, aux supermarchés coopératifs, aux marchés... Les raisons sont multiples : soutien aux producteurs, souhait d'acheter local, appétence pour des produits artisanaux, convivialité... Néanmoins, c'est en grande surface que se font la majorité des achats. Il est vrai que les tarifs y sont moins élevés que sur les marchés, comme le montre la présente enquête.

Mais les commerçants ne luttent pas à armes égales avec la grande distribution. Outre des volumes échangés considérablement plus modestes qui impactent les coûts d'achat, ils ont à faire face à des charges spécifiques qui pèsent lourd au vu de leur chiffre d'affaire :

- les droits de place : de à 0,50 à 1,50 € par mètre pour déployer son étal, et jusqu'à 8 € en région parisienne !

- une masse salariale importante : il faut du monde pour charger et décharger le camion, et pour servir les clients dans un créneau horaire restreint. Et par rapport au chiffre d'affaire, ce coût n'est pas négligeable ;
- une journée très pluvieuse, de la neige, un grand froid, et c'est jusqu'à 50 % du chiffre d'affaire qui s'envole ;
- pour le commerçant qui n'a pas les moyens d'investir dans un camion frigorifique ou une chambre froide, les produits périssables ne durent pas longtemps.

Les marchés animent nos centres-villes, on peut échanger avec les producteurs qui savent parler avec passion de leur métier, demander un conseil à un commerçant, rencontrer de vieilles connaissances...

C'est aussi là que l'on peut trouver des fruits et des légumes à maturité, des fromages artisanaux, des poulets de ferme... et bien d'autres produits propres à satisfaire nos papilles !

Chantal Roleau — Source : Enquête UFC-Que Choisir de juin 2018

TRANSPORT

La fin de la revente des billets Prem's et 100 % Éco

La SNCF vient de mettre fin à la possibilité de revente des billets Prem's ou 100 % Éco, c'est-à-dire les billets non échangeables et non remboursables vendus à prix cassés. Depuis le 27 septembre, il n'est plus possible d'obtenir ces billets sous format papier. Or c'est ce format qui pouvait être cédé à un proche ou revendu sur des sites spécialisés tel que Kelbillet.com, Trocdestrains etc.

Vous avez acheté votre billet Prem's 3 mois avant votre départ, bénéficiant ainsi de tarifs attractifs. Mais voilà, vous êtes souffrant, le week-end tant attendu n'aura pas lieu, vous devez vous occuper d'un proche malade, ou tout simplement l'horaire ne vous convient plus. Autant d'impondérables qu'il était difficile de prévoir à l'avance. Que faire de vos billets Prem's ou 100 % Éco ? Jusqu'à présent, si vous aviez eu la prévoyance de vous faire délivrer des billets en format cartonné, il était possible de les revendre, moins cher ou au même prix, en tout cas pas plus cher, sur des sites dédiés : une autre personne pouvait voyager avec votre billet sans risquer une pénalité, car le nom qui figure sur le billet est celui de l'acheteur et non celui du voyageur. Désormais, vous ne pouvez plus le faire, le format papier n'existe plus pour les billets Prem's et 100 % Éco. Notons au passage qu'il existe toujours pour les billets échangeables ou remboursables, dans le souci de ne pas « *tout modifier simultanément* » dicit la SNCF. Explication qui ne convainc guère les associations de défense des usagers, d'autant plus remontées que le changement a eu lieu en catimini. Ne reste donc plus que le format électronique, le e-billet qui, lui, est nominatif et donc pas cessible. « *C'est mieux pour l'environnement* » clame la SNCF. À voir... Il n'est pas certain du tout que le tout électronique soit une avancée environnementale...

Que risquez-vous en cas de contrôle ? Outre l'obligation d'acheter au prix fort un nouveau billet, vous aurez à vous acquitter d'une amende de 150 €. La sanction est sévère ! Une pétition a été lancée sur internet pour demander la possibilité de changer le nom du voyageur sur les e-billets, comme cela se pratique sur les billets OUIGO (précédemment iDTGV), moyennant des frais supplémentaires.

Que cherche donc la SNCF ? Au-delà de la vision court-termiste de dégager des recettes sur le dos des consommateurs, pardon des usagers, il est à craindre que les plus démunis ou les plus économes ne se tournent vers d'autres moyens de déplacement. Déjà, les sites de covoiturage, dont le français BlaBlaCar leader du secteur, ont le vent en poupe, surtout auprès des jeunes générations. Plus flexibles, moins chers, plus dans l'immédiateté si chère à notre société. L'offre de transport en bus a su elle aussi s'étoffer, et offrir des prix très compétitifs. La SNCF ne comprend-elle pas que ce sont ces jeunes qu'il convient de fidéliser : ils sont les consommateurs de demain.

