



# La Vigie

Cette newsletter est un lien entre vous, adhérent de notre association et nous, bénévoles. Son but est de vous faire part des actions menées et des résultats obtenus. Vous y trouverez aussi des informations locales et générales sur la consommation.

La lettre d'information de votre agence locale

## LA FIN DE L'IMPRESSION AUTOMATIQUE DU TICKET DE CAISSE



**E**ntrée en vigueur le 1er août, cela concerne aussi les tickets délivrés par des automates, les reçus de carte bancaire et les bons d'achat imprimés pour chaque transaction. Objectifs : "Lutter contre les substances dangereuses présentes dans les tickets de caisse" et "remédier au gaspillage important". Vérifier que le ticket automatique continue de vous être remis quand la loi le prévoit.

**L**'impression et la distribution d'un ticket de caisse restent automatiques dans de nombreuses situations: lorsqu'il s'agit de biens dits "durables", pour lesquels il existe une durée de garantie légale de conformité (appareils électroménagers, équipements informatiques, téléphones portables, etc.) En effet, si la garantie légale de conformité est un droit, "la preuve de l'achat et de sa date est essentielle à sa mise en œuvre ». Egalement pour des opérations annulées ou de crédit (comme un remboursement) ou lorsqu'ils sont émis par des automates pour bénéficier d'une contrepartie (parkings, péages, etc.). C'est aussi le cas lorsqu'un produit a été pesé (par exemple pour une pièce de viande chez le boucher), pour les prestations de services fournies pour un montant égal ou supérieur à 25 euros (coiffeur, garagiste, etc.). La même règle s'applique, peu importe le montant, dans les hôtels et les restaurants. Dans tous ces cas de figure, il est donc possible de vérifier le montant payé, faire valoir une garantie, ou demander un échange ou un remboursement dans les mêmes conditions qu'auparavant.

### Demander un ticket pour les achats importants

**S**i la loi impose aux commerçants de ne plus l'imprimer systématiquement, elle leur permet en effet de continuer à le délivrer sur demande des clients. "Le commerçant ne peut vous le refuser", rappelle même l'INC conso. Et ce, y compris quand un e-ticket est accessible sur votre compte de fidélité.

**A**ttention, il faut parfois demander explicitement un ticket : le commerçant n'a pas d'obligation de vous le proposer, même si la loi l'astreint à vous rappeler que vous en avez le droit via un affichage en caisse. "Sans le ticket de caisse, la preuve de la date d'achat n'est pas impossible à fournir, mais sera beaucoup plus compliquée".

### Avoir recours au ticket dématérialisé ou au compte fidélité

**S**i vous n'avez pas pris de ticket de caisse, ou si vous l'avez perdu, d'autres solutions existent. Lors de l'achat, le commerçant peut ainsi proposer l'envoi d'un ticket dématérialisé (par SMS, mail ou QR code notamment), mais il n'est pas tenu par la loi de le faire. L'existence d'un compte fidélité permet aussi de retrouver ses achats et d'en justifier le montant et la date mais il nécessite de fournir des données personnelles (en général, prénom et nom, adresse et e-mail).

**E**n l'absence de tout ticket et d'une carte de fidélité, il reste possible d'essayer de "retrouver la trace du paiement dans vos relevés de compte" en vue d'un échange ou d'un remboursement ou de "demander au magasin d'effectuer les recherches"... même si celui-ci n'a aucune "obligation" d'accéder à votre demande.

### LE SITE DU MOIS

Maison de la justice et du droit

<https://www.lehavre.fr/annuaire/maison-de-justice-et-du-droit-mjd>

### ENERGIE: SURVEILLEZ VOS FACTURES

**D**e plus en plus de dossiers nous parviennent concernant le coût de l'électricité et du gaz. Vos factures ont explosé ces derniers mois.

**T**out d'abord il faut comprendre les raisons de cette augmentation en comparant l'évolution du prix du KWh sur vos factures. Vous pouvez ensuite vous renseigner sur le comparateur du site du médiateur national de l'énergie pour savoir si votre choix de fournisseur est le bon. Vous avez la possibilité d'en changer à tout moment.

<https://comparateur-offres.energie-info.fr/compte/profil?profil=particulier>

### L'ARNAQUE DU MOIS ARNAQUE A LA MUTUELLE



Mme D. est hospitalisée en long séjour. Malgré cela, la mutuelle ALPTIS via un courtier lui arrache par téléphone une adhésion à une nouvelle mutuelle alors qu'elle souhaite rester à la Mutuelle Maritime. Le service personnes âgées de l'hôpital est intervenu ainsi que le fils qui la représente. Il a téléphoné et écrit à plusieurs reprises. à ALPTIS qui persiste et prélève 311 € à Mme D. Si les courtiers en assurances prospectent par téléphone dans les hôpitaux et les EHPAD, il s'agit d'un scandale. UFC le Havre intervient de façon ferme et résolue par un courrier juridiquement étayé. Notre antenne locale aurait poursuivi en justice ce courtier mais celui-ci se retire et rembourse les sommes prélevées.

