

Le Consommateur du 95

Association locale UFC Que-Choisir
de la Vallée de Montmorency



Haro sur les marges !

J'achète pas cher au producteur et je vends cher au consommateur !

Face aux abus,
un coefficient multiplicateur maximal s'impose !

SOMMAIRE

- **Editorial**
 - L'anglais des arnaqueurs !
- **Position, action**
 - Haro sur les marges !
- **Informations**
 - Comparaisons abusives
 - Adresses (Internet) utiles pour :
 - rappels de produits
 - arnaques
 - M. Godde, muté dans le Nord
- **Litiges du trimestre**

L'anglais des arnaqueurs !

édito

Dans un courrier que nous avons reçu (voir page 2), il est noté : «*l'emballage, le conditionnement et le packaging*». Packaging ? Définition : le packaging est constitué de l'emballage et du conditionnement d'un produit ! Mon problème n'est pas que le mot soit écrit en anglais car au delà des snobs qui pensent ainsi se montrer supérieurs et des médiocres qui se donnent l'illusion de savoir quelque chose, de l'anglais, on en trouve partout, même chez les exportateurs des produits "chics" français !

Ce qui me gêne, c'est que, dans ma vie professionnelle comme dans ma vie de consommateur, lorsqu'on me sert quelques mots d'anglais dans une présentation, c'est souvent pour cacher une incompétence notoire, un manque de connaissance du sujet ou, une arnaque qu'on me prépare !

Aussi, les pubs, les explications, les incitations saupoudrées d'anglais, me font fuir. Mais vous n'êtes pas obligés de me suivre...

Raymond CIMA

Haro sur les marges...

Suite à une enquête de prix, à laquelle nos bénévoles locaux ont participé, avec d'autres associations locales de l'UFC Ile de France, nous avons adressé un courrier à plusieurs enseignes enquêtées. La question était de savoir comment ils calculaient leurs marges sur 3 produits : escalopes de poulet, côtes de porc et brique de lait 1/2 écrémé.

Pourquoi ces produits ? Car il s'agit de produits peu transformés, dont la matière première agricole constitue une part prépondérante.

Une seule enseigne, CARREFOUR, a localement, au moins fait l'effort de nous répondre !

«Nous faisons suite à votre courrier en date du 10-11-09, par lequel vous nous interrogez sur la formation des prix de certains produits alimentaires bruts ou peu transformés vendus dans notre magasin (...)

Pour répondre à votre interrogation concernant les prix des produits vendus dans notre magasin, nous tenons à vous apporter quelques précisions utiles sur la composition du prix final d'un produit.

Contrairement à certaines idées reçues, le gain pour le distributeur ne se résume pas à sa marge brute, c'est-à-dire à la différence entre le prix d'achat au fournisseur et le prix de vente au client.

De nombreux postes de coût s'ajoutent en effet au prix d'achat payé au fournisseur, et ont un impact sur le prix de vente final :

- l'emballage, le conditionnement et le packaging
- le transport et la logistique entrepôt,
- la casse et la démarque,
- les frais de personnel,
- les frais généraux,
- les investissements et amortissements,
- les loyers,
- les impôts et taxes.

Enfin, concernant votre demande d'information sur les trois produits mentionnés dans votre courrier, nous demeurons bien entendu à votre disposition pour discuter du relevé de prix que vous avez effectué dans notre magasin.

Nous vous remercions de bien vouloir nous en adresser une copie, afin de préparer au mieux notre rencontre. (...)»

Nous n'avons pas encore donné suite à cette invitation car le constat est clair et résumé ci-dessous.

Enquête et action réalisées par les bénévoles Ile de France de :

UFC QC NORD ET OUEST 77
UFC QC COULOMMIERS
UFC QC HOUILLES
UFC QC RAMBOUILLET
UFC QC VAL DE SEINE 78
UFC QC VERSAILLES
UFC QC VAL D'ORGE
UFC QC 92 SUD
UFC QC 92 NORD
UFC QC 93 SUD
UFC QC CRETEIL ET SA REGION
UFC QC VALLEE MONTMORENCY

A la production En rayons

Volaille	
2,11€/kg	11,60€/kg
Porc	
1,34€/kg	6,74€/kg
Lait	
0,29€/l	0,77€/l

« L'effet cliquet »

Les intermédiaires et les distributeurs profitent des hausses pour augmenter leurs prix et des baisses pour accroître fortement leurs marges.