Et puis, quel dommage pour l'environnement de ne pas promouvoir le rail, qui est le mode de transport qui produit, et de loin, le moins de gaz à effets de serre ! Par exemple, pour un parcours interurbain, un passager émettra en moyenne en France, pour 1 km, 92 g d'équivalent CO₂ en voiture, 172 en avion, 177 en autocar, mais seulement 2,4 en TGV¹.

Au-delà de la possibilité de revente de tel ou tel billet, qui est le sujet de cet article, ne l'oublions pas, ne serait-il pas temps pour notre belle entreprise nationale de sortir de l'opacité bien connue et maintes fois dénoncée – en particulier par l'UFC-Que Choisir – de ses tarifs et de proposer (enfin !) des grilles tarifaires claires. Pourquoi un tel maquis de prix différents ? Une promotion de temps en temps, pourquoi pas ? Mais là, ça n'a plus aucun sens. Révons, révons que l'on fasse fi des techniques de "yeald management" au profit d'un partenariat client-fournisseur adulte et respectueux, qui sache fidéliser les usagers et in fine se révélerait, gageons-le, rentable sur le long terme. Révons...

Chantal Roleau
18 octobre 2018

¹ Le lecteur que les chiffres ne rebutent pas pourra consulter un document de mai 2018 émanant de la Direction du développement durable de la SNCF http://medias.sncf.com/sncfcom/pdf/co2/Information_CO2_des_pres-tations_de_transport_Methodologie_generale.pdf

Quelle rentrée !

Une "classe consommation" bien médiocre...

Nous voilà au milieu du premier trimestre, et si je m'imagine professeur principal de la "classe consommation, option respect-politesse élémentaire", j'ai quelques bonnes raisons de nourrir de vives inquiétudes !

J'ai d'abord dû coller deux élèves effrontés. Ils ne répondent même pas. Suite à la commande d'un produit en promotion manquant, comme souvent, Carrefour Francheville ignore ma lettre simple, m'obligeant à réitérer ma demande en recommandé. Le directeur fait très fort en termes de mépris du consommateur en ne répondant même pas à cette dernière. Huit jours après cependant, il a fait téléphoner son "petit frère chef de rayon"... Et j'ai eu, trois mois après, satisfaction. Je ne suis pas un cas isolé car, en en parlant à un ami, ce dernier m'exhibe un bon de commande non honoré du même magasin datant du printemps dernier !

Au passage, j'ai dû sévir pour mademoiselle La Poste... Elle ne m'a jamais retourné l'accusé de réception dûment signé. Explication du facteur de quartier : « Désormais il passe dans une machine et il n'est pas rare que la cartonnnette, trop fine, soit détruite. »

L'autre élève pitoyable, qui ne répond pas au recommandé, c'est une entité d'Eiffage, sur les bords de la Turdine. Ils avaient pourtant arraché, avec de grosses fautes d'inattention, deux lignes téléphoniques lors de travaux dans la rue, nous privant huit jours de téléphone, de télévision et d'internet.

Pire ils n'ont même pas signalé cette coupure à la deuxième victime et ne se sont – à minima – jamais excusés.

Au passage, j'ai dû infliger un blâme à France Télécom... En

effet, quand cela vous arrive, alors qu'il ne vous reste plus que votre téléphone portable pour pleurer, le signalement ne peut se faire que... par internet ! Que vous n'avez plus. Au deuxième trimestre, c'est décidé, je vais leur faire étudier Kafka, même s'il n'est pas au programme. J'ai décidé d'ailleurs de saisir un député sur le sujet. J'ai donné au passage un bon point à la personne du Grand Lyon qui a eu l'intelligence de me proposer de le faire. Cela prouve, si besoin en était, que quand on peut avoir un interlocuteur les choses sont vraiment plus simples.

"Mairie d'arrondissement de Lyon" m'a rendu à ce sujet un devoir bien moyen 50 jours après...

Pas un seul bon élève dans cette classe ? Si... En tout cas, pour l'instant, tableau d'honneur pour le jeune Vente privée.com : 4 réclamations en 18 mois (une partie d'un produit pas mangeable, une erreur de poids chez le fournisseur, une erreur de colisage, un doublon de date limite de consommation). Prise en compte simple, traitement rapide avec générosité et courtoisie.

Le jeune E. Leclerc de Champvert est encouragé pour ses progrès... même s'il doit encore faire de gros efforts. Beaucoup de produits en promotion manquent, mais il les commande et s'il ne peut pas les livrer, il joue le jeu de fournir des équivalents... Hélas, seulement à ceux qui réclament !

Je ne sais pas combien d'élèves passeront en classe supérieure en 2019/2020, mais je sais que nous, les profs de conso, on va devoir redoubler ! Si, si, je vous l'assure, d'efforts, de vigilance et de luttes acharnées.

Pierre Layes

PS : Tout est vrai et j'ai bien sûr toutes les preuves de mes affirmations.

Alors, toujours heureux en 2018 ?

