

Le Consommateur du 95

Association locale UFC Que-Choisir
de la Vallée de Montmorency

Page 4 : nos conférences sur des « arnaques en tous genres »



SOMMAIRE

■ Éditorial

-La pub et la langue française.

■ Informations, prises de position

- Remboursement de réservation.
- Assurance garantie décennale.
- Regroupement de crédits.
- Téléachat, télé... Gare aux arnaques.
- Ce qui va de soi verbalement...
- Conférence sur des arnaques en tous genres.
- Préfecture du Val d'Oise.

N'hésitez pas à réagir à nos articles.
Vos réactions sont consultables sur notre site Internet
www.ufc-ul.org dans la rubrique "Nos bulletins"

La pub et la langue française !

édito

En ce moment, sur un peu toutes les chaînes de télé, j'entends parler du « grand remplacement ». Démenti par les uns, il est affirmé par les autres qui le reliaient à une migration massive !

Pour moi, ce « grand remplacement » existe ! Il est linguistique et se traduit par une indéniable migration continue... de mots anglais vers la langue française !

C'est actuellement plus que criant, entre autres **dans les publicités**, ces parties intégrantes de la consommation !

J'ai l'impression que, du côté des publicitaires, ne pas glisser quelques mots d'anglais dans leurs pubs doit leur paraître ringard et indigne d'exister !

Il me vient d'ailleurs envie d'en aider une, de marque, qui récemment n'a mis qu'un seul mot d'anglais dans sa pub ; il s'agit de Ricard qui affiche (voir ci-contre) : « **RICARD born à Marseille** » !

Et pour la soutenir, cette marque, j'internationalise mon aide par la remarque suivante :

« **Ricard prend le mot anglais born* et fait une pub con**.** »

Voilà ! Ricard ne pourra pas dire que je ne l'aide pas ! Et gratuitement, de surcroît !

Ces anglicismes que notre Gouvernement se plait lui aussi à introduire (exemple : « pass » sanitaire) et qui pullulent un peu partout, ne sont-ils pas pour notre langue les marqueurs de son début de « grand remplacement » ? ■

(*) « born » signifie « né », en anglais.

(**) « con » signifie « avec », en espagnol et italien.

Raymond CIMA

Remboursement de réservation

La formule « Center Parc » est celle d'un ensemble de cottages dans un parc arboré autour d'un espace aquatique (particulièrement apprécié des enfants) comprenant piscines, toboggans et jeux d'eau divers. C'est dans l'un de ces villages que M. et Mme B., par l'intermédiaire de l'agence « SHOWROOM PRIVE », avaient, pour les vacances de la Toussaint, effectué une réservation pour eux-mêmes et leurs deux enfants.

Quelques jours avant le début du séjour l'agence les informe qu'en raison de la situation sanitaire l'espace aquatique sera fermé ainsi que toutes les activités intérieures.

M. et Mme B. lui font aussitôt savoir qu'ils renoncent à leur projet et demandent un remboursement.

Dans l'échange de courriers qui s'ensuivra « SHOW ROOM » leur indiquera tout d'abord que l'offre à

laquelle ils ont souscrit était non annulable, non modifiable et non remboursable à une seule exception : la contraction du Covid par l'un des participants ou une décision administrative de restriction de déplacement interdisant l'accès au site. L'indisponibilité n'affectant qu'une partie des activités, ajoutait-elle, le séjour était maintenu. Toutefois, « à titre exceptionnel » l'agence leur offrait la possibilité de reporter leur séjour, ce qu'ils acceptent en se décidant pour l'année suivante à la même période.

C'est alors que « SHOW ROOM » leur fait savoir qu'ils devront s'acquitter pour les mêmes prestations d'un supplément de 837€, alors que le prix du séjour initial était de 526€ !

M. et Mme B. informent l'agence de leur refus et renouvellent leur demande de remboursement dans une lettre très argumentée qui n'obtient aucune réponse de « SHOW ROOM ».

