



VOIR & SAVOIR

édité par l'Union Fédérale des Consommateurs
QUE CHOISIR de Côte-d'Or

LE MOT DE LA PRÉSIDENTE



Voici la rentrée et avec elle son lot de préoccupations dues à ce mode de fonctionnement que nous impose encore aujourd'hui la présence de ce virus.

Néanmoins, bien que nous n'ayons pu fonctionner aussi aisément que nous l'aurions souhaité nos adhérents restent fidèles et leur nombre est constant.

La confiance que vous portez à notre association nous anime d'une volonté de faire toujours plus et mieux. A cet effet nous avons recruté deux nouveaux bénévoles, l'un pour du conseil en présentiel, l'autre pour du traitement de litige en ligne (TLL) et nous avons repris une activité quasi normale depuis Septembre à ceci près que nous recevons toujours sur rendez-vous.

Notre Assemblée Générale est fixée au 7 octobre à 16 h comme vous le précise la convocation jointe à ce bulletin.

Votre présence bien que vivement souhaitée sera forcément limitée pour tenir compte des mesures barrières imposées.

Lorsque cette période imprévisible sera derrière nous ne manquerons pas d'organiser une petite manifestation pour nous retrouver tous ensemble dans la bonne humeur et la légèreté.

En attendant prenez soin de vous.

Odette MAIREY

SOMMAIRE

Vie associative P. 2

- ▶ Les rendez-vous conso : les outils incontournables de l'UFC
- ▶ C'est nouveau ! désormais le paiement par carte est possible

Santé P. 3

- ▶ La démocratie sanitaire est-elle morte du coronavirus

Consommation responsable P. 4-5

- ▶ Elaborons ensemble une loi pour une consommation responsable

Environnement 6-7-8-9

- ▶ Notre proposition étandard : le «prix vert»
- ▶ Qualité de l'air (Suite) – Révision de l'indice ATMO –

Infos diverses P. 10

- ▶ Démarchage téléphonique... Enfin des avancées !

Courrier des consommateurs P. 10

- ▶ Ha ! Ces «bugs» informatiques

Remerciements P. 11

- ▶ Remerciements de notre adhérente M^{me} B à Dijon

Une note d'humour en conclusion P. 11



Élaborons, ensemble, une loi pour une consommation responsable

L'UFC – Que Choisir a lancé en juin une grande consultation sur le thème de la consommation responsable. Pour l'illustrer, nous publions ci-après ce projet ainsi que des extraits de ses « Réflexions sur le monde d'après ».

La crise sanitaire et maintenant économique que traverse notre pays met en lumière l'impasse que constitue notre modèle économique actuel. Tout d'abord les consommateurs subissent eux aussi de plein fouet la récession : pertes de revenus, hausses des prix dans certains secteurs d'activité, difficultés à faire valoir leurs droits (par exemple pour le remboursement des vols annulés), etc. Ensuite, la consommation en est aussi le principal moteur de l'économie. Le Président de la République a annoncé que sa « première priorité » était de « reconstruire une économie forte, écologique, souveraine et solidaire ».

Afin d'imaginer une consommation plus sobre, plus juste et responsable, l'UFC-Que Choisir, soucieuse de porter la voix des consommateurs auprès des pouvoirs publics, veut construire avec ses adhérents et lecteurs une proposition de loi qui fera émerger ce nouveau modèle de consommation repensée. En 2 temps :

Premier temps : Une consultation des consommateurs pour bâtir ensemble un modèle de consommation responsable.

Second temps : Obtenir des pouvoirs publics la grande loi pour une consommation responsable.

Dans une démarche participative, l'association appelle le grand

public à s'exprimer sur sept orientations et dix-sept propositions concrètes et à les prioriser.

Donnez-nous votre avis sur les 7 orientations et 17 propositions

Tous les Français sont appelés à participer, pour exprimer leur avis sur chacune des propositions et définir leurs trois priorités d'action. Ensemble, faisons entendre la voix des consommateurs au sein du Parlement !

Orientation 1 – Santé : investir dans la prévention tous azimuts, consolider notre système sanitaire

Proposition 1 – *Combattre le développement de l'obésité et du surpoids grâce au Nutri-Score obligatoire et à l'encadrement des publicités alimentaires pour les enfants.*

L'étiquetage nutritionnel simplifié « Nutri-Score » n'est toujours pas obligatoire, et la publicité promouvant les aliments déséquilibrés auprès des enfants ne fait aujourd'hui l'objet d'aucun encadrement législatif, alors que ces deux mesures sont d'une grande efficacité dans la prévention des maladies liées à l'alimentation.