L'article ci-dessous a été publié dans notre bulletin PCA de décembre 2006, donc il y a 12 ans.

Le consommateur heureux et le conseiller UFC-Que Choisir sont encore là.

S'ils ont pris quelques rides, leur discussion n'en a pas pris !

Sur le fond, ils constatent en 2018 que rien n'a véritablement changé, malgré les nombreuses lois, chacune portant le nom du ministre en exercice temporaire, ainsi que les décrets et autres règlements censés moraliser les relations commerciales, l'UFC-Que Choisir en ayant souvent été l'aiguillon.

Mais les technologies et les pratiques de contournement ont beaucoup évolué.

Par exemple :

De nouveaux intermédiaires sont arrivés entre temps : en particulier ceux que l'on nomme les GAFAs (Google, Amazon, Facebook, Apple). Leur influence internationale et leur puissance

financière sont bien plus importantes et efficaces que celles des acteurs classiques d'alors qui jouaient petit bras en France. Et d'autres arrivent : les Américains ne sont plus seuls !

De plus, les consommateurs se sont aussi laissés convaincre (par eux !) qu'il leur fallait impérativement se doter d'ordinateurs, puis de smartphones, qui se sont révélés de formidables outils d'intrusions et d'intox, touchant en premier les jeunes. Et cela a vraiment changé la donne, amplifiant les dérives que l'on critiquait déjà en 2006. On n'est plus chez soi !

Mais voyons cependant le verre à moitié plein : il est toujours possible de ne pas être les otages du système. Cela demande du bon sens, et des résolutions drastiques dans son comportement. Cependant, ne rêvons pas : la cuirasse absolue contre les intrusions et les tentations n'existe pas.

Bon courage !

Jean-Pierre Rochette

Consommateur heureux ?

J'étais un consommateur, libre et fier de l'être, dans un pays encore heureux où l'on trouve tout ce que l'on veut, où on a le choix des modèles, des couleurs, des prix, et où le problème principal consiste souvent à se décider.

J'étais l'objet de nombreuses attentions : on me proposait souvent des réductions personnalisées, on récompensait ma fidélité par des tickets, des points, des cadeaux, des promotions spéciales. Je pouvais même gagner éventuellement, « sans obligation d'achat », un voyage aux Baléares, un écran plat ou un lecteur DVD !

De grands organismes de crédit étaient prêts à financer aux meilleures conditions mes coups de cœur, sans dossier administratif compliqué...

J'étais heureux, en somme.

Il y a quelque temps, mon voisin, conseiller à l'UFC-Que Choisir, m'a expliqué que, de consommateur béat, j'étais devenu une cible type : un être solvable et confiant qu'il convenait de convaincre, par tous les moyens, d'acheter tel ou tel produit ou service, nouveau ou non, utile ou non, et que je me prêtais de bonne grâce à ce rôle.

Il m'a montré que les services marketing-communication des entreprises étaient maintenant des organes très importants en termes de budgets et d'effectifs et que leurs coûts pouvaient dans certains cas dépasser le coût industriel des matériels vendus, ce qui m'a sidéré. Il m'a indiqué aussi que la tendance lourde était de chercher à bien mieux connaître les clients potentiels, pour concentrer les moyens d'action sur leurs goûts et penchants personnels. Mon bonheur, bien théorique, a été douché !

Je croyais que la publicité directe dans les journaux, l'affichage, à la radio ou à la télévision étaient

le vecteur principal déclenchant l'acte d'achat. J'ai découvert que les méthodes publicitaires allaient en fait bien plus loin !

Le sport (les sports, en fait, amateurs ou professionnels) est aujourd'hui entièrement colonisé par le sponsoring, qui dicte ses lois pas toujours honnêtes à coup de milliers ou de millions d'euros, à condition que les marques soient toujours bien mises en avant...

Les manifestations "culturelles" ne semblent plus devoir vivre autrement que truffées de pubs de toutes natures, et de subventions intéressées.

Plus problématique : je croyais avoir conservé, dans mes achats, un vrai libre arbitre, et un anonymat qui me permettait de ne pas tomber trop facilement dans les pièges à gogos.

Ce n'était plus le cas, en fait : je me suis aperçu que je recevais nombre de courriers personnels, de propositions téléphoniques, de mails, le tout très ciblés, et émanant de sociétés très au courant de mes goûts et habitudes, de mes équipements, de mes moyens de paiement, etc. Il est vrai que j'avais parfois répondu à des enquêtes de consommation, a priori banales, que j'avais fait quelques jeux-concours, et que je disposais de cartes de

crédit-magasins, et de cartes de "fidélité". Probablement tout cela avait-il été dûment répertorié dans des ordinateurs, ce qui explique que je sois effectivement devenu une cible potentielle référencée...

Rien de répréhensible dans tout cela, malgré tout : à aucun moment je n'ai été vraiment contraint par qui que ce soit... Encore que, dans certains cas, il y avait pression, si je réfléchis bien, surtout par téléphone !

