



UFC QUE CHOISIR LE HAVRE

LA VIGIE DU CONSOmmATEUR



Sommaire :

- Le mot de président
- En bref et en chiffres
- Ce qu'il faut savoir
- Vie Quotidienne
- Echo des permanences
- Vie de l'antenne du Havre
- Les publications de l'UFC
- Nos coordonnées

Dans ce numéro :

Les prix dans les grandes surfaces de la région Havraise	2
La saga de l'étiquette énergie	3
L'étiquette énergie est-elle respectée ?	3
Windows 10	4
Arrhes ou acompte	4
Les paiements en espèces	4
SMS douteux	5
Les échos des permanences—ils ont gagné	5
Les activités de l'antenne du Havre	7
L'essentiel de notre trésorerie et les projets 2016	7

LE MOT DU PRESIDENT

La fin de l'année est propice à l'inventaire de ses réussites et de ce qui pourrait être amélioré.

Economiquement, la France pourrait mieux se porter. Les financements publics sont rares. Il y a des réductions de la dépense publique à tous les niveaux. L'époque ne sourit donc pas aux associations dépendantes essentiellement de subventions.

Le département et quelques municipalités nous en octroient. Pour 2016, la prudence nous impose de ne pas espérer le maintien du niveau de ces versements.

Toutefois, le contexte n'est pas aussi déprimant que cela. Et si les perspectives nous donnent envie d'être plus optimistes que prévu, **c'est grâce à vous, un grand merci.**

En effet à ce jour, vous avez été près de 190 à avoir

fait un don. Près d'un adhérent sur 3 nous a fait un don pour un total de plus de 4.000€. De quoi, malgré les baisses de dotations attendues, continuer à renouveler notre parc informatique notamment.

Néanmoins, plus que jamais, nous continuerons à être vigilants sur nos dépenses. Dans la rubrique « *vie de l'antenne du Havre* » nous présentons les pistes pour 2016.

2015 est aussi l'année de la C.O.P 21. Nous avons pensé que faire un point sur les normes déjà en vigueur en matière efficacité énergétique serait utile. A la rubrique « *que qu'il faut savoir* » nous analysons l'étiquetage énergétique et ce n'est pas « triste » !

Bonne année à tous

Gérard Loue

RUBRIQUE EN BREF ET CHIFFRES

CREDITS		TAUX MOYEN	TAUX D'USURE
IMMOBILIER A TAUX FIXE		2.94%	3.92%
IMMOBILIER A TAUX VARIABLE		2.72%	3.63%
AUTRES PRETS			
< 3.000€		14.98%	19.97%
3.000€ à 6.000€		10.09%	13.45%
>6.000€		5.88%	7.84%
Indice revalorisation des loyers	0.02%	Prix à la consommation INSEE sur 12	+0%
S.M.I.C. mensuel au 1/01/15	1.457,52€	Taux Intérêt légal (JO 29/12/2014)	4.06%

CE QU'IL FAUT SAVOIR

1 - ENQUETE SUR LES PRIX DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Le mensuel **Que Choisir** d'Octobre 2015 a publié les résultats d'une enquête faite par les antennes locales de tous les départements métropolitains et d'outre-mer.

A—Méthodologie de l'enquête

Les enquêteurs bénévoles de ces antennes de l'UFC ont relevé les prix de 81 produits de grandes marques et de marques de distributeurs dans les principales grandes surfaces locales (hors Hard Discount* tels que Leader Price, Lidl...). Ils représentent l'ensemble des catégories de produits et denrées achetées en grande surface — Epicerie sucrée/salée, boissons, laitages, fruits & légumes, viandes, poissons, produits d'entretien et de soins. Ils constituent le **panier moyen**.

B—Les données nationales

Les relevés de prix datent de mars/avril 2015. 15 enseignes nationales ont été analysées, certaines sont faiblement représentées dans certaines régions de France, ainsi CASINO ou encore CORA ne sont pas ou peu implantées dans le nord de la France.

Au total 295.000 prix ont été ainsi relevés entre le 28 mars et le 14 avril 2015.