Proposition 2 – *Garantir la qualité et l'humanité de la prise en charge des personnes âgées dépendantes, grâce à un personnel qualifié et en nombre suffisant.*

Orientation 2 – Vers une sobriété consumériste

Proposition 3 – *Combattre l'obsolescence organisée en allongeant la durée de garantie légale de conformité en fonction de la*

durée de vie des familles de produits.

Pour combattre les stratégies de certains industriels visant à proposer délibérément des biens peu durables, la durée de garantie doit, quand c'est pertinent, être augmentée au-delà du minimum de deux ans.

Proposition 4 – *Imposer une obligation de résultat aux professionnels de la rénovation énergétique.*

Les consommateurs doivent pouvoir bénéficier d'un engagement contractuel de la part de l'entreprise responsable des travaux, sur l'éventuelle diminution de consommation du bâti que permettra la rénovation.

Proposition 5 – *Inventer le « prix vert », qui reflète le vrai coût environnemental de notre consommation (fabrication, transport, déchets, etc.).*

Il n'est plus possible que les dommages à l'environnement causés par un produit ou un service (lors de sa fabrication, de son transport, de son utilisation ou en fin de vie) ne soient pas inclus dans les prix de vente. Les prix doivent devenir « verts » pour que le comportement des acteurs (consommateurs et professionnels) en tienne compte et change en conséquence.

Voir l'article suivant détaillant cette proposition.

Orientation 3 – Reconstruire une autonomie d'approvisionnement pour les biens essentiels.

Proposition 6 – *Reconstruire une autonomie d'approvisionnement en médicaments et dispositifs médicaux.*

Consommation responsable (suite)

Proposition 7 - Réduire la dépendance aux importations de l'agriculture française (soja OGM, engrais de synthèse), **par une réorientation des aides et un développement de la recherche.**

En cas de fortes hausses des cours mondiaux ou de restrictions au commerce international, notre capacité de production agricole serait menacée.

Orientation 4 - Une consommation qui crée des liens, qui ait du sens et qui soit reconnectée à l'environnement local.

Proposition 8 - Promouvoir, par une meilleure information des consommateurs, les circuits courts et les dispositifs d'achat direct auprès des producteurs locaux.

Pour que ce type de consommation, créatrice de liens et plus respectueuse de l'environnement, poursuive sa progression, il est indispensable que les consommateurs soient mieux informés par les pouvoirs publics des offres existantes près de chez eux (carte interactive, etc.).

Proposition 9 - Assurer une concurrence loyale entre les petits commerces et les principaux acteurs de la grande distribution et d'internet.

Orientation 5 - Une société du numérique sécurisée et accessible à tous

Proposition 10 - Créer un droit opposable à un internet de qualité pour réduire la fracture numérique.

Proposition 11 - Rendre les plateformes responsables de toutes les ventes réalisées sur leurs places de marché (Amazon, Cdiscount, Fnac).

Proposition 12 - Renforcer l'arsenal de lutte contre la fraude bancaire sur internet et la cybercriminalité.

Orientation 6 - Défendre les consommateurs affectés par les crises sanitaire et économique.

Proposition 13 - Alléger temporairement la charge de remboursement des crédits des consommateurs, notamment immobiliers.

Proposition 14 - Prévenir les expulsions des locataires, spécialement sociaux, en difficulté financière.

Proposition 15 - Plafonner le montant des frais d'incidents bancaires pour tous les consommateurs.

Orientation 7 - L'impérative inclusion de la société civile dans les choix de politique publique

Proposition 16 - Associer pleinement les usagers à la définition des politiques de santé qui les concernent et au fonctionnement des établissements de santé.



La démocratie sanitaire, c'est-à-dire l'association de la société civile dans la définition et la conduite des politiques de santé, a montré ses graves limites au plus fort de la crise sanitaire, puisqu'elle a, le plus souvent, été tout simplement mise en pause. Il y a urgence à la refonder.

Proposition 17 - Associer les ONG aux négociations des traités de libre-échange, afin d'y favoriser la protection des consommateurs et de leur environnement.

