



N° 100 - 1 €
1^{er} Trimestre 2006
ISSN 0292-1146

UNION FEDERALE DES CONSOMMATEURS

Le Consommateur du 95

Association locale UFC Que-Choisir
de la Vallée de Montmorency



Assemblée Générale annuelle

Notre prochaine assemblée générale est fixée au

jeudi 23 mars 20h
au Centre Culturel
du Forum
95210 Saint Gratien

Outre les rapports habituels (financier et moral) nous y parlerons, entre autres, d'avenir sur Internet

Venez nombreux

SOMMAIRE

- Editorial
- Enquêtes et commentaires :
 - Le "travail au gris"
 - Surgelés dans les supermarchés
- Litiges
 - cdiscount.com et ses -50% !!
 - Assurances et % de torts
 - Listes de mariage (la fin ?)
 - SNCF à Eaubonne
- Nos comptes 2005

edito

Rôle d'une association de consommateurs ?

Cette question revient périodiquement à nos permanences et est parfois source de déceptions de la part de personnes qui nous parlent de leurs problèmes. Nous pouvons mener des enquêtes dans les lieux recevant du public, en publier les résultats et les commenter, dénoncer certaines pratiques nuisibles à l'ensemble des consommateurs, voire aller en justice pour les faire cesser. Mais en cas de litige personnel, même si nous le voulions, nous n'avons pas le droit de vous représenter en justice (réservé aux avocats). Nous ne pouvons que vous conseiller et jouer le rôle de "médiateur", si vous êtes adhérent. Alors, efficace ? Notre intervention aboutit dans près de 80% des cas mais fait toujours déçus. Certains sont compréhensifs, d'autres malheureusement pas...

Raymond Cima

Enquête : "travail au gris" (2ème partie)

Rappel : "le travail au gris" est tout ce qu'il y a de plus légal. Il n'est pas à confondre avec le "travail au noir", mais le travailleur qui le pratique n'a aucune compétence pour ce qu'il fait ! Disons que, pour se former, il n'est pas allé en classe, préparer un CAP ou un BEP, et il risque même de ne pas être allé ailleurs non plus ! Même pas sur le tas !

Constat : tout le monde a le droit d'ouvrir sa propre entreprise artisanale. Certaines professions sont réglementées. Mais qui contrôle quoi ?

Nous sommes allés nous renseigner à la "Chambre des métiers et de l'artisanat" du Val d'Oise où les postulants créateurs d'entreprises semblent être très bien accueillis, avec stages d'information sérieux, conseils en formalités... Soit ! En tant que consommateur, dans un premier temps on se sent rassurés.

Mais où le bas blesse c'est lorsqu'au détour d'un document remis lors d'un

stage on voit écrit que : "*Loi n°603 du 5 juillet 1996 et décret d'application n°246 du 2 avril 1998 : les activités suivantes ne peuvent être exercées que sous le contrôle effectif et permanent d'une personne qualifiée titulaire du CAP ou équivalent ou justifiant d'une expérience professionnelle de 3 années dans le métier ou métiers connexes, sur le territoire de la CEE ou de certains Etats sur accords.*"

Oui, ce sont les expériences professionnelles de 3 années qui posent problème.

Pourquoi pas, nous direz-vous ? Celui qui a 3 années d'expériences et peut-être aussi capable, sinon mieux, que celui qui vient d'avoir son CAP en poche. Certes ! Surtout s'il a pratiqué sérieusement !

Malheureusement personne ne peut (ou ne veut) contrôler ce qui a réellement été fait pendant les 3 années fatidiques permettant ensuite d'accéder, en toute légalité, au qualificatif d'artisan.

On peut très bien imaginer que le postulant au grade d'artisan plâtrier ait simplement promené des sacs de plâtre pour le compte d'un patron sans jamais pouvoir dresser le moindre mur ! On peut même envisager qu'il ait été employé comme manoeuvre, à faire toute autre chose. L'important, pour qu'il puisse être qualifié d'artisan plâtrier, est que sur ses 3 ans de fiches de paie il y ait inscrit "plâtrier". C'est léger n'est-ce pas ?

Tellement léger que certains assureurs commencent à se poser des questions qui ne sont pas sans avoir de graves incidences sur les consommateurs. Mais de ceci nous en reparlerons une autre fois.

Alors, ce que nous demandons, ce n'est pas une réforme des lois sur les entreprises mais une simple précision inscrite sur la carte annuelle d'immatriculation de l'artisan : que soit mentionné son mode d'obtention de qualification (par CAP, par VAE : 3 ans "d'expérience" professionnelle, etc.). Ensuite, et ensuite seulement, le consommateur pourra choisir librement, ou apprendre à choisir librement, car tout le monde en est bien conscient : il n'y a pas de liberté sans information pertinente !