Le coût du panier moyen français toutes enseignes confondues ressort à **410€**. Avec des écarts observés entre département :

- le département le meilleur marché est **les Hautes Alpes** avec un panier moyen à **389€**

- Le plus cher est **Paris 466€**.

Soit une variation de +19.80%

Quant aux enseignes : deux distributeurs sortent du lot - **LECLERC** et **CASINO** avec un panier moyen à **381€** - **MONOPRIX** ferme la marche, il faut déboursier **481€** pour le même panier.

Soit un écart de +26,25%.

C—Les données locales

1— Le panier moyen en Seine Maritime est de **410€**, qui correspond à la moyenne nationale.

Les disparités observées sont globalement les mêmes que les nationales. L'enseigne la moins chère reste **LECLERC (de 370€ à 375€)** selon les localités, à noter que **CASINO** est très peu représenté dans notre département. La plus chère est également **MONOPRIX (472€)**. Soit un écart de +26.54%

2—Les prix selon les localités de la région havraise :

BOLBEC

Intermarché : **416€**

CRICQUETOT L'ESNEVAL

Intermarché : **414€**

EPOUVILLE

Carrefour Market : **433€**

FECAMP

Carrefour Drive : **392€**

Leclerc Drive : **370€**

Intermarché : **414€**

GONFREVILLE L'ORCHER

Leclerc : **373€**

GONNEVILLE LA MALLET

Carrefour Market : **436€**

LE HAVRE

Carrefour Market — Rue de la vallée : **429€**

Carrefour Market— Rue Romain Rolland : **440€**

Leclerc drive—Docks Vauban : **373€**

Monoprix—Espace Coty : **472€**

Super U—rue de l'abbé Périer : **453€**

Auchan - Mont Gaillard : **406€**

MONTVILLIERS

Auchan : **395€**

Intermarché Super : **414€**

SAINTE ADRESSE

Carrefour Market : **450€**

SAINT LEONARD

Leclerc : **375€**

SAINT ROMAIN DE COLBOSC

Carrefour Market : **438€**

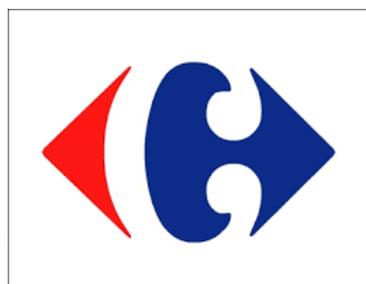
Super U : **412€**

* l'offre des magasins Hard discount étant différente il n'a pas été possible de les comparer. (ex: pour une même marque qu'en grande surface classique, les quantités sont subtilement différentes)

Plus de précisions sur notre site Internet :

www.ufc-quecholsir-lehavre.fr

26.5% d'écart entre l'enseigne la moins chère, **Leclerc** et la plus onéreuse **Monoprix**. Ces écarts sont plus la conséquence de l'absence de concurrence aux environs du magasin concerné qu'aux revenus de la clientèle potentielle.

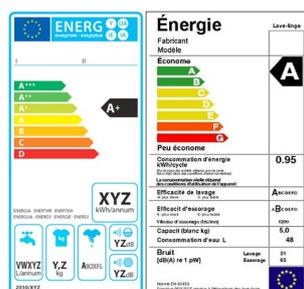


2 - LA SAGA DE L'ETIQUETTE ENERGIE

La facture d'énergie électrique a doublé en 20 ans. Devant ce constat, il paraît indispensable, pour un consommateur averti, d'être vigilant sur les caractéristiques d'efficacité énergétique, lors de l'achat d'un appareil.