Je sais qu'aujourd'hui, une entreprise qui ne sait pas promouvoir et vendre efficacement ses produits, même s'ils sont excellents, mourra très vite au profit d'une autre qui sait le faire. Je le comprends bien.

Mais...

Mais je n'ai plus envie d'être un mouton ou un pigeon, d'être agressé quand je n'en ai pas envie, et surtout quand je n'en ai pas besoin.

Je considère que je sais trouver l'information qu'il me faut de ma propre initiative, je sais comparer les rapports qualité-prix, sur Internet ou ailleurs.

Alors, j'ai décidé, sachant tout cela, de modifier juste un peu mes habitudes, même si cela déplaît aux banquiers ou aux services marketing.

Je m'exercerai à repérer les promotions-bidon, les concours-arnaques, les chèques-cadeaux, les questionnaires indiscrets, même par téléphone, je les ferai connaître à mon entourage, et bien sûr, je ne répondrai pas à ces provocations.

Je freinerai aussi à l'utilisation des cartes magnétiques miraculeuses, et dénoncerai haut et fort les abus et les fausses promesses.

Moyennant quoi, je crois pouvoir encore rester un consommateur heureux et responsable, et cela me convient bien.



Énergie : qui fait quoi, aujourd'hui ?

Il y a une dizaine d'années, les consommateurs moyens que nous sommes ne se posaient pas de questions quant aux principaux fournisseurs d'énergies réseau auxquels ils étaient abonnés depuis toujours : EDF pour l'électricité, GDF pour le gaz. Ces deux entités, très cousines d'ailleurs, étaient en situation de monopole, et pratiquaient des tarifs réglementés décidés par l'État. Pas le choix !

Aujourd'hui, après une ouverture à la concurrence, le tableau a changé : il y a maintenant plusieurs fournisseurs, les tarifs sont donc libres. Mais il existe toujours un seul distributeur pour chaque énergie. Essayons d'y voir clair :

Pour l'électricité

EDF existe encore (avec de l'ordre de 85 % du marché), mais n'est plus que producteur d'électricité, utilisant pour cela ses centrales à fioul, à gaz ou nucléaires, et une partie des barrages hydrauliques. Il met sur le réseau les kilowatt-heures qu'il produit et vend aux consommateurs.

Il est le seul à pouvoir proposer encore les tarifs réglementés, en plus des tarifs libres.

Mais EDF n'est plus en situation de monopole : une dizaine d'autres fournisseurs "alternatifs" proposent également des contrats, l'énergie n'étant pas obligatoirement produite par eux. Ils sont alors négociants, et proposent des tarifs libres en fonction des volumes et tarifs d'achat qu'ils auront pu obtenir sur le marché.

Tous, cependant, doivent faire passer leurs kWh (qui sont les mêmes en tout point) par un double réseau de distribution, le plus souvent en situation de monopole d'État :

- RTE (réseau de transport très haute tension) gère l'approvisionnement des régions à partir des gros points de production, et des liaisons avec l'étranger, veillant en particulier au maintien de la tension générale du réseau et de sa fréquence en adaptant en permanence la production et la consommation. L'électricité ne se stocke pas !
- ENEDIS (réseau domestique, essentiellement basse tension, qui part des transformateurs de RTE, et va jusqu'au compteur individuel). Les coûts d'investissement, de modernisation et d'entretien du réseau global, des dispositifs de comptage aussi, sont facturés aux fournisseurs, au tarif unique du monopole, ils sont répercutés ensuite sur le client final.

Pour le gaz

C'est un peu la même organisation : GDF, devenue ENGIE, ne s'occupe plus du réseau, mais vend au client final du gaz essentiellement acheté sur le marché (il n'y a que très peu de production de gaz en France, même si la méthanisation se développe un peu).

À noter que ENGIE a encore la possibilité de proposer le tarif réglementé, en plus de ses tarifs libres.

La concurrence est là, encore plus ouverte : plus de 20 fournisseurs "alternatifs" sont arrivés, avec des tarifs souvent très

attractifs, s'approvisionnant en général à l'étranger sur les marchés spot, et ont grappillé en volume plus de 55 % du marché.

Là aussi, tous font passer leur gaz (en fait, c'est le même partout) par un seul réseau de transport et de distribution, pour partie en monopole d'État, géré par GRTgaz et Terega pour le transport et le stockage (le gaz se stocke dans des cavités souterraines), et par GRDF, qui a conservé son nom, et qui dessert les particuliers jusqu'à leur compteur individuel. Les coûts d'investissements et d'entretien des réseaux sont aussi facturés au tarif unique du monopole, aux fournisseurs qui les répercutent sur le client final.

Ce qu'il faut savoir, pour un consommateur non professionnel

Son contrat d'achat d'énergie est passé avec le fournisseur, qui déterminera avec lui la puissance souscrite et les tarifs de facturation, établira les factures et recevra les règlements : un seul interlocuteur, qui, donc, en cas de litige fait son affaire des relations avec les distributeurs.

