



N° 129 - 1 €  
2° Trimestre 2013  
ISSN 0292-1146

UNION FÉDÉRALE DES CONSOMMATEURS

# Le Consommateur du 95

Association locale UFC Que-Choisir  
de la Vallée de Montmorency

## Centres de bronzage

Quand, plusieurs semaines durant, le soleil ressemble à celui de la photo ci-contre, certains d'entre vous se précipitent vers les centres de bronzage. Ont-ils des chances d'être bien informés ? Pas spécialement !

Notre association locale a participé à une enquête nationale en allant visiter quatre centres et instituts de beauté de notre région. L'enquêtrice souhaitait prendre quelques séances d'UV avant ses vacances au soleil.

2 centres lui ont dit que les séances préparaient la peau à une exposition solaire (scientifiquement non exact) ; ils ont tous spontanément passé sous silence les types de dangers auxquels exposent les séances en cabines, dangers évoqués par la communauté scientifique :

Cancers cutanés, affaiblissement temporaire des défenses immunitaires, vieillissement prématuré de la peau, inflammation de la cornée, photoconjonctivite, cataracte, addiction (dépendance aux séances comme pour les drogues)...

Tout aussi grave, aucun n'a demandé si l'enquêtrice avait des problèmes de santé (traitements par médicaments



photosensibles contre-indiqués par exemple !). On a la nette impression que la volonté animant ces « professionnels » n'est liée qu'à un seul objectif : vendre ! Alors, si vous êtes tenté en voyant un pâle soleil... méfiance !

### SOMMAIRE

#### -Éditorial

-Résolution des litiges

#### -Informations, prises de position

-Réputation numérique

#### -Enquête

-Centres de bronzage

-Révision automobile

#### -Litiges du trimestre

-Notaires ; La Poste ; Filiassur ;

Banque Populaire ; KGBDEALS

**édito**

### Résolution des litiges

Lorsque vous avez malheureusement un litige, vous pouvez être tenté de nous adresser un courriel ou un courrier postal. C'est une mauvaise idée, car il nous est matériellement impossible de traiter les litiges par courrier ou courriel. En effet, à moins de nous écrire un roman (et encore), vous avez peu de chances de nous donner les éléments précis dont nous avons besoin. Il en résulte donc que nous devons lire vos documents, les analyser, puis vous demander, par courrier ou courriel, les compléments qui nous sont indispensables. Puis lorsque vous avez répondu, nous devons reprendre tout le dossier, l'analyser de nouveau (car, entre temps, d'autres dossiers sont venus faire oublier le vôtre) et enfin le traiter s'il ne manque pas, encore, quelques nouveaux éclaircissements souvent nécessités par votre réponse. Autant dire que le travail sature la bonne volonté de nos bénévoles ; aussi, nous sommes désolés, mais notre Conseil d'Administration a décidé de ne traiter que les litiges des adhérents (être adhérent, c'est la Loi) lors de nos permanences.

**Raymond CIMA**

# Quid de votre réputation numérique ?

Tout comme une entreprise ou une marque, chaque individu a une réputation sur Internet. Votre identité numérique est l'ensemble des informations qui vous concernent circulant sur la Toile, qu'il s'agisse d'un CV en ligne, de photos, de vidéos ou encore d'avis déposés sur des forums. Toutes ces données contribuent à votre e-réputation et vont permettre aux internautes de se faire une idée de qui vous êtes ; alors mieux vaut qu'elles vous ressemblent et véhiculent un message positif car en raison du fort développement du web et de la multiplication exponentielle des sources d'informations en ligne, certains contenus peuvent parfois vous porter préjudice même des années après leur publication. Ne la négligez pas car Internet est une place publique mondiale !

## Commencez par un état des lieux en évaluant votre e-réputation

Pour faire ce diagnostic, tapez vos nom et prénom sur un moteur de recherche. Puis analysez votre « présence numérique » qui équivaut aux résultats obtenus sur les trois premières pages (Il semble en effet qu'en moyenne un internaute s'arrête à la troisième page de ré-

ponses obtenues sur un moteur de recherche). S'agit-il de contenus dont vous aviez connaissance ? Souhaitez-vous les rendre publics ? Quelle image donnent-ils de vous ? Est-ce en adéquation avec l'image que vous souhaitez renvoyer ?