L'étiquetage énergétique des appareils introduite par la Commission Européenne en 1992 devrait nous y aider. Les appareils y sont classés sur une échelle en lettres et en couleurs : En vert les plus efficaces en rouge les pires selon une gradation de A à G. Depuis 2011, une nouvelle étiquette a été mise en place sur lequel sont apparues les catégories A+++, A++ et A+ au détriment

des catégories E à G. Officiellement, ces nouvelles catégories doivent répondre aux progrès techniques en matière de consommation. En réalité, la mise à jour de l'étiquetage des appareils



ne se fait que tous les 5 à 6 ans et les lobbies industriels voyaient d'un mauvais œil que leurs produits s'y retrouvent déclassés. L'Europe a donc

préféré laisser leur classement aux anciens appareils et créer ces nouvelles catégories pour les nouveaux, créant ainsi une grande confusion lors de la comparaison des produits entre eux car il peut exister plusieurs échelles. Exemple : les réfrigérateurs n'ont plus le droit d'entrer sur le marché avec une étiquette inférieure à A+. Donc quand le consommateur achète un réfrigérateur de classe A+, il pense faire un geste écologique, mais en réalité, c'est le plus économe!

L'UFC fait pression pour le retour à l'ancienne classification de A à G pour l'ensemble des produits sur le marché.

L'étiquetage d'efficacité énergétique créé par la Commission Européenne en 1992 était une bonne idée. Malheureusement, sous l'effet de la pression des lobbies industriels et de la lourdeur de sa mise à jour, celui-ci est devenu illisible voire trompeur.

3 - L'ETIQUETTE ENERGIE EST-ELLE RESPECTEE ?

Au-delà de la qualité propre à cette étiquetage, qu'en est-il du respect de la directive par les distributeurs ?

L'UFC Que Choisir, partie prenante du projet européen *Marketwatch* qui vise à une meilleure surveillance du marché en matière d'étiquetage énergétique, a analysé 3.400 étiquettes énergie apposées sur des appareils électroménagers.

Les résultats sont préoccupants.

sur les 3.400 produits, **56%** n'étaient pas conformes, la moyenne européenne est de **48%**. Dans les grandes surfaces, 25% des produits n'affichent aucune étiquette.

Si elle est présente, beaucoup ne sont pas conformes, - étiquette non visible, car à l'intérieur du produit ou en noir et blanc ne respectant pas ainsi le code couleur. Résultat : en comptabilisant ces étiquettes défectueuses, le taux de non conformité est supérieur à 20%.

Les bons et les mauvais élèves

Les grandes surfaces respectent malheureusement la directive, 35% de non-conformité. *Boulangier*, *Conforama* et *Darty* ont des résultats légèrement meilleurs.

En revanche, pour les magasins en ligne la non-conformité est de 90%! Le principal problème, c'est l'ordre des informations. La directive européenne est très précise: pour chaque catégorie de produits, il y a un ordre de présentation à respecter. Ils ne le respectent pas.

Non seulement les étiquettes sont incompréhensibles, mais en plus les distributeurs appliquent mal l'obligation d'affichage. La médaille revenant aux magasins en ligne dont la présentation empêche toute comparaison entre les produits de même nature.

QUI SOMMES NOUS ?

Une association loi 1901, avec conseil d'administration, bureau, et une vingtaine de bénévoles, indépendante de tout groupe de pression qui compte près de 600 adhérents. Notre objectif est de défendre les intérêts des consommateurs en :

informant par la *vigie du consommateur* et notre site Internet ufc-quechoisir-lehavre.fr

apportant une assistance en cas de litige,

Les représentant dans des commissions départementales, régionales et de la CODAH sur l'environnement, la santé et le surendettement

Conduire les enquêtes demandées par la Fédération.

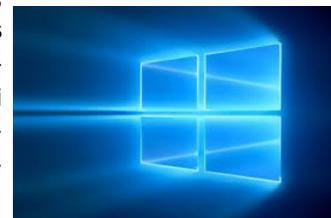
VIE QUOTIDIENNE DU CONSOMMATEUR

WINDOWS 10

Au mois de juillet 2015 Microsoft a lancé Windows 10. Afin que ce dernier soit accepté par le grand public, il le propose gratuitement à tous les utilisateurs de windows 7 et windows 8. Vous avez donc été certainement sollicités, via des incrustations de messages, pour migrer. Ce nouvel opus du célèbre système d'exploitation corrige les principaux défauts de la version 8. Il rétablit notamment le menu « Démarrer » précédemment disparu.