## COMMENT AMENER LE CONSOMMATEUR À FAIRE LIBREMENT CE QUE LE VENDEUR ATTEND



### LA SOUMISSION LIBREMENT CONSENTIE

**L**es consommateurs sont quotidiennement piégés par des manipulations comme l'amorçage, le pied dans la porte, le leurre, l'engrenage, la psychologie de l'engagement, l'effet de gel... etc. Toutes sont là pour piéger les consommateurs en toute légalité car les décisions d'achat sont prises par les consommateurs sans contrainte.

**L**e leurre : Ce piège est tendu à tous les consommateurs qui adorent faire du lèche-vitrine, du « magasinage ». Le principe consiste à inciter le consommateur à prendre une décision d'achat qu'il juge avantageuse. Le vendeur attend que le consommateur ait pris sa décision pour lui faire savoir que l'article n'est pas disponible et il lui propose alors un produit de substitution.

**P**ar exemple, le consommateur, qui a vu en vitrine une superbe paire de mocassins italiens en cuir très souple à 35€ en fin de série, entre dans le magasin convaincu de faire une très bonne affaire. Hélas, il ne reste plus que du 38 alors que monsieur fait du 43. La vendeuse très courtoise et habile lui propose de jolis mocassins en 43 qui lui conviennent comme des gants, mais..... non soldés. Il repartira probablement avec des mocassins payés au prix fort. Il a été victime d'un leurre. Le consommateur ne serait pas entré dans le magasin s'il savait qu'il n'avait pas sa pointure. Il a été piégé.

### L'ESPRIT CRITIQUE DU CONSOMMATEUR

**D**ans la notion de « soumission librement consentie » c'est le consommateur qui décide de lui-même par une impulsion d'achat organisée par le vendeur (têtes de gondole, étiquetages, emballages...), ou par une écoute un peu naïve d'un commercial persuasif. Il subit une domination commerciale et risque d'effectuer des achats attendus par le commerçant.

**L**es commerciaux bien formés aux techniques de vente et à la psychologie des consommateurs ne peuvent pas être poursuivis juridiquement puisqu'ils exécutent une décision du consommateur sans qu'il y ait forcément tromperie. La défense des consommateurs ne peut passer que par l'usage de l'esprit critique.

**L**'esprit critique désigne la capacité d'une personne à ne percevoir pour vrai que ce qu'elle a minutieusement analysé. Le consommateur a la liberté de réfuter le discours du vendeur.

**C**'est le seul véritable rempart à la manipulation habile du secteur de la distribution, du packaging, des fabricants, du marketing et du matraquage publicitaire.

### LE DROIT DES CONSOMMATEURS

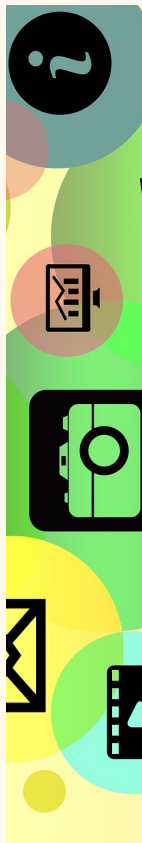


Les consommateurs sont en situation de faiblesse par rapport à la distribution commerciale et la production industrielle. Le marché n'équilibre pas naturellement la situation désavantageuse des consommateurs. Le droit de la consommation est un droit récent 2014/2016 en France. L'Angleterre a promu en 2015 « the Consumer Bill of Right ».

L'objectif du code de la consommation est de protéger les plus faibles en instaurant, par exemple, un délai de réflexion, une garantie légale de conformité de 2 ans, un délai de rétractation de 14 jours, un délai maximum de livraison de 30 jours, des arrhes sauf stipulation contraire, les sanctions contre les pratiques commerciales déloyales ou agressives...etc. Mais la logique de protection du consommateur s'entrecroise avec la logique du marché.

Le droit de la consommation est très positif pour les consommateurs. Cependant, il doit s'articuler avec les autres droits : code du commerce, code civil, code pénal, code des assurances, code monétaire et financier, code du tourisme, les codes de procédures civiles, pénales et administratives... Ce n'est pas un droit autonome, mais un droit spécialisé.

Le Code de la consommation est très imparfait et imbriqué notamment avec le Code civil mais c'est un droit volontariste à l'avantage des consommateurs. Il est lisible, opératoire et appropriable par les consommateurs et les associations qui les défendent comme UFC Que Choisir.



**ECHOS DES PERMANENCES**