Le "cliquet anti-retour" empêche les prix de descendre.

(Problème analogue dans la restauration qui n'a pas, ou si peu, répercuté la baisse de la TVA).

L'UFC régional Ile de France a décidé de saisir les parlementaires en leur demandant de préserver le pouvoir d'achat des franciliens en instaurant un coefficient multiplicateur maximal à tous les produits bruts ou peu transformés.

On nous prend pour des CONSOMMATEURS...

Evolution des prix depuis 1992.

En quinze ans le prix du lait a baissé de 5% chez les producteurs et a augmenté de 22% en grandes surfaces ; le prix du porc a baissé de 26% chez les producteurs et a augmenté de 25% dans les rayons ! Cherchez l'erreur !

Des litiges !

Banque Opposition ou révocation ?

Un de nos adhérents l'a vécu à la BNP, d'autres associations locales UFC en parlent (Provence Info, par exemple). Il nous a donc paru important de vous mettre en garde.

Vous êtes nombreux à avoir opté pour un prélèvement automatique (Impôts, téléphone, électricité, etc.), très pratique puisque d'une part il évite les "oublis" et soucis qui en découlent et que, d'autre part, votre compte est débité régulièrement, à une date précise, connue largement à l'avance. De plus, lorsque vous avez un litige avec celui qui doit effectuer le prélèvement, il vous suffit d'en informer votre banque et le prélèvement cesse. Mais attention à ce que vous demandez à votre banque : opposition ou révocation ?

Révocation : votre banque n'a définitivement plus de mandat, votre prélèvement automatique n'existe plus.

Opposition : votre banque a toujours un mandat de prélèvement, il n'est que suspendu temporairement. Et cette suspension est payante contrairement à la révocation qui ne l'est pas dans de nombreuses banques (BNP par exemple).

Or, Mme D. (Ermont) avait demandé une révocation (gratuite) à sa BNP, transformée en opposition (payante). Son insistance, dans ses réclamations, lui a permis de récupérer les frais qui lui avaient été injustement prélevés. Ainsi, vérifiez vos conventions de comptes et n'hésitez pas à exiger le remboursement d'une prestation qui n'y figure pas.

A vos Contrats !...

Société Générale Où est passé l'argent ?

Un de nos adhérents M. R. (Taverny) a fait virer 5000€ sur un compte en Algérie, ce qui lui a coûté 37,91€ de frais pour un service "rapide".

Attention aux "comparaisons" abusives

Nous n'avons sélectionné que des produits qui existent, des exemples réels. Et la liste n'est malheureusement pas exhaustive...

Lisez la suite et vous pourrez mener vous-même l'enquête sur l'utilisation abusive de l'image des fruits sur les emballages.

« RICHE EN FRUIT »

Lisez l'étiquette et vous vous apercevrez peut-être qu'il n'y a que 7% de fruits dans ce produit.

« PLUS 16% DE FRUITS »

Mais par rapport à quoi ? Pour le savoir, lisez l'étiquette et vous vous apercevrez peut-être qu'il n'y a que la valeur de 2 fraises dans l'ensemble du paquet.

« 3 FOIS PLUS DE FRUITS »

Lisez l'étiquette et vous vous apercevrez peut-être qu'il n'y a que 5% de fruits dans le nouveau produit. Combien en contenait l'ancien ?

Plus 10%, moins 20%, plus de saveur, moins de sucre... ça ne veut rien dire sauf qu'on cherche à nous arnaquer. Pourquoi ne pas boudier les marques qui emploient de telles publicités et... le leur faire savoir !

Jacqueline DARGNAT

Un mois plus tard l'argent n'était toujours pas arrivé à destination, mais n'était plus sur son compte depuis bien longtemps !

A ses interrogations on lui aurait répondu que, la frontière passée, ce n'était plus le problème de la Société Générale.

A nos interrogations on ne nous a rien répondu ! Il nous reste à saisir le médiateur de cette banque, une certaine Mme Scrivener...

Affaire à suivre...