C'est alors qu'ils prennent contact avec notre association locale. L'examen du dossier nous conduit à penser que leur demande est pleinement justifiée. **De fait, à la suite de notre intervention par un courrier, « SHOW ROOM » informera nos adhérents que leur demande de remboursement est acceptée.**

Notre analyse se fondait sur un principe général du droit des contrats repris, du reste, dans le code du tourisme selon lequel lorsqu'il y a atteinte à une condition substantielle de celui-ci il est possible d'en demander la résolution. Dans le cas présent, l'espace aquatique constituant l'attrait principal de « Center Parc » pour des enfants, sa fermeture réduisait considérablement l'intérêt du séjour et justifiait pleinement la demande d'annulation alors même que cette situation n'était pas prévue par les conditions générales du contrat ■

Thierry DU BLED

Assurance garantie décennale

Lorsque vous signez un devis pour travaux, n'oubliez jamais de demander la garantie décennale de l'Entrepreneur, mais, avant de le signer, vous pouvez (et permettez-nous de vous le conseiller vivement) aussi téléphoner à l'assurance de l'Entrepreneur pour vérifier qu'il soit bien assuré chez eux à ce moment-là... Eh Oui !



Mais, pourquoi ?

Oh !... ceci afin de vous éviter qu'en cas de problème, une fois les travaux réalisés et payés, l'assureur vous réponde : « **Ah oui. L'entreprise de M. "un tel" était bien assurée chez nous... avant... Mais ça fait trois ans qu'il ne paie plus ses cotisations, donc il n'est plus assuré !** »

-Vous : « Mais alors, la copie de son attestation d'assurance qu'il m'a donnée au moment de la signature du devis ? »

-L'assurance : « **Eh bien, c'était une fausse copie d'attestation !** »

-Vous : « Mais qu'est-ce que je fais, alors, moi ? car l'entreprise a fermé ses portes depuis ! »

-L'assurance : « **Ben ! vous réparez les malfaçons vous-même !** »

Rassurez-vous, en écrivant ceci, je n'accuse, heureusement, aucun Professionnel de malhonnêteté. Dieu, merci ! Mais je vous donne ce conseil simplement pour vous éviter d'avoir de gros ennuis, le jour où cela vous arriverait, comme cela m'est arrivé ! ... Eh, oui !... c'est ça !... « l'expérience » ! ■

Aimé DUMOLIN

Dans l'exemple présenté ci-dessus (photo), le propriétaire devra peut-être faire réparer à ses frais une partie de la charpente ou intenter un procès au couvreur, à condition que ce dernier soit solvable !

Regroupement de crédits

Beaucoup de foyers en France cumulent plusieurs crédits, même en ne tenant pas compte d'éventuels crédits pour l'accession à la propriété. Les mensualités de ces crédits pèsent sur le budget mensuel, et il est tentant de répondre aux sirènes de sociétés qui vous contactent (pour ne pas dire harcelant) pour vous proposer de regrouper vos crédits en un seul et de faire baisser le montant de la mensualité unique résultante.

La fausse bonne idée

Il ne faut surtout pas croire qu'une mensualité plus faible signifie un coût du crédit plus faible... Ces sociétés "jouent" sur l'allongement de la durée du crédit pour faire baisser le montant des mensualités. Pour s'en rendre compte, il suffit d'additionner la totalité des mensualités des crédits existants et de comparer le total à la somme des mensualités du crédit de regroupement proposé : il est plus que probable que ce dernier vous coûte plus cher à terme.

Si vous y êtes contraint, ce peut-être une solution, mais il faut que vous soyez conscient de l'impact sur vos finances à terme.

Il est aussi très important de vérifier les conditions de remboursement anticipé : il y a souvent des frais qui ne sont pas négligeables... ■

Pascal RISSEY

Téléachat. Téléboutique. Télleshopping... Gare aux arnaques !!!

Les émissions de téléachat fleurissent sur les chaînes de télévision.

Vous l'avez remarqué ? d'autres aussi.

Certaines sociétés profitent de ces programmes pour vendre les mêmes produits... moins chers, tout en profitant de cette pub gratuite.

Car bien souvent, les consommateurs recherchent sur Internet s'ils ne peuvent pas acheter moins chers ailleurs... le même produit.

Or, ces sociétés vendent la plupart du temps sur leur site Internet de vulgaires copies, souvent défectueuses. Et malgré les apparences ces sociétés ne sont pas basées en France...

On vous laisse deviner la suite... ■

Pascal RISSEY

Ce qui va de soi verbalement...