À noter que le montant d'une facture, même présentée différemment, se divise en moyenne en 3 parties de valeurs proches : 1/3 pour le coût de l'énergie consommée (tarifs pouvant varier d'un mois à l'autre), 1/3 pour les coûts de réseau, dont abonnements (1 à 2 modifications annuelles), 1/3 pour les différentes contributions et taxes, basées sur les deux premiers.

Les distributeurs (ENEDIS ou GRDF) n'interviennent qu'à la demande des fournisseurs pour les travaux sur lignes, branchements, relevés de compteur, ou incidents techniques. Ils sont les seuls, avec leurs sous-traitants éventuels, à être sur le terrain.

Tous les fournisseurs sur réseaux doivent être agréés par la Commission de régulation de l'énergie (CRE)

Ils peuvent éventuellement vendre plusieurs types d'énergie : comme les nouveaux arrivants "alternatifs", EDF ou ENGIE, par exemple, peuvent vendre de l'électricité et du gaz. Chacun peut avoir sa propre formule de tarification, de facturation et de mode de règlement.

Les relevés d'index des compteurs, permettant les facturations à la consommation, doivent contractuellement être réalisés au moins une fois par an, sous la responsabilité des distributeurs qui gèrent les compteurs (lesquels n'appartiennent pas au client, mais aux collectivités locales !). Sauf à disposer des compteurs du type Linky ou Gazpar, qui communiquent électroniquement les index, les clients doivent donc permettre l'accès au compteur sur demande. Ce qui n'empêche en rien la possibilité d'avoir des facturations mensualisées ou des déclarations volontaires d'index par les clients eux-mêmes.

En conclusion

Les changements ont donc eu lieu surtout dans l'organisation de ces services, et n'ont pas influé fondamentalement sur la relation avec les clients, quoi qu'on en pense. L'énergie qui passe dans les tuyaux ou les câbles est la même partout, et reste très contrôlée.

L'ouverture à la concurrence, très largement répandue dans les autres pays d'Europe, a permis de bénéficier de tarifs plus intéressants que les anciens tarifs officiels. Nous avons pu en faire l'expérience avec les opérations enchères de l'UFC-Que Choisir ! Cependant, des différences de nature de contrats, de qualité des services commerciaux existent, et doivent peser dans les choix.

En outre, concurrence ou non, il y a de fortes chances de voir les tarifs augmenter sensiblement dans l'avenir, quel

que soit le fournisseur : les influences écologiques, géopolitiques et fiscales seront de plus en plus fortes.

La nécessaire recherche d'économies d'énergie sera facilitée à l'avenir par des possibilités de télécommander certains équipements de la maison, et un accès plus facile aux index de comptage, soit en interne, soit par Internet.

Ne soyons cependant pas trop naïfs : les économies passeront d'abord par une meilleure isolation thermique des logements, des matériels moins gourmands, et une modification des comportements des clients, qui devront se sentir plus responsables. Vaste programme !

Jean-Pierre Rochette

L'électricité et l'avenir des taxes

Sous couvert de transition énergétique, respectable en soi, nous assistons à une formidable et très coûteuse campagne de promotion des énergies renouvelables, électriques en particulier.

Elle débouche, notamment, sur des incitations fortes à modifier ses habitudes en matière de consommation d'énergie dans le bâtiment et d'utilisation de la voiture. De nombreux pans de l'industrie et du commerce sont concernés, et des investissements importants sont consentis par les ménages pour des résultats incertains, selon les sondages de l'UFC-Que Choisir.

Nous nous posons cependant quelques questions sur l'avenir.

En effet, il est bien connu que, malgré leur aversion affichée vis-à-vis de la pollution de l'air liée aux rejets automobiles, nos gouvernants restent particulièrement friands des recettes prélevées sur l'essence ou le gazole, qui représentent une manne énorme.

Ces recettes, sous forme de taxes, TICPE (taxe intérieure de consommation sur les produits énergétiques) et TVA, représentent près des 2/3 du prix du carburant à la pompe, et contribuent à réduire en partie le déficit chronique du budget de l'État, une fraction conséquente étant toutefois affectée en principe à l'entretien des infrastructures routières, à la transition énergétique et au fonctionnement des collectivités locales.

Mais avec le développement des voitures électriques, que vont devenir ces fondantes recettes ?

L'État va-t-il se restreindre dans ses dépenses, ce qui serait nouveau, ou va-t-il compenser en créant de nouvelles taxes sur l'électricité, donc augmenter encore le prix du kilowatt-heure, ou augmenter les impôts en général, y compris pour ceux qui n'ont pas de voiture ?

Rappelons, pour pimenter la question financière, que le ministère de la Transition écologique et solidaire a fait entériner par la loi le besoin d'installation de 7 millions de bornes

de recharge d'ici 2030. Une paille...