Participez à cette consultation en indiquant en ligne votre niveau de soutien à chacune des mesures présentées ci-dessus.

<https://www.quechoisir.org/formulaire-consultation-des-consommateurs-elaborons-ensemble-une-loi-pour-une-consommation-responsable-pour-l-apres-crise-n80479/>

Gérard CLEMENCIN

Pour le « monde d'après »
Construisons ensemble la loi
pour une consommation responsable

L'UFC-Que Choisir de la Côte-d'Or
Vous invite à participer
à une grande campagne
de mobilisation nationale



Notre proposition étendard : le « prix vert »

L'UFC-Que Choisir n'accepte plus que des atteintes à l'environnement, quand elles sont connues et systématiques, ne soient pas intégrées au prix de vente, et n'entrent donc pas dans les arbitrages des producteurs et des consommateurs.

Nous présentons plus en profondeur la proposition 5 qui a été conçue comme l'instrument d'une consommation responsable : **le prix vert**.

Définition et déclinaison du concept

Le prix vert est le prix qui reflète le vrai coût environnemental de notre consommation. C'est donc celui qui inclut les externalités induites par le bien ou le service consommé pour sa fabrication, son transport, éventuellement son utilisation, mais aussi, en fin de vie, ses déchets. Derrière le prix vert pourrait donc se trouver des taxes et contributions déjà existantes (écocontributions sur les déchets, « taxe carbone » sur les énergies, ou encore les malus automobiles...), comme d'autres à créer (taxe carbone aux frontières de l'Union européenne, appelée aussi « ajustement carbone »). Le prix vert serait, selon les cas, payé soit par les consommateurs au moment de l'achat, en sus du prix du distributeur, soit par les producteurs (ou les importateurs), au cours du processus de fabrication ou d'importation.

Les principes du prix vert tel qu'imaginé par l'UFC - Que Choisir

Une association de consommateurs qui propose d'augmenter le prix de certains biens et services, même pour un motif environnemental, cela peut sembler de prime abord paradoxal. Le prix

vert devrait donc répondre à **cinq principes clefs**, pour être acceptable par les consommateurs et donc défendu par l'UFC-Que Choisir.

1 - La transparence

Pour les biens et services où le prix vert est assumé directement par les consommateurs, ceux-ci doivent, lors de leur achat, savoir précisément ce qu'ils paient en sus du prix « de base », mais aussi pouvoir accéder à une information claire sur la destination de cet argent. Cette transparence doit se traduire, pour le montant payé, par un affichage sur le lieu de vente qui soit lisible, clair et uniformisé. Pour la destination des sommes collectées, l'outil numérique (scan) pourra être mobilisé, par un dispositif clair et pédagogique.

2 - La neutralité budgétaire

Ce deuxième principe est la neutralité budgétaire, pour la collectivité des consommateurs, des sommes qui leur sont directement prélevées. Il ne serait pas acceptable que le prix vert devienne une deuxième TVA, c'est-à-dire une taxe aveugle sur la consommation qui abonde le budget de l'Etat. Elle peut l'être de différentes manières :

- Dans le cas des dépenses contraintes, une compensation des ménages modestes et/ou captifs doit être mise en œuvre, ainsi qu'une aide spécifique, lorsque c'est pertinent, pour couvrir le « coût de sortie » pour changer de prestataire ou d'équipement (on peut ici penser aux dépenses de chauffage, plus élevées pour les consommateurs qui vivent dans des « passoires thermiques ») ;

- Lorsque c'est possible, une logique de bonus/malus peut être adoptée (comme l'UFC-Que Choisir le demande pour l'électroménager, par exemple), pour que les malus payés sur les produits polluants financent un bonus sur les produits plus vertueux.

- Enfin, dans les cas de figure où seule une taxation est possible, car aucun produit ou service vertueux n'existe (on peut penser à une taxe sur des plastiques non recyclables, par exemple), alors le produit des taxes doit intégralement être fléché vers le financement de nouvelles actions environnementales du pays.

3 - La double progressivité

Comme tout dispositif qui vise à faire changer les comportements d'achats, il est nécessaire d'envisager un déploiement progressif, pour permettre aux consommateurs de modifier le cas échéant leurs actes et habitudes d'achat pour « échapper » au surcoût. Cette progressivité doit avoir deux dimensions :

- D'une part, dans l'ampleur du prix vert imposé aux produits polluants, qui doit augmenter sur quelques années, pour donner la possibilité aux consommateurs de s'adapter, et non s'appliquer intégralement de manière brutale ;

- D'autre part, dans l'étendue des produits concernés, qui doit augmenter année après année, selon l'incidence environnementale du produit et selon le degré de maturité « technique » du calcul des pollutions sur ce marché (voir infra).