## Construisez votre identité numérique

Définissez l'image que vous souhaitez exposer sur le web. Puis, créez vos propres contenus en les publiant sur le site approprié car même si vous restez discret ou peu actif sur Internet ou encore si vous décidez de ne rien publier sur Internet, ce sont alors les autres qui bâtiront votre réputation en vous citant ou en publiant une image de vous, le risque étant de faire apparaître ce contenu peut être nuisible de façon très marquée. C'est pourquoi, le meilleur moyen de garder le contrôle est de mettre en ligne des contenus que vous aurez choisis ce qui, même si les traces numériques inappropriées ne seront pas effacées, mettra en avant l'image que vous souhaitez donner et fera mécaniquement baisser les réponses les moins valorisantes dans les pages des résultats de recherche. Celles-ci deviendront

alors plus difficilement accessibles et donc moins visibles comme indiqué précédemment... Créez votre communauté en construisant votre réseau de contacts et de références sur Internet, mais considérez Facebook comme votre domicile, Twitter comme une place publique et LinkedIn et Viadeo comme votre bureau permettant à quiconque tapant votre nom dans un moteur de recherche d'appréhender votre image professionnelle. De nombreux portails spécialisés permettent aujourd'hui de construire son e-réputation dans un domaine d'activité précis.

### *Je m'en fiche... je n'ai pas Internet !*

*Nous vous conseillons cependant de lire le texte ci-contre car il vous concerne tout de même, et peut-être encore plus que si vous aviez Internet !*

*En effet, certains malveillants risquent, par exemple, d'écrire des tas de choses peu flatteuses sur vous (et donc de les dire à la Terre entière) sans que vous vous en doutiez.*

*Maintenant, vous saurez que c'est possible et que vous avez quelques moyens de réagir !*

## Protégez-vous en gérant votre réputation numérique !

### Vérifiez vos paramètres de confidentialité

Paramétrez notamment votre compte Facebook dans les rubriques « Paramètres d'identification et de journal » et « Confidentialité », en choisissant l'option « Examiner les publications dans lesquelles vos amis vous identifient avant qu'elles n'apparaissent sur votre journal ».

### Restez vigilant en effectuant une veille régulière

Pour surveiller votre réputation, il existe plusieurs outils. Pour être informé par e-mail de toutes les nouvelles publications associées à votre nom au fur et à mesure de leur apparition sur le web, vous pouvez vous

abonner aux alertes Google. De la même façon, Tweetbeep vous envoie une alerte à chaque fois qu'un tweet est publié sur vous. Enfin, Webmii permet de faire une veille à la fois sur Google, Bing, Facebook et Twitter. Simple, pratique et gratuit !

### Défendez techniquement et juridiquement votre réputation numérique

Si, malheureusement, certains contenus inappropriés sont déjà en ligne et nuisent à votre réputation, vous pouvez en demander la suppression auprès du site qui les héberge en expliquant en quoi leur publication vous nuit. Le responsable du site dispose de deux mois pour vous répondre. En cas de non-

réponse ou de réponse insatisfaisante, vous pouvez adresser une plainte à la CNIL.

Enfin, attention aux homonymes qui peuvent créer une confusion sur la Toile. Protégez votre patronyme en réservant un nom de domaine ou en optant pour un pseudo non recensé car, sinon, si un tiers portant le même nom que vous prend la parole sur les mêmes domaines que les vôtres, il vous faudra prouver votre identité numérique pour éviter les interférences sur votre e-réputation. Un site comme KnowEm vous permettra de savoir quel nom est disponible sur quel réseau.

**Isabelle CARREAU LE NEVÉ**

# Révision automobile (enquête locale)

Notre association a localement participé à une enquête nationale avec 127 autres associations UFC.

Il s'agissait de se rendre chez des concessionnaires, garagistes, agents et centres auto afin de vérifier si l'affichage obligatoire des tarifs horaires de main d'oeuvre était respecté et si l'on pouvait nous donner le tarif des deux premières révisions d'une Peugeot 207 et d'une Renault Clio III car nous hésitions encore à acheter l'un ou l'autre de ces deux modèles.

## Résultats de l'enquête

Le tableau ci-dessous nous a semblé assez explicite pour ne pas nécessiter de longs commentaires.

Enseigne	Adresse	Affichage de tarifs	Nous donne-t-on les tarifs de révision des deux véhicules pour lesquels notre choix d'achat n'est pas encore fixé ?
Centre auto Feu Vert	Avenue Pompidou Ermont	NON	Oui
Centre auto Midas	80, Bd du temps des cerises. Taverny	Oui	Oui
Centre auto Norauto	ZAE des perruches St Brice	Oui	Oui
Centre auto Speedy	CC Portes de Taverny. Taverny	NON	NON, sans la présentation des cartes grises
Centre auto Speedy	107, rue Lucat St Brice	Oui	NON. Il a besoin de l'immatriculation du véhicule !
Peugeot	Garage du Centre Eaubonne	Oui	NON pour la Renault, pour que nous ne perdions pas la garantie ! (1)
Peugeot	Garage Georges V Eaubonne	Oui	Oui
Peugeot	Garage des Lignièrès Taverny	Oui	Oui
Renault	Garage Relais des courses Eaubonne	Oui	NON pour la Peugeot, sans justification du refus.
Renault	64, route de St Leu Ermont	Oui	Oui, mais conseille curieusement d'aller chez le constructeur pour obtenir un meilleur tarif.