Autre sujet : la réduction de l'énergie consommée à domicile.

Les mesures fiscales encourageant l'isolation thermique sont effectivement les bienvenues, et devraient normalement se traduire par une moindre consommation de fioul domestique, de gaz ou d'électricité.

La promotion du photovoltaïque et surtout plus récemment de l'autoconsommation, même si l'intérêt financier global pour le particulier n'est pas évident, débouche également sur un moindre appel d'énergie électrique sur le réseau, donc globalement sur une moindre participation à l'entretien du réseau, et donc sur une moindre collecte de taxes, qu'elles s'appellent CSPE (contribution au service public de l'électricité) – près de 7 milliards d'euros cette année, mais aussi CTA (contribution tarifaire d'acheminement) ou TVA, le tout représentant à ce jour près de 60 % du prix payé par l'abonné.

Comment l'État va-t-il compenser, là aussi, ce manque à gagner ?

Les réponses sont éminemment politiques.

Mais il est certain que les consommateurs, ou les contribuables (les mêmes, en général !), qu'ils aient pu ou non bénéficier de subventions et de crédits d'impôts destinés à réduire leurs consommations d'énergie, devront combler les pertes de revenus de l'État.

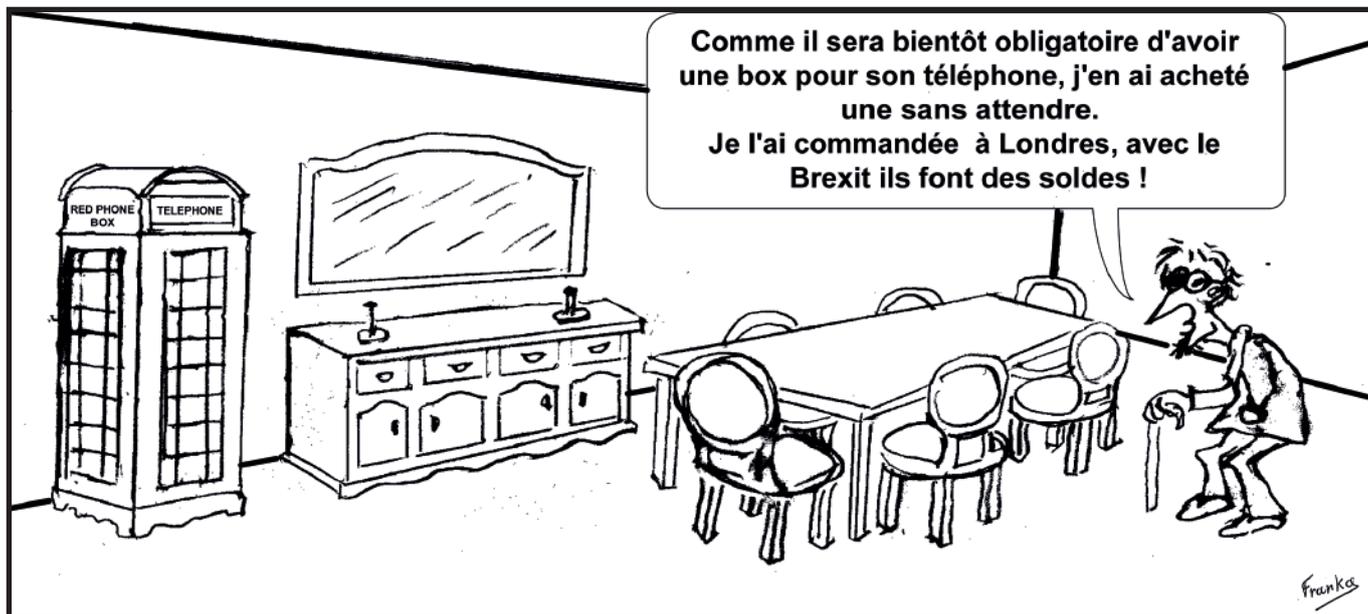
Des hausses de taux ou de tarifs sont donc à prévoir, indépendamment des augmentations liées aux matières premières, l'État n'y pouvant rien, mais aussi à la mise en application progressive de nouvelles taxes dites incitatives comme la taxe carbone.

À méditer.

Jean-Pierre Rochette



Téléphonie : arrêt du RTC



Orange nous communique les informations suivantes au sujet de la fin programmée du téléphone fixe

Le RTC (pour Réseau Téléphonique Commuté) est une technologie utilisée en France depuis les années 70 pour acheminer les communications téléphoniques fixes sur le réseau cuivre (le service de téléphonie fixe). Cette technologie arrive en fin de vie. Cela ne signifie pas la fin du cuivre (attention à ne pas confondre le support physique : ici le cuivre, et la technologie : le RTC) ; et ceci même si par ailleurs, de manière concomitante le support fibre se développe sur le territoire.