4 - La justice

Le prix vert, par essence, est un outil permettant un fonctionnement plus juste des marchés en intégrant des coûts cachés, supportés aujourd'hui par certains producteurs ou consommateurs et pas par d'autres, ou alors par la collectivité dans son ensemble. Ainsi, le prix vert permettrait une concurrence juste entre les producteurs qui cherchent à limiter leur impact sur l'environnement et ceux qui n'ont pas intégré ces éléments. Il permettrait aussi d'égaliser les conditions de concurrence entre les produits fabriqués en Europe, en respectant les normes et la fiscalité environnementales européennes, et les produits venus de pays moins-disant sur cette dimension. Enfin, il pourrait rétablir, dans certains cas, la justice entre consommateurs et producteurs : on peut ici penser au coût de la dépollution de l'eau.

5 - L'efficacité

Dernier principe qui doit guider le prix vert : l'efficacité. Pour agir réellement sur les comportements, tant des producteurs et des distributeurs que des consommateurs, le montant des taxes et contributions doivent être, à terme, suffisamment élevés, en fonction de l'élasticité-prix de chaque marché (pas nécessairement une modification de taux de TVA de peu d'effet sur les comportements quand les prix sont bas).

Les avantages de la mesure :

1 - Une généralisation du principe pollueur-payeur

Le prix vert revient, pour reprendre le jargon des économistes, à « internaliser les externalités », c'est-à-dire à donner un prix aux incidences négatives sur l'environnement de la produc-

tion ou de la consommation d'un bien ou d'un service, et à faire supporter ce prix, selon les cas, au producteur et/ou au consommateur. Autrement dit, cela équivaut à appliquer le principe pollueur-payeur à la plus large part de notre consommation. Or, l'UFC-Que Choisir défend l'efficacité autant que la justice du principe pollueur-payeur.

2 - Une amélioration de la compétitivité-prix des produits écologiquement vertueux

Lorsqu'un fabricant cherche, aujourd'hui, à réduire l'incidence environnementale de ses produits ou de ses modes de fabrication, il n'en retire pas nécessairement un avantage concurrentiel. Ses coûts de production peuvent augmenter, sans que les consommateurs n'aient la possibilité de percevoir la plus-value écologique de son produit par rapport aux concurrents, et donc sans que ses ventes n'augmentent. On le comprend, cette situation n'est pas favorable à une large diffusion dans les entreprises de l'éco-conception ou des modes de production protecteurs de la nature. Le prix vert vise justement à changer cet état de fait. En augmentant le prix des produits ou des modes de production polluants, et dans les marchés où cela est pertinent, en diminuant celui des produits les mieux-disant, on modifie l'équilibre du marché en faveur de ces derniers. Peut ainsi s'enclencher un cercle vertueux, où les producteurs qui ne font pas d'effort sont progressivement évincés du marché, au profit des entreprises intégrant réellement la dimension écologique dans leur activité.

Dans la même logique, le prix vert est aussi un moyen de valoriser les produits durables : lorsque les indicateurs d'évaluation de la durabilité et de la réparabilité auront été fiabilisés, ils pourront entrer dans le champ d'applica-

tion du prix vert, avec un malus sur les produits à la durée de vie trop faible ou qui ne sont pas réparables.

3 - Des moyens d'information nouveaux donnés aux consommateurs

Enfin, le prix vert tel que nous l'envisageons, c'est-à-dire pleinement transparent et pédagogique, donnerait un outil supplémentaire aux consommateurs qui le souhaitent pour « verdier » leur consommation. En effet, au-delà de l'effet prix, ils accèderaient à une information standardisée et fiable sur l'incidence environnementale des différents produits ou services sur un même marché.