Sachez toutefois qu'en acceptant la migration, Microsoft s'accorde le droit d'installer des mises à jour sans votre accord. De plus, la confidentialité de vos données personnelles est mise à mal. Si vous avez déjà succombés Que Choisir vous propose une vidéo pour changer certains paramètres afin d'éviter cet inconvénient.

www.quechoisir.org/telecom-multimedia/informatique/actualite-windows-10



ARRHES OU ACOMPTE ?

Qui ne sait jamais posé la question sur la différence entre ces deux types d'engagement lors d'un achat ?

A la conclusion d'un contrat de vente ou de prestation de service sans livraison immédiate, il est possible que le vendeur vous demande une avance. Elle est en général de 10% du prix et peut revêtir l'une de ces deux natures juridiques distinctes. Savoir les distinguer est indispensable en cas de désistement d'une ou l'autre des parties. La nature juridique de cette avance doit être stipulée au contrat. A défaut, elle sera considérée comme des arrhes dont le régime est plus favorable au client

(art L.114-1 du Code de la Consommation).

L'acompte : c'est une partie du prix de vente. L'engagement est ferme et définitif. En cas de non respect du contrat, la partie défaillante s'expose à payer des dommages et intérêts voire l'intégralité du prix de vente.

Les arrhes : Le pouvoir de renoncement au contrat est libre. Toutefois la somme versée préalablement est néanmoins perdue pour l'acheteur qui se dédit, s'il s'agit du vendeur celui-ci doit restituer le double du montant de l'avance. L'article 1590 du Code Civil définit le régime des arrhes.

En résumé : Arrhes ou acompte, l'avance est perdue pour l'acheteur mais l'engagement s'arrête ou non.

Le remboursement en cas de délai de rétraction

En cas de vente à distance et de ventes à crédits affectés vous pouvez récupérer arrhes et acompte versés dans un délai de 14 jours. Il existe toutefois des exceptions, *c'est notamment le cas pour les contrats de vente de voyage.*

Astuce mnémotechnique pour se souvenir de la différence :

Arrhes, je peux m'**arr**êter, **acompte** je dois **contin**uer.



LES PAIEMENTS EN ESPECES

Par décret faisant référence à l'article L112-6 du Code Monétaire et Financier, à partir du 1^{er} septembre 2015 tout paiement en espèces supérieur à 1.000€ est interdit sous peine d'une amende de 5% du montant de la transaction à partager entre le commerçant et le consommateur.

Ce plafond ne vise en fait que les transactions **entre un professionnel et un particulier.**

Dans les autres cas de figure, le cadre n'est pas aussi rigide qu'il n'y paraît, ainsi :

1—si le particulier a son domicile fiscal à l'étranger le plafond est fixé à 15.000€.

2—Le paiement d'une transaction **entre particuliers** n'est pas concerné. Par exemple, vous pouvez toujours acheter ou vendre un véhicule en espèces. Mais il est indispensable d'établir un écrit au-delà de 1.500€ comme preuve de versements.

3—Le paiement en espèces d'un salaire jusqu'à 1.500€ est également toujours possible.

4—Dans le cadre des transactions immobilières le plafond

des paiement en espèces est de 10.000€.

L'objectif politique de ces limitations de ce type de transactions est de limiter la part des opérations financières anonymes. Le gouvernement espère ainsi mieux lutter contre la fraude, le blanchiment et le financement du terrorisme.



VIE QUOTIDIENNE DU CONSOMMATEUR

SMS DOUTEUX

Dans notre précédent numéro nous évoquions les « arnaques par téléphone ».

Voici un cas concret de SMS fumeux vécu par un adhérent. Le n° de téléphone portable 06-46-18-

34-58 lui envoie un SMS l'informant qu'un message lui a été envoyé. Pour ce faire il doit cliquer sur l'adresse :

<http://rdvautel.com/R/?c=tnEC92>

Celle-ci paraît sérieuse. En fait il

n'en est rien, car elle vous redirige vers un site surtaxé situé aux antipodes qui vous ponctionne au passage de plusieurs euros voire dizaines d'euros pour appel vers l'étranger, avec rien au bout !