Pour continuer d'offrir un service de qualité pour les appels sur les lignes fixes (le service de téléphonie fixe), Orange généralise progressivement la technologie Voix sur IP (VoIP), une technologie devenue le standard mondial de communication.

Afin d'accompagner cette transition en douceur pour les clients, l'arrêt de la technologie RTC se déroulera en deux temps :

- à partir du 15 novembre 2018, Orange cessera de commercialiser de nouvelles lignes RTC. Si un client ouvre une nouvelle ligne fixe après cette date, Orange lui fournira le service téléphonique fixe sur VoIP (sur une ligne avec un support physique cuivre ou fibre) grâce à un boîtier Orange. Ces clients bénéficieront donc toujours d'un service téléphonique fixe (et uniquement d'un service téléphonique fixe, s'ils ne souhaitent pas d'autres services comme un accès Internet par exemple).

C'est par ailleurs une 1ère étape sans conséquence pour les clients bénéficiant actuellement d'une offre de téléphonie fixe RTC qui continueront à appeler depuis leur ligne RTC pendant au moins 5 ans encore sauf en cas de déménagement. La communication fixe passera toujours par la ligne cuivre sauf si le client décide de passer à la fibre.

- la 2ème étape débutera au plus tôt fin 2023 : la technologie RTC sera progressivement remplacée par la technologie voix sur IP par zone géographique. Orange accompagnera

ses clients dans le choix d'une solution VoIP répondant à leurs besoins.

Il est important de savoir :

- que la technologie VoIP est déjà utilisée, depuis fin 2016, par plus de 27 millions de clients en France tous opérateurs confondus (source ARCEP) : les clients utilisant un service de téléphonie fixe depuis une box ;
- qu'Orange fournit déjà des clients ne bénéficiant que du service de téléphonie fixe (sans autres services tels qu'accès Internet, TV, etc....) sur support autre que le cuivre via la technologie VoIP c'est-à-dire avec un boîtier (pour les immeubles neufs équipés seulement de fibre par exemple). Ces clients bénéficient du même service de téléphonie fixe au même prix que les clients d'une offre dite RTC (c'est-à-dire d'une offre de service de téléphonie fixe sur support cuivre avec la technologie RTC).

La fin du RTC n'est donc ni la fin du service de téléphonie fixe, ni la fin du cuivre, ni la fin de la prise murale téléphonique cuivre (le « T » inversé).

6 points importants :

- non, la fin du RTC n'est pas la fin de la téléphonie fixe ;
- non, la fin du RTC n'est pas la fin du cuivre ;
- non, la fin du RTC ce n'est pas pour 2018 ;
- non, la fin du RTC n'impose pas de souscrire à une offre d'accès Internet si l'on n'en veut pas ;
- non, la fin du RTC n'est pas une baisse de qualité de service ;
- non, la fin du RTC n'est pas uniquement le choix d'Orange.

Notre conseil

Il ne faut pas se laisser impressionner par des démarcheurs qui, prétextant cette suppression, et agitant le risque de se retrouver sans téléphone, feraient souscrire des abonnements inutilement onéreux à des personnes par ailleurs nullement intéressées par un accès Internet.

Question de Madame Diane S. de Pontcharra-sur-Turdine

« Comment se fait-il que d'une pharmacie à l'autre les prix de certains médicaments soient différents ? »

Notre réponse

D'une pharmacie à l'autre, les écarts de prix peuvent être très importants. Si le tarif des médicaments remboursables par l'assurance maladie est fixe, vous pouvez faire jouer la concurrence sur le prix des médicaments qui ne le sont pas. C'est même recommandé.

Question de Monsieur Lucien P. de Lyon 3e

« Quelles sont les pièces que peut exiger un bailleur avant la signature d'un bail de location ? »

Notre réponse

Afin d'éviter les abus, la loi précise les documents qu'un bailleur peut vous demander :

- une pièce d'identité ;
- une pièce justificative de domicile récente ;



- un ou plusieurs documents concernant votre activité ;

- un justificatif de vos ressources (bulletin de salaire – avis d'imposition).

Le bailleur peut exiger que vos revenus soient équivalents à trois fois le montant mensuel du loyer.

Question de Madame Maryse D. de Villeurbanne

« Comment se fait-il que nous n'ayons pas eu connaissance cette année de la campagne "Énergie moins chère ensemble" ? »

Notre réponse

Cette opération lancée pour la première fois en 2013 n'est pas une campagne annuelle mais dépend du contexte des marchés de l'énergie.

Il n'est pas à exclure qu'il y en ait une l'an prochain en fonction de la conjoncture.

En attendant, nous vous conseillons d'utiliser le comparateur indépendant et gratuit des offres d'énergie de Choisir en ligne, afin de connaître l'offre la plus attractive pour vous au vu de votre profil de consommation.