Limites potentielles de la mesure :

1 - Un risque inflationniste qui doit être compensé

Il convient d'en avoir conscience et de l'assumer : intégrer aux prix de vente les « coûts cachés » de la pollution, c'est par définition augmenter le tarif d'un certain nombre de produits et de services. Bien que cela se fasse dans un objectif environnemental affirmé, une partie au moins des consommateurs sera donc confrontée à une hausse du prix de leur consommation. Ce risque est toutefois à relativiser. Tout d'abord car le principe de neutralité budgétaire doit permettre d'en limiter grandement les effets sur les prix, par des bonus ou des compensations pour les plus modestes ou les consommateurs captifs. Ensuite, l'application plus large du principe pollueur-payeur peut permettre aux consommateurs de ne plus avoir à payer indûment pour certaines pollutions. Dans le cas du traitement de la pollution de l'eau par exemple, ce serait bien une écono-



mie pour les consommateurs et les contribuables que d'avoir une application stricte du principe préleveur-pollueur-payeur. Enfin, il convient de ne pas raisonner en statique, mais en dynamique. Faire payer aux producteurs le prix de la pollution ne sera pas neutre sur le niveau de celle-ci, puisque la mesure vise d'abord à la diminuer, et donc à réduire les coûts qui y sont associés (dépollution ou gestion des déchets, par exemple). Le prix vert ambitionne notamment de faire changer les pratiques, en particulier des producteurs, et ces changements de pratiques viendront contrebalancer une éventuelle inflation initiale. Dans tous les cas où la prévention est moins coûteuse que la dépollution, alors le prix vert ne sera pas inflationniste, mais bien déflationniste.

2 - Un enjeu d'acceptabilité sociale

Si une crise chasse l'autre dans l'attention médiatique et poli-

tique, les événements sociaux du mouvement dit des « gilets jaunes » n'ont que dix-huit mois. Ce mouvement avait été provoqué, du moins avait eu comme élément déclencheur, une augmentation de la fiscalité environnementale sur les carburants. En conséquence de quoi il convient évidemment d'être vigilant quant à l'acceptation par les consommateurs de notre proposition. En ce sens, les principes posés, notamment ceux de transparence, de progressivité et de neutralité budgétaire pour la collectivité des consommateurs, ainsi que les compensations indispensables pour les ménages modestes et les captifs, devront être constamment affichés pour désamorcer les critiques qui pourraient se faire jour.

3 - Des difficultés de calcul du « juste prix vert »

Si le principe peut se comprendre assez aisément, les modalités d'application du prix vert sont

nettement plus complexes. Il ne peut y avoir de méthodologie unique, chaque pollution à « internaliser » dans le prix doit faire l'objet d'un travail dédié. Des domaines sont bien avancés (les calculs des émissions de carbone par l'industrie sont anciens et désormais relativement robustes), d'autres sont balbutiants. Pour éviter toute taxation indue, l'UFC-Que Choisir devra défendre la progressivité dans le déploiement du prix vert, qui ne doit commencer à s'appliquer à un produit ou à une pollution que lorsque son calcul est fiable.

Source : « Le prix vert, l'instrument d'une société de consommation responsable »

C.A. fédéral Juin 2020

Qualité de l'air

Suite de l'article paru dans le V & S de juin 2020

Révision de l'indice ATMO

Conseil national de l'air du 2 juillet 2020

Rappel du contexte :

- CNA du 11 septembre 2019 : adoption à l'unanimité de l'avis du CNA sur la proposition d'un nouvel indice par les Associations Agréées de Surveillance de la Qualité de l'Air (AASQA).
- JNQA du 18 septembre 2019 : annonce par le Ministre de la révision de l'indice ATMO, afin notamment de prendre en

compte les particules fines PM_{2,5}.

- Fin novembre 2019 : modification de l'indice européen par l'Agence européenne pour l'environnement.
- Suite à la publication du nouvel indice européen : travaux Atmo France-Airparif-BQA sur différents scénarios de prise en compte plus ou moins importantes des modifications apportées par l'indice européen et

réunion avec le cabinet de la ministre.

Suites à donner-mesures préfectorales :

- Nécessité de modifier les articles R 222-1 et 223-3 du code de l'environnement ainsi que l'arrêté du 7 avril 2016 relatif au déclenchement des procédures en cas d'épisodes de pollution de l'air ambiant.



Environnement (suite)



Avec l'introduction de seuils pour les particules PM_{2,5} et modification de ceux des autres polluants (PM₁₀, NO₂, O₃ et SO₂).

- En application de l'article 222-1 du Code de l'environnement, une saisine de l'ANSES (à minima par le ministère de la santé...) est requise pour le modifier par décret en Conseil d'Etat. Une consultation du public sera également nécessaire.