ECHO DES PERMANENCES - ILS ONT GAGNE !

En 2004, Monsieur P dépose un dossier de surendettement accepté par la Banque de France qui met en place un plan de redressement assorti d'un effacement partiel des créances restantes.

Notre adhérent a scrupuleusement observé les recommandations de la Commission de surendettement en payant tous les mois chaque créancier du montant dû, soldant ainsi son plan en 2011.

La société de crédit COFINOGA, se rappelle à son bon souvenir en 2015 et lui signifie qu'il est encore

redevable de 1547€ à 2.745€ selon deux courriers différents. Notre adhérent, affolé leur téléphone pour connaître la nature de la somme due. Il reçoit en réponse une lettre d'un huissier lui intimant l'ordre de payer.

Las, notre adhérent nous demande de l'aider. L'UFC fait une lettre à la banque pour connaître la nature de la somme réclamée. COFINOGA nous répond qu'il s'agit des intérêts dus pendant la période du plan de surendettement avec le tableau d'amortissement du prêt en pièce jointe.

En principe, dans ce type de plan les taux d'intérêt des crédits sont à 0%, ce qui est le cas ici.

COFINOGA ayant enfreint notamment l'article L 331-3-1 du code de la consommation, l'UFC leur envoie une lettre de rappel des textes de loi. Celle-ci a suffi à ce que COFINOGA cesse toute menace et lui envoie une lettre lui signifiant que la dette était annulée, mais sans un mot d'excuse !

Effectivement « COFINOGA est à vos côtés » mais pas pour les raisons que l'on imagine !



COFINOGA EST A VOS CÔTES

Mr "Z" achète chez **GO VOYAGES** un vol aller /retour aux états unis. La veille du départ, notre adhérent reçoit un mail d'AIR FRANCE l'informant de la suppression du vol "aller" en raison d'une grève.

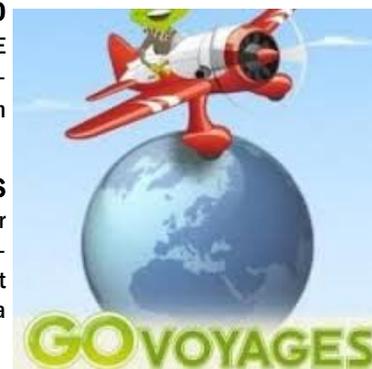
GO VOYAGES ne l'ayant pas signalé à notre adhérent celui-ci les contacte. L'agence propose l'annulation du billet avec remboursement rapide et un nouveau vol aller retour avec une surcote de 158€

pour une nuit supplémentaire liée aux nouveaux horaires qui est accepté par notre adhérent sauf le surcote.

Le remboursement tardant à venir, notre adhérent prend contact en février 2015 avec l'UFC du Havre. Après un premier courrier, **GO VOYAGES** répond, concernant la nuitée supplémentaire, de prendre contact avec la compagnie aérienne AIR FRANCE. L'UFC estimant que le

seul interlocuteur est **GO VOYAGES** et non AIR FRANCE envoie un nouveau courrier demandant à **GO VOYAGES** de prendre en compte la totalité du dossier.

Enfin, après 8 mois **GO VOYAGES** envoie un protocole d'accord pour 1.003€ correspondant au remboursement du premier vol, du surcote du vol de remplacement et de la nuitée supplémentaire.



Monsieur « L » achète un mobile Samsung d'occasion chez Cash Converters. Le téléphone fonctionne correctement durant huit mois jusqu'à une coupure totale.

Il ne s'agit pas d'une panne mais d'un blocage par l'opérateur BOUYGUES.

QUE S'EST-IL PASSE ?

L'ancien propriétaire, avait passé un contrat avec Bouygues intégrant

l'achat du mobile par mensualité. Il n'a pas honoré ses obligations contractuelles et a revendu l'appareil qui ne lui appartenait pas à Cash Converters sans signaler ce « léger » détail et Cash Converters n'a pas vérifié si l'appareil était gagé.