NOS ADHÉRENTS ONT GAGNÉ

■ Après avoir été locataire de son appartement pendant 9 ans, M. Attila D. de Lyon 3e déménage, et lorsqu'il reçoit le décompte du solde locatif il constate que la Régie immobilière 3F lui facture 2 830 € de frais de remise en état des peintures et tapisseries ; malgré ses contestations le bailleur refuse de revoir cette facturation bien que le comparatif des états des lieux entrant et sortant ne justifie pas des travaux d'une telle ampleur.

Suite à l'intervention de l'association, reprenant point à point les états des lieux, et soulignant que, sauf quelques déchirures, la plupart des différences d'usure des peintures et papiers peints correspondent à un usage normal pour une durée d'occupation de 9 ans, la régie ramène la facture à 676 €.

■ Suite à une erreur de relevé d'index intervertissant les heures pleines et les heures creuses lors de la mise en service de son contrat, Mme Anne M. d'Orlienas se voit surfacturer sa consommation électrique, et peine à obtenir la correction de cette erreur qui nécessite que son fournisseur adresse une demande de rectification au distributeur Enedis.

Suite à l'intervention de l'association, les index ont été corrigés et une facture de régularisation a été établie pour notre adhérente.

■ M. Roland R. de Beynost confie sa voiture à un garagiste indépendant pour le remplacement du mécanisme d'embrayage. Lorsqu'il récupère son véhicule, après avoir réglé une facture de 1 750 €, il s'aperçoit que le nouvel embrayage broute à certains régimes. Il consulte alors le chef d'atelier d'un concessionnaire de la marque qui lui explique que l'embrayage est mal monté et qu'il faut reprendre la réparation. Mais malgré cet avis compétent le réparateur refuse de reprendre le véhicule pour mettre

les choses en ordre, assurant que pour lui tout le montage est correct.

L'association met M. R. en relation avec son expert auto partenaire, qui provoque une expertise contradictoire confirmant les défauts, devant laquelle le garagiste doit s'incliner et refaire gratuitement la pose de l'embrayage.

■ Mme Constance T. de Millery a acheté sur le marketplace de Cdiscount un filtre anti-reflets 3M pour le moniteur de son ordinateur, vendu par la société WEN-PLACE. N'étant pas satisfaite elle renvoie cet article en colissimo, dans les délais et selon la procédure de retour prévus par les conditions générales de vente. Mais elle ne reçoit pas le remboursement, et au contraire le vendeur conteste avoir reçu le colis.

Suite à l'intervention de l'association, s'appuyant sur une attestation de délivrance du colissimo demandée à La Poste, l'achat a bien été remboursé à notre adhérente.

■ En janvier 2018, M. David R. de Lyon 8e réserve sur le site internet Go Voyages 5 places sur le vol Lyon-Séville du 6 mai 2018. Le 4 mai, soit 2 jours avant le départ, la compagnie Vueling Airlines l'informe par courriel que ce vol est annulé, ce qui l'oblige, étant pris de court, à annuler son voyage. Il demande alors le remboursement des billets, mais il se voit opposer un refus.

Suite à l'intervention de l'association, rappelant que pour un vol sec le code du tourisme précise que la responsabilité de la compagnie est engagée dans de telles circonstances, et que le remboursement des billets doit intervenir dans un délai de 7 jours, le montant de la réservation est restitué à notre adhérent.

PCA

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

1, rue Sébastien Gryphe
69007 LYON

Ont participé à ce numéro :
Arlette Baisat, Michel Boutard, Franka Fregonara,
Michel Fregonara, Pierre Layes, Dominique Reynaud,
Jean-Pierre Rochette, Chantal Roleau

Réalisation & Impression : DACTYLO PRINT - 9 rue S. Gryphe 69007 Lyon - © Fotolia - Freepick
Tirage : 2 000 exemplaires - Dépôt légal : Décembre 2018 - 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° 158 - Décembre 2018
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 - Fax 04 72 71 85 82

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

LYON

1, rue Sébastien Gryphe - 69007 Lyon

(métro Saxe-Gambetta)

Téléphone : 04 78 72 00 84

Fax : 04 72 71 85 82

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 de 9 h à 12 h

et le vendredi de 8 h 30 à 12 h

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 OU S'ABONNER AU PCA

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

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

- | | |
|--|------|
| <input type="checkbox"/> Adhésion étudiant (sur présentation carte)..... | 20 € |
| <input type="checkbox"/> Adhésion + PCA..... | 36 € |
| <input type="checkbox"/> Adhésion simple..... | 30 € |
| <input type="checkbox"/> PCA seul..... | 6 € |
| <input type="checkbox"/> Réadhésion dans les 3 mois..... | 28 € |
| <input type="checkbox"/> Réadhésion avec PCA dans les 3 mois..... | 34 € |
| <input type="checkbox"/> Adhésion de solidarité..... | 10 € |
- (bénéficiaires de la prime d'activité ou chômeurs non imposés)

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