Calendrier des mesures nationales :

- Eté 2020 : saisine de l'ANSES relative au projet de décret (en CE) modifiant les seuils d'information /recommandation et d'alerte avec le nouvel indice ATMO.
- Printemps 2021 : consultation du Haut Conseil de la Santé Publique (HCSP) et du public sur le projet de décret.

- Automne 2021 : saisine du Conseil d'Etat sur le dit projet- Fin 2021 : publication simultanée du décret et de l'arrêté relatif aux épisodes de pollution de l'air dont l'entrée en vigueur est prévue le lendemain de la publication.

Mesures régionales: Nouvel indice de la qualité de l'air (Arrêté du 10 juillet 2020).

- Entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2021.
- Les PM_{2,5} sont pris en compte en complément des polluants NO₂, O₃, PM₁₀ et SO₂.
- Outil de communication qui permet de fournir une information synthétique sous forme simple (couleurs, qualificatifs) sur le niveau de la pollution de l'air ambiant, agrégeant des données de concentrations mesurées ou

modélisées, de plusieurs polluants atmosphériques au sein d'un établissement public de coopération intercommunale.

- Se base sur de la mesure et de la modélisation en situation de fond.
- En adéquation avec le nouvel indice européen.

Cf tableau ci-dessous...

QUALIFICATIF	Concentration en PARTICULES PM ₁₀ en µg/m ³ (maximum journalier)	Concentration en PARTICULES PM _{2,5} en µg/m ³ (maximum journalier)	Concentration en OZONE en µg/m ³ (maximum horaire)	Concentration en DIOXYDE D'AZOTE en µg/m ³ (maximum horaire)	Concentration en DIOXYDE DE SOUFRE en µg/m ³ (maximum horaire)
Bon	≤ 20	≤ 10	≤ 50	≤ 40	≤ 100
Moyen	20 - 40	10 - 20	50 - 100	40 - 90	100 - 200
Dégradé	40 - 50	20 - 25	100 - 130	90 - 120	200 - 350
Mauvais	50 - 100	25 - 50	130 - 240	120 - 230	350 - 500
Très mauvais	100 - 150	50 - 75	240 - 380	230 - 340	500 - 750
Extrêmement mauvais	> 150	> 75	> 380	> 340	> 750

Comme on peut le lire sur le tableau on constate un durcissement des seuils entre ceux de 2017 et ceux arrêtés par l'Agence européenne de l'environnement en 2019 sur l'ensemble des polluants avec la création d'une

nouvelle catégorie : « extrêmement mauvais » et la répercussion sur l'arrêté de juillet 2020... L'entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2021 aura des répercussions sur les modalités d'information et d'alerte au public... qui seront

précisées dans les arrêtés préfectoraux qui nous l'espérons seront harmonisés !

Pierre GUILLE

Source ATMO BFC de recommandations

Infos pratiques

Démarchage téléphonique Enfin des avancées !

Enfin
STOP



Gâce aux 450 000 signataires de notre pétition « Démarchage téléphonique : interdisons le fléau », l'UFC-Que Choisir a pu mobiliser les parlementaires qui ont enrichi le texte encadrant le démarchage téléphonique. Si nous n'avons pas obtenu une interdiction générale par défaut

du démarchage téléphonique, ce dernier est dorénavant interdit dans le secteur de la rénovation énergétique. Les très larges dérogations à la liste d'opposition au démarchage téléphonique (Bloctel), qui expliquaient en partie son inefficacité criante, ont été considérablement réduites.

Les sanctions financières en cas de démarchage intempestif ont été multipliées par 5. De nouvelles obligations de vérification des numéros pour les opérateurs téléphoniques devront, par ailleurs, permettre de limiter le nombre d'appels frauduleux.

Courrier des consommateurs

Ha ! Ces « Bugs » informatiques

Lors du règlement de sa réadhésion Madame M. G. à Dijon, fidèle adhérente de notre association, nous adresse la petite note suivante :

« Vous m'envoyez 2 numéros de Voir et Savoir. Pour faire une petite économie... Corrigez votre listing ! »... C'est fait !



Remerciements

Merci

Remerciements de notre Adhérente, Madame M. B.   Dijon

Suite au traitement d'un retour postal de la revue Voir & Savoir avec la mention « Destinataire inconnu à l'adresse ».