Bouygues de son côté ne voyant aucun remboursement arriver, a fait une déclaration de vol 8 mois après l'achat par notre adhérent et

a rendu inopérant l'appareil en bloquant le numéro IMEI.

UFC QUE CHOISIR envoie plusieurs courriers, qui n'aboutissent pas, à Cash Converters et à Bouygues.

En dernier recours c'est Bouygues qui à titre exceptionnel considérant que notre adhérent est client chez eux depuis un certain temps décide de débloquent le portable.

L'achat d'un portable d'occasion n'est pas anodin. Il nécessite de vérifier au préalable si celui-ci est gagé ou non. Se méfier donc des offres très alléchantes.

VIE DE L'ANTENNE DU HAVRE

TOUR D'HORIZON DES ACTIVITES DE L'ANTENNE DU HAVRE

L'UFC Que Choisir est souvent perçue comme un prestataire de service que l'on vient voir pour régler un différend avec un commerçant, un artisan, une banque... Pour une partie de nos adhérents, une fois le problème réglé, la relation s'en arrête là, l'adhésion est ainsi perçue comme la rémunération d'un service rendu. L'aspect militant de notre association est alors totalement ignoré.

Si une grande partie de l'activité de nos bénévoles est effectivement centrée sur ces sujets, deux autres activités sont tout aussi importantes :

La représentation des consommateurs dans les instances régionales pour l'environnement, la santé, le surendettement et au Conseil Economique, Social et Environnemental.

L'information des consommateurs par les enquêtes locales sur les prix et les pratiques commerciales.

Celles-ci nécessitent beaucoup de disponibilités de la part des bénévoles.

Seul l'accompagnement des adhé-

rents dans la résolution de litiges permet des rentrées d'argent. Les deux dernières activités génèrent des frais de déplacement non négligeables en grande partie financés par l'association elle-même.

Pour continuer à assurer l'ensemble de ces activités et en développer de nouvelles, il nous est indispensable qu'un maximum de nos adhérents nous soutienne en ré adhérent chaque année. A noter que ces versements permettent d'obtenir un crédit d'impôt de 66% pour les personnes imposables.



DE QUOI EST CONSTITUE L'ESSENTIEL DE NOTRE TRESORERIE

Notre président, Gérard Loue vous a fait part de nos préoccupations quant aux dotations publiques. Les perspectives à venir nous imposent donc d'être vigilants dans la gestion de notre association.

En 2014, nous avons atteint le seuil d'autonomie financière pour la première fois depuis fort longtemps. C'est-à-dire que nous avons pu payer la totalité de nos charges grâce aux adhésions, c'est-à-dire

grâce à vous. Ces versements sont de quatre ordres :

1—les nouvelles adhésions prises lors d'un accompagnement de consommateur pour un litige.

2—les adhésions spontanées de consommateurs désirant, par ce geste, militer pour la défense des consommateurs.

3- Les renouvellements d'adhésion. Les adhérents exprimant ainsi

leur volonté de rester en lien avec notre association.

4—Enfin des dons d'adhérents qui démontrent par leur générosité leur souhait de nous aider à continuer et développer nos actions de défense, de représentation et d'information des consommateurs. Cette année vous avez été particulièrement nombreux à nous apporter ainsi votre soutien, encore merci.

LES PROJETS POUR L'ANNEE 2016

En 2015, nous avons développé une communication auprès des collectivités locales afin de mieux nous faire connaître. De ces entretiens avec les municipalités, deux projets de création de permanences sont en cours de réalisation à Gonfreville l'Orcher au début du mois de février 2016 et à Saint Romain de Colbosc courant du deuxième semestre.

D'autre part, nous espérons conso-

lider notre indépendance financière, seule condition de notre liberté d'agir. Nos efforts vont continuer à porter sur la rationalisation de nos dépenses. Les tarifs d'affranchissement vont augmenter sensiblement en 2016, afin d'en atténuer les effets, nous devons accentuer l'utilisation des nouveaux modes de communication. Pour ce faire nous vous demandons, quand cela est possible de nous communi-

quer votre adresse de courriel pour limiter les envois de courrier traditionnel.