Raymond Cima

cdiscount.com



Grace à l'astérisque de la publicité, rarement en faveur du consommateur, les -50% annoncés (sur la vente d'ordinateurs portables) par ce commerçant sur Internet n'étaient, en réalité, que -50% sur sa marge. En d'autres termes la réduction était non seulement invérifiable par le consommateur mais, de plus, illégale.

Alertés par une internaute scandalisée par la pratique, nous avons immédiatement contacté cdiscount, l'UFC national et la DDCCRF du Val d'Oise.

Cette dernière nous a donné matière à argumenter contre cette pratique (voir ci-contre), cdiscount nous a répondu qu'il voyait mal où

était le problème et l'UFC national n'a rien fait de sérieux (ce ne devait pas être dans ses préoccupations du moment).

Utilisant les arguments de la DDCCRF nous avons alors menacé cdiscount de porter l'affaire devant la justice et, depuis, sur leur site, tout est rentré dans l'ordre.

Merci à tous ceux qui nous ont aidés ainsi qu'aux nombreux internautes qui sont nos yeux du Web.

Raymond Cima

ARRETE n° 77-105/P du 2-9-77 relatif à la publicité des prix

ART.2 - Toute publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix doit obéir aux conditions suivantes : (...) elle doit préciser l'importance de la réduction soit en valeur absolue, soit en pourcentage, par rapport au prix de référence défini à l'article 3 (...)

ART. 3 - Le prix de référence visé par le présent Arrêté ne peut excéder le prix le plus bas effectivement pratiqué par l'annonceur pour un article ou une prestation similaire, dans le même établissement de vente au détail, au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité.(...)

Assurances

M.Untel vient à notre permanence pour un problème d'assurance, suite à un accident de voiture.

Un véhicule l'aurait percuté par l'arrière après que son conducteur en ait perdu le contrôle. Pourtant M. Untel est considéré par son assureur comme ayant tort à 100% sous prétexte qu'il aurait eu une conduite hésitante ayant perturbé celui qui le suivait.

C'est possible mais difficile à prouver d'autant plus que le rapport de police, appelée pour la circonstance, ne fait état de rien à ce sujet.

Nous intervenons donc auprès de l'assureur et M. Untel voit aussitôt passer ses torts de 100% à 0%.

Ce n'est pas spécialement pour nous glorifier d'un tel résultat que nous vous le signalons, mais pour poser une question bien plus grave : **«qu'est-ce qui permet de savoir, pour un sinistre donné, si deux assurances "adverses", ne gratifient pas chacun de leur client de 100% des torts ?»** Réponse : rien !! Quand on sait que ces % sont les éléments de référence pour le calcul des surprimes et des malus, on aimerait pouvoir vérifier que certains assureurs n'en profitent pas, sur le dos de leurs assurés.

Raymond Cima

Enquête : surgelés

Il y a des lois, des textes réglementaires... Et après ? Après, chacun fait, semble-t-il, ce qu'il veut.

Notre enquête "surgelés" annuelle, réalisée entre Noël et le jour de l'an a révélé la présence de bacs à température trop élevée, de bacs à thermomètres cassés, et surtout de bacs surchargés...

Fort heureusement dans la plupart des cas, les bacs étaient «normaux».

Résultats :

- Rien à dire à Monoprix (Argenteuil), CORA (Ermont), Monoprix (Sannois), LIDL (St Gratien), Champion (St Gratien)

- Quelques remarque de surcharges à faire à Géant (Argenteuil), Intermarché (Argenteuil), Leclerc (Epinay), Carrefour (Sannois), ATAC (Soisy)

Mais le pompon, la palme d'or de l'inconscience (on va l'appeler ainsi), revient à AUCHAN (Soisy) où le 28 décembre certains bacs étaient en cycle de dégivrage, surchargés, avec par exemple des pommes-noisettes dont le contenu des sacs avait dégelé depuis bien longtemps car il suffisait de prendre les pommes entre les doigts pour les écraser avec facilité !

Le "responsable surgelés" alerté par nos 2 enquêteurs (donc 2 témoins) est venu dire que c'était de la faute des clients qui déplaçaient les marchandises puis, ayant convenu que les pommes-noisettes étaient loin d'être aux normes, les testant au toucher, il a enlevé les sachets qui lui paraissaient suspects. Sans commentaire !

Nabil Al Boukaï

Embêter les usagers, un besoin ?