L'adhérente concern e, contact e par téléphone, pour mise à jour de ses coordonnées nous a proposé de lui envoyer la revue de manière d mat rialis e via la messagerie Internet.

En retour, nous avons reçu ce message bien sympathique :

« Bonjour M.

« J'ai bien reçu le numéro Voir et Savoir et je vous en remercie.

« Tout comme de vous être souci  de la mise à jour de mes informations.

« Merci pour votre engagement à l'association, toujours aussi utile !

Bien   vous, »

Une note d'humour en conclusion



NOS PERMANENCES au 1^{er} octobre*

DIJON - 2, rue des Corroyeurs - Boîte N 14 - 21000 Dijon Cedex - Tél. 03 80 43 84 56.

Accueil secrétariat : du lundi au jeudi 9 h - 12 h et 14 h - 17 h.

Le vendredi 9 h - 12 h et 14 h - 16 h 30.

Le samedi 10 h - 12 h 30.

Permanences litiges :

Elles sont tenues selon les domaines de 9 h à 12 h du mardi au vendredi matin inclus, le samedi de 10 h à 12 h 30, le lundi de 9 h à 12 h et de 13 h 30 à 18 h 30.

Les mercredi et jeudi de 14 h à 17 h.

LUNDI après-midi : Divers sauf domaines spécialisés + accès internet et téléphonie + construction et aménagement immobiliers.

MARDI matin : Internet + divers.

MERCREDI matin : Garanties + assurances.

MERCREDI après-midi : Banques - crédits - placements - internet + téléphonie + énergies + assurances + construction et aménagement immobiliers.

JEUDI matin : Logements sociaux.

JEUDI après-midi : Copropriétés locatives + banques + impôts.

VENDREDI matin : Divers + internet.

SAMEDI : Divers - Automobiles.

BEAUNE - le samedi de 9 h à 12 h - Espace Bretonnière - 1, rue des Vignes derrière les Vérotes.

MONTBARD - les 2 premiers mercredis du mois de 9 h à 12 h - Centre Social Romain Rolland.

SEMUR-EN-AUXOIS - le 3^{ème} et 4^{ème} mercredis du mois de 9 h à 12 h - Espace socio-culturel avenue du mail.

Les dossiers relatifs à des problèmes de Santé ou d'Environnement sont suivis par courrier, courriel et si nécessaire sur rendez-vous.

*** Jusqu'à nouvel ordre les consommateurs seront reçus sur rendez-vous.**

N'hésitez pas à nous appeler au 03 80 43 84 56

VOIR & SAVOIR

UFC - QUE CHOISIR de Côte-d'Or

2, rue des Corroyeurs - Boîte N14

21000 DIJON cedex

contact@cotedor.ufcquechoisir.fr

**Déposé le 25-09-20 à distribuer
avant le 2-10-20**

Pensez à renouveler votre adhésion

*Vérifiez la date limite de validation
sur l'étiquette*

TALANT PDC

P4
LA POSTE
DISPENSE DE TIMBRAGE

BULLETIN D'ADHÉSION

2, rue des Corroyeurs - Boîte N14 - 21000 DIJON Cedex - Tél. 03 80 43 84 56

Je souhaite : adhérer - ré-adhérer

- ADHESION (cotisation annuelle avec abonnement à "Voir et Savoir") : 36,00 €
- RÉ-ADHESION (cotisation annuelle avec abonnement à "Voir et Savoir") : 32,00 €
- COTISATION ANNUELLE DE SOUTIEN (avec abonnement à "Voir et Savoir") au delà de 36,00 €
- ABONNEMENT VOIR ET SAVOIR sans envoi postal (1 an 4 numéros) 6,00 €
- ADHÉSION (simple sans abonnement) 30,00 €
- RÉ-ADHÉSION (simple sans abonnement) 26,00 €
- En cas de litige frais de participation 9,00 €

Nom Prénom

Profession Tél.

Adresse

E-mail

Pour tout don (hors cotisation), nous vous enverrons un reçu fiscal correspondant au montant de la donation pour être joint à votre déclaration annuelle de revenus (art. 87 de la loi 81-1660 du 30-12-1981). Ce reçu ouvre droit, pour les particuliers, à une réduction d'impôt de 66 % du montant du don dans la limite de 20 % du revenu imposable.