Mademoiselle D. s'inscrit dans une Auto-Ecole pour passer son permis B, en disant : « je pars le 31 juillet (dans deux mois) pour mes études à l'étranger pendant deux ans. J'aurai le temps de passer mon permis d'ici-là, vu que j'ai déjà le code ? »

Réponse de l'Auto-Ecole : « mais bien sûr, Mademoiselle. »

Mais deux semaines avant son départ, la Demoiselle demande à l'Auto-Ecole : « quand passerai-je mon permis ? car je pars dans deux semaines. »

Réponse de l'Auto-Ecole : « Mais vous ne m'avez jamais dit que vous partiez à la fin juillet ! et vous n'êtes pas prête pour passer le permis actuellement ! »

Là, sans prendre parti, le constat est simple : c'est la parole de l'un contre la parole de l'autre, c'est-à-dire : aucune preuve ! plouf !

D'où le conseil, que nous vous rappelons simplement : n'oubliez jamais que : « **ce qui " va de soi " verbalement, le va encore mieux quand c'est écrit !...** ».

Donc avant de signer un accord ou un contrat ou un devis, vérifiez que toutes les conditions que vous avez demandées y soient textuellement écrites.

Si vous pensez : « Mais, bien sûr ! c'est évident ! », permettez-nous cette petite piqure de rappel d'humilité : cela peut arriver à chacun et chacune d'entre nous, à n'importe quel moment ! ■

Aimé DUMOLIN

Conférence sur des « arnaques en tous genres »

Devant l'augmentation inquiétante des arnaques que subissent quotidiennement les consommateurs, notre association UFC Que-Choisir Vallée de Montmorency a réalisé une conférence sur ce sujet afin d'informer ceux-ci sur les arnaques les plus courantes, la manière de les reconnaître et de s'en prémunir.

Par expérience, la durée de la présentation est d'environ 75 à 90 minutes.

A plusieurs moments le public est invité à y participer activement.

Il faut prévoir aussi un temps pour les questions-réponses qui ne manquent pas !

Si, dans le cadre de vos activités, vous souhaitez que nous présentions cette conférence à votre public, et/ou si vous souhaitez avoir de plus amples informations, n'hésitez pas à prendre contact avec nous. ■

Préfecture du Val d'Oise

Notre association participe au comité des usagers de la préfecture du Val d'Oise. Nous recueillons toutes vos expériences et vos remarques suite à vos démarches (à la préfecture) ainsi que votre utilisation du site Internet ou des réseaux sociaux et vos appels avec la préfecture.

N'hésitez pas, profitez de cette possibilité de vous faire entendre ! ■

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 de contact

Adressez votre chèque à l'ordre de l'UFC au Centre Culturel du Forum 95210 ST GRATIEN

☐ Adhésion réadhésion à l'UFC Vallée de Montmorency

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

NOM.....

ADRESSE Postale.....

ADRESSE Courriel.....

☐ Don :.....

☐ Premier abonnement à « Que-Choisir » papier

Si vous n'avez jamais été abonné, vous pouvez prendre un **premier abonnement d'un an** à tarif réduit comprenant : 11 numéros + 4 hors série Argent + 4 guides pratiques + informations juridiques succinctes gratuites par téléphone, **pour 45€ au lieu de 63€. PROFITEZ-EN !**

RGPD : En tant qu'adhérent ou abonné signataire, j'autorise que les données que j'ai saisies sur ce bulletin de contact soient stockées électroniquement, traitées et utilisées dans le seul but de maintenir le contact entre l'UFC et moi-même, pendant toute la durée de mon adhésion ou abonnement à l'association, augmentée d'une durée de 3 ans. Je peux obtenir leur effacement sur simple demande.

LE CONSOMMATEUR DU 95
est édité par
l'UFC-QUE CHOISIR
de la Vallée de Montmorency
1er étage. Centre Culturel du Forum
95210 SAINT GRATIEN
Association régie par la loi de 1901

Courriel
1953@ufc-ul.org

Internet
www.ufc-ul.org

Direction : M. CIMA
Trésorerie : Mme DARNAT
Secrétariat : M. FOUCHÉ
Litiges : M. DU BLED
M. RISSEY
M. DUMOLIN
Mme AZERAD
Mme TRIAY
Enquêtes : Mme HADDAK

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
1er étage du Centre Culturel du Fo-
rum (Place François Truffaut 95210
Saint-Gratien) les jeudis à 19h