CAMIF vit encore...

Cette société, bien connue des enseignants, a mis la clef sous la porte depuis quelque temps. Mais, avant, elle semble avoir fait des tas de petits : CAMIF Untel, CAMIF Machin, etc. Une adhérente, Mme P. (Andilly) possède une "carte CAMIF" pour laquelle on continue de lui retirer 5,5€

chaque année. Personne n'a encore réussi à identifier clairement le bénéficiaire de ces 5,5€.

Nous ne pouvons donc que lui conseiller de révoquer ce prélèvement automatique... après avoir lu le premier "litige" relaté dans cette page !

Monsieur Michel GODDE a été muté dans le Nord !

Vous êtes nombreux à avoir bénéficié des conseils et des résolutions de litiges que notre ami Michel Godde a généreusement dispensé, pendant plusieurs années, aux consommateurs venus le consulter à notre permanence.

Nous souhaitons, à cet ami efficace, victime des délocalisations industrielles, de trouver à sa nouvelle adresse une Association Locale UFC d'accueil.

Adresses utiles

www.rappelsproduits.fr

Rassembler l'ensemble des opérations de rappels lancées par les fabricants et les distributeurs, dans une présentation claire et accessible : tel est l'objectif de ce site.

Il permet d'améliorer l'information des consommateurs sur les produits présentant des risques.

Grâce à une simple inscription de son adresse courriel, le consommateur est informé gratuitement des derniers rappels de produits.

Ce site rassemble les données jusqu'à présent dispersées entre les sites des fabricants et ceux d'associations de consommateurs.

Source : *La lettre de la commission de la sécurité des consommateurs de mai 2009.*

Nos collègues de l'association Réseau anti-arnaques, partenaire de l'UFC-Que choisir, viennent d'ouvrir leur site web

www.arnaques-infos.org

Le Réseau anti-arnaques recense et étudie toutes les offres trompeuses qu'on lui signale. Ce n'est malheureusement pas demain qu'il aura fini de travailler ! D'autant plus que le ministère des finances est en train de remanier en profondeur les Directions de la Concurrence et de la Répression des Fraudes. Traduisez "remanier" par "quasiment supprimer"...

Loi N° 90-1259 du 31/12/90 publiée au J.O. le 5/1/91

Cette loi portant réforme de certaines professions judiciaires et juridiques traite dans son article 26 des consultations données par les associations de consommateurs. **Il en ressort que les conseils à caractère juridique doivent être exclusivement limités aux adhérents.**

BULLETIN D'ADHESION-READHESION ABONNEMENT-REABONNEMENT

Si vous êtes adhérent, ou si vous souhaitez adhérer à l'UFC Vallée de Montmorency, adressez votre chèque à l'ordre de l'UFC au Centre Culturel du Forum 95210 ST GRATIEN

NOM.....

ADRESSE.....
.....

• Don :.....

• Adhésion 1 an : première année : 28€ ; réadhésion : 23€

Par notre intermédiaire, vous pouvez prendre aussi un premier abonnement à "QUE CHOISIR" à tarif réduit :

• 11 numéros + 4 hors série : 49€ au lieu de 62€. **PROFITEZ-EN !**

LE CONSOMMATEUR DU 95 est édité par l'UFC-QUE CHOISIR de la Vallée de Montmorency

Centre Culturel du Forum
95210 SAINT GRATIEN
Association régie par la loi de 1901

Courriel : I953@ufc-ul.org
Internet : www.ufc-ul.org

Direction: M. CIMA

Trésorerie: Mme DARGNAT

Secrétariat: M. FOUCHÉ

Litiges: Mme CIMA
Mme MAAREK

Enquêtes M. BECAM
M. PLATTEAU
M. VAU

Dépôt légal à parution
Numéro tiré à 600 exemplaires par nos soins
Abonnement un an (4 numéros): 4 €
Gratuit pour les adhérents à jour de cotisation

PERMANENCES LITIGES

Au Centre Culturel du Forum (Saint-Gratien) tous les jeudis de 19h à 19h30 (sauf vacances scolaires)

Attention !
Notre téléphone n'est qu'un "répondeur", NON enregistré.



Êtes-vous aussi
abonnés à
"Que Choisir" ?