Enfin, nous nous efforçons à diversifier les supports de communication. Vous pouvez ainsi nous retrouver sur Facebook sur la page « *UFC Que Choisir LE Havre* »

PRESENTATION DES BENEVOLES DE NOTRE ANTENNE (suite)



Bernard Lelièvre est un des plus anciens bénévoles de l'antenne du Havre. En tant qu'expert en énergie il représente notre association dans plusieurs commissions dont l'objet est la défense de notre environnement. Il siège également à la CODAH pour défendre les intérêts des consommateurs.



Philippe Hemet est la personne centrale de la résolution de litiges. C'est lui qui instruit les litiges de tous ordres. Grâce à lui, nombre de nos adhérents ont gain de cause dans leur différend qui les oppose aux professionnels.



Jean Marc Pilvin bénévole depuis 2010, il est en charge de la trésorerie et participe à la Commission de surendettement de la Banque de France. Il constitue également les dossiers de surendettement en rendez vous le jeudi à l'antenne de Caucrauville.



Claude Herrenschmidt est notre responsable Communication. Depuis début 2015, il a établi un plan de communication auprès des municipalités de la région havraise qui a permis de tisser des relations avec les élus et de créer ainsi de nouvelles permanences dans deux municipalités des environs du Havre.

L'UFC Que Choisir du Havre a beaucoup de projets pour continuer à servir au mieux la défense des consommateurs. A cette fin, nous avons besoin encore plus qu'avant que de nouveaux bénévoles nous rejoignent. Si vous avez quelques heures par semaine à nous consacrer ou si vous connaissez des personnes susceptibles d'être intéressées, vous êtes les bienvenus.

NOS CORDONNEES

LA VIGIE DU CONSOMMATEUR

12, rue de Saint Wandrille
76610—Le Havre
Accueil des permanences
Mardi 14H00—17H30
Vendredi 14H00—17H30
Bureau Centre Ville
2 Parvis Saint Michel
Jeudi 14H30-17H30
Saint Jean de Folleville - Mairie
le 1^o vendredi du mois 16H30-18H30
Fécamp - Office des sports 21bis rue Jean Louis Leclerc
le 3^o jeudi du mois 14H00-16H30
Montvilliers - AMISC 1 rue des grainetiers
le 2^o jeudi du mois - 9H00-11H00
Centre Social AGIES
76700 - Gonfreville l'Orcher à partir de février 2016
le 1^o mercredi du mois 14H30 à 16H30

Permanence téléphonique les jours ouvrables
de 9H30 à 12H00 et de 14h à 17h00
Au 09—62-51-94-37 ou 06-47-12-53-02

Retrouvez nous sur
www.ufc-quechoisir-lehavre.fr

Vous êtes adhérent mais pas encore abonné aux publications nationales de la fédération UFC Que Choisir, vous pouvez consulter ces magazines à l'antenne du Havre et vous abonner par notre intermédiaire, vous bénéficiez ainsi d'un tarif préférentiel



AIDER LE MOUVEMENT DE DEFENSE DES CONSOMMATEURS

ADHESION—READHESION—DON

Prénom	Nom
Adresse	
Code postal	Ville
Téléphone :	Mobile :
	Courriel :
Primo adhésion *: 35 € Réadhésion : 30 € Je fais un don : _____ *45€ pour une adhésion avec prise en charge d'un litige	

Ces versements sont reconnus comme dons, un reçu fiscal vous sera remis pour votre déclaration de revenus

Vos adhésions servent à financer pour ?

- 31% les fournitures administratives (location photocopieur, assurances, fournitures diverses) frais de déplacement et d'enquêtes
- 28% la location des locaux
- 15% les frais postaux et de télécommunication
- 13% les redevances fédérales
- 7% les impôts et taxes
- 6% le renouvellement du matériel informatique et du mobilier