Depuis plusieurs semaines il n'y a plus de composteurs à l'entrée principale de la gare d'Eaubonne. Parfois un agent est là, indiquant aux usagers munis d'un billet : *"prenez votre train, les contrôleurs sont au courant"*. Sauf ceux qui ne le sont pas ou font du zèle ! Un adhérent en est témoin, avec le procès-verbal qui lui a été remis (et retiré par la suite après appel, courrier, tracas administratifs. *"Compte tenu des circonstances particulières que vous évoquez (sic) [l'agent de la SNCF devait sans doute penser "invoquer"]*, il a été décidé de ne donner aucune suite à ce dossier".

Depuis cet "incident" il y a eu tout de même des "suites" puisque la SNCF n'a pas remis un composteur mais a placardé dans tous les coins de la gare que les voyageurs devaient faire valider leur titre de transport au guichet. En fait si vous achetez votre billet à l'un des automates, en croyant éviter la queue, vous n'évitez rien puisqu'ensuite vous devez tout de même passer au guichet pour faire valider le billet. Et ce n'est rien à côté de celui qui, ayant pris ses précautions, s'est acheté tout un carnet de tickets : il doit tout de même venir faire la queue (et souvent rater son train) à chaque trajet.

Il aurait été simple, pour la SNCF, d'installer un composteur dans le hall à côté des guichets ! Et comme ses agents ne peuvent pas ne pas y avoir pensé, force est de supposer qu'ils ont du trouvé là un nouveau moyen d'embêter (pour rester poli) les usagers.

Raymond Cima

SNCF

La fin des listes de mariages ?

Depuis notre enquête sortie dans le n°99, à propos des "éventuelles arnaques" à la liste de mariage, certains magasins ont créé le chèque-cadeau ou la carte-bleue-cadeau.

C'est un document édité pour une somme d'argent définie. On le remet à celui à qui l'on veut faire un cadeau et l'heureux porteur de ce document achète ce que bon lui semble.

Renseignez-vous, c'est plus pratique, plus honnête et surtout plus sécurisé que la "liste de mariage".

Notre trésorière parle chiffres !

Au compte courant au 1er janvier 2005 **487,66**

RECETTES

Adhésions	2890,00
Abonnements au Consommateur du 95	453,00
Subvention UFC national	973,56
Subvention DDCCRF	725,00
Dons divers	80,00
Enquêtes	19,83
Acomptes CNASEA	<u>7844,06</u>
Total des recettes	13 455,11

DEPENSES

Frais de fonctionnement P&T	488,48
Assurance	354,12
Cotisation UFC nationale	784,40
Paie du salarié	6858,62
Charges salariales	2855,28
Frais AG + chèque impayé	<u>45,50</u>
Total des dépenses	11386,40

Au compte au 31-12-2005 **2068,71**

Jacqueline Dargnat

LE CONSOMMATEUR DU 95
est édité par
l'UFC-QUECHOISIR
de la Vallée de Montmorency
Centre Culturel du Forum
95210 SAINT GRATIEN
Association régie par la loi de 1901

Tél: 01.34.17.24.45
e-mail: l953@ufc-ul.org
Internet: www.ufc-ul.org

Direction: M. CIMA
M. LAGUILHOU
Trésorerie: Mme DARGNAT
Secrétariat: Mme LAGUILHOU
M. MILLEREUX
Litiges: Mme CIMA
M. TUFFERY
Enquêtes M. ALBOUKAI
M. FOUCHE
et ceux qui voudront
bien nous aider !

Dépôt légal à parution
Numéro tiré à 600 exemplaires par
nos soins
Abonnement un an (4 numéros): 4 €

PERMANENCES LITIGES (Hors vacances scolaires)

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

Remarque :
**Désolés, nous avons bien un télé-
phone mais nous ne répondons pas
aux litiges soumis par ce moyen de
communication.**

Remarque : suite à la fin de contrat de notre salarié, qui grévait fortement notre budget, nous avons repris la publication de notre bulletin. Le n°99 a été tiré en 2005 mais son coût de tirage sera payé en 2006.

Vous constaterez qu'en ce début d'année nous avons donc plus de réserves que les 4 années précédentes, mais elles ne sont pas encore suffisantes pour que notre association se repose sur ses lauriers. Alors, si vos cotisations 2006 sont toujours et encore les bienvenues, nous vous encourageons à prospecter dans votre entourage.

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 (+ abonnement 1 an au Consommateur du 95) : 20€

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

• 11 numéros + 4 hors série + guide "110 lettres pour régler vos litiges" : 49€ au lieu de 62€ **PROFITEZ-EN !**