(1) de toute façon on ne perdrait pas la garantie légale.

## Des litiges !

### Appels à témoignage. Notaires.

Avez-vous connaissance de notaires semblant faire peu d'efforts pour liquider une succession ou un divorce ? Si oui, merci de bien vouloir nous le faire savoir.

### La Poste

Mme D.S. (Sannois). «J'ai contacté La Poste, par écrit, 3 fois de suite sans réponse, pour demander comment racheter mon GMO.»

Nous nous sommes étonnés de cet état de fait et la Poste a enfin répondu à notre adhérente.

### Filiassur

M. M.B. (St Gratien). «Je n'ai jamais rien signé ni rien demandé et Filiassur (assurance hospitalisation, dépendance...) me prélève 34,35€ par mois. J'ai fait opposition aux prélèvements et maintenant, ils me relancent»

La lettre de questionnement que nous avons adressée à Filiassur est demeurée sans réponse mais les re-

lances semblent tout de même avoir cessé... pour l'instant.

### Banque Populaire

Mme L.T. (Villetaneuse). Le 30-12-2012 elle ouvre un plan Fructi Obsèques sous certaines conditions tarifaires précisées par écrit dans le document qu'elle signe.

Le 9-01-2013 le service « prévoyance Iard » constate des erreurs au sujet des conditions tarifaires notées dans le document signé et demande à la Banque Populaire de les rectifier et de les refaire signer à sa

cliente, ce que la Banque Populaire ne fait pas.

Le 21-05-2013 Mme L.T. constate, de son côté, qu'il y a une autre erreur : les références des conditions générales ne correspondent pas à celles indiquées sur le document signé. Elle demande l'annulation du contrat et le remboursement des sommes déjà prélevées.

La banque Populaire lui répond en lui proposant non pas une annulation, mais un rachat du contrat à un tarif en dessous des sommes déjà encaissées.

Voici où en est le dossier. Mais ne sommes-nous pas habitués aux agissements de la Banque Populaire (voir certains de nos précédents bulletins) ?

### KGBDEALS (site Internet)

Ce site Internet (intermédiaire de la vente) vous propose de lui acheter des « coupons » à valoir pour le

compte d'autres sites commerçants. Ainsi, M. H. F. (Sarcelles) nous dit avoir acheté des coupons pour 3 paires de chaussures Nike à 9€ chacune. Il s'est avéré, ensuite, que sur le site sur lequel il pouvait utiliser ses coupons, les paires de chaussures étaient en réalité à 23€ et non 9€.

Mais KGBDEALS n'y peut rien ; il n'est «qu'un simple intermédiaire» !

Un conseil : si vous voulez acheter sur Internet, pourquoi passer par des intermédiaires payants, alors que les moteurs de recherche font un travail similaire gratuitement ?

### Remarque

Pour ces trois derniers litiges, nous ne savons pas quelles incidences ont eues nos lettres d'étonnement adressées aux professionnels ; elles ont eu un effet positif, sans doute, puisque les intéressés ne nous ont plus donné signe de vie !

**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  
contact@montmorency.ufcquechoisir.fr  
ou  
1953@ufc-ul.org

Internet  
www.ufc-ul.org

Direction: M. CIMA  
Trésorerie: Mme DARNAT  
Secrétariat: M. FOUCHÉ  
Litiges: Mme LE NEVÉ  
Mme SAINT-LÉGER  
Mlle MARIA  
Enquêtes: Mme GALS  
Mme MAAREK  
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

### LITIGES

**Hors vacances scolaires,**  
nous enregistrons vos litiges :

-Au Centre Culturel du Forum (Saint-Gratien) les jeudis entre 19h et 19h30

**EN PRÉSENTANT VOTRE CARTE D'ADHÉRENT UFC-QUE-CHOISIR**

**Réduction**

**AU CINÉMA « LES TOILES »  
Forum de Saint Gratien  
95210 SAINT GRATIEN**

**VOUS POURREZ BÉNÉFICIER D'UN TARIF RÉDUIT (5€ au lieu de 6€)**

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 !**



**J'adhère !**

Êtes-vous aussi  
abonnés à  
"Que Choisir" ?

