



# VOIR & SAVOIR

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

## Le mot de la Présidente



*Le premier semestre a été particulièrement animé avec de nombreuses interventions « hors les murs » comme vous pourrez le lire dans la rubrique « vie associative ».*

*Nous avons eu à organiser notre Assemblée Générale*

*qui s'est déroulée dans une ambiance agréable le 5 avril. Un compte rendu est publié sur notre site <http://cotedor.ufcquechoisir.fr>*

*Enfin nous nous sommes rendus à l'Assemblée Générale de la Fédération qui se déroulait sur 3 jours à Poitiers. Nous avons pu constater une forte participation de délégués présents à ce rassemblement toujours prisé.*

*Aujourd'hui notre préoccupation est notre futur déménagement qui se profile.*

*Nous avons rencontré les Services Techniques de la Ville de Dijon qui sont en charge du dossier pour définir ensemble un calendrier concernant notre déplacement. Nous devrions prendre possession des locaux qui nous sont affectés au 3<sup>ème</sup> étage de la MDA à partir du 24 juin, ce qui nous permettra de disposer de trois semaines pour faire le transfert, sachant que nous devons avoir quitté les locaux actuels pour le 12 juillet.*

*Le 2<sup>ème</sup> semestre se présente sous de nouveaux auspices que nous espérons favorables pour conduire tous les projets que nous avons à mener, et ce jusqu'au mois de novembre où nous tiendrons salon à la Foire gastronomique de Dijon.*

*Une information à surveiller : il semblerait qu'une campagne concernant le gaz soit bientôt lancée.*

*Soyez attentifs. Participer à une action groupée est toujours une bonne opération.*

*A bientôt le plaisir de vous retrouver dans nos nouveaux locaux après de bonnes vacances.*

Odette MAIREY

## Sommaire

### Vie associative

P. 2-3-4

- Printemps des consommateurs
- Devenez bénévoles

### Enquête

P. 4-5-6-7

- Etiquetage de l'origine géographique du miel
- Consommation alimentaire responsable alimentaire : des progrès nécessaires

### Echo (de) consommation responsable

P. 7-8

- Suite à notre visite du Centre de Tri des Déchets de Dijon-Métropole

### Santé

P. 9

- Pourquoi des R.U.

### Les Bailleurs Sociaux

P. 10

- La nouvelle mode

### Info pratique Bon à savoir :

P. 11

- SFAM, enfin un terme à des pratiques

### Humour !

P. 11





## Printemps des consommateurs 2024, résultats

### L'UFC-Que Choisir de Côte-d'Or hors les murs :

Comme chaque année l'UFC-Que Choisir de Côte-d'Or a fêté la date du 15 mars pour lancer ses opérations d'information et de sensibilisation des consommateurs sur le thème de la Consommation responsable accessible à tous.

**Le samedi 23 mars 2024** : bravant les giboulées et le vent, nous avons installé notre stand Place François Rude à Dijon, où de nombreux consommateurs sont venus découvrir les combats de l'UFC-Que Choisir, notamment dans le domaine d'une alimentation responsable. A cette occasion, nous leur avons démontré tout l'intérêt de l'application « Quel Produit » à la fois pour évaluer le Nutriscore dans les produits alimen-

taires, la présence d'allergènes dans les cosmétiques et les perturbateurs endocriniens dans les produits ménagers... en insistant particulièrement sur le pourquoi des notations et sur les propositions alternatives mieux classées ou moins toxiques.

A cette occasion nous leur avons fait découvrir le « PLANET SCORE » prenant en compte les impacts environnementaux et le « bien-être animal ».

Le bar à eaux proposant la dégustation d'eau à l'aveugle, pour identifier parmi trois eaux différentes celle qui correspond à l'eau du robinet, a eu encore un beau succès. Les gagnants ayant identifié l'eau du robinet parmi une eau minérale et une eau de source ont été heu-

reux d'emporter la gourde en verre aux couleurs de l'UFC-Que Choisir.

Le quiz sur la consommation d'eau nous a permis de constater le choix d'un grand nombre de visiteurs de consommer de l'eau du robinet plutôt qu'en bouteille, à la fois pour le prix rapporté au m<sup>3</sup> et sur le devenir des emballages plastiques.

A noter que suite à l'information diffusée aux médias, deux journalistes de FR3 BFC sont venus interviewer les consommateurs sur les différents thèmes, ce qui a été retransmis le soir lors de l'émission régionale.

Les photos jointes illustrent différents moments de la journée en fonction de la météo.

### L'UFC-Que Choisir au Salon des Séniers au Palais des Congrès de Dijon, les 11 et 12 avril 2024.



Cette année nous avons rejoint le secteur des stands associatifs, certes moins grand, mais comme le montrent les photos nous avons pu installer nos affiches et banderoles et

notre bar à eaux qui, une fois de plus, a rencontré un fort succès auprès des visiteurs de tous âges.

Outre les démonstrations de l'application « Quel Produit », la plaquette « Mes Dépanneurs » a souvent été l'occasion d'échanger sur les problèmes rencontrés dans les domaines concernés.

Succédés et les photos jointes montrent que leur présence a permis de répondre aux demandes des visiteurs. Une vingtaine d'entre eux ont laissé leurs coordonnées, soit en prévision d'une adhésion, soit en vue de rejoindre l'Al pour d'autres activités comme les

enquêtes. Merci à tous et toutes pour leur aide !

L'affiche « Je ne suis pas une Data » a interpellé notamment une visiteuse enseignante qui a émis le souhait d'une intervention dans son collège pour sensibiliser les élèves sur la protection des données personnelles. Un rendez-vous sera pris à la rentrée prochaine.



Pour illustrer notre volonté d'être présents hors les murs, le **samedi 25 avril** nous avons occupé un espace dédié dans la galerie de l'**Intermarché Jean Jaurès** à Dijon.

Nous avons sollicité les clients en attirant leur attention sur une consommation responsable accessible à tous.

Les clients, informés de notre présence huit jours avant, n'ont donc pas été surpris par nos sollicitations et nos interrogations sur les combats de l'UFC-Que Choisir et sur nos propositions de démonstration de l'application « Quel Produit ».

Néanmoins, que ce soit à l'arrivée dans la galerie ou en sortie des caisses, seule la présence de notre

bar à eaux surmonté de trois carafes les a intrigués, sans pour autant les inciter à s'arrêter.

Par contre, certains visiteurs locaux de Bailleurs sociaux nous ont fait part de problèmes rencontrés et de situations compliquées. Ce point est à souligner par ce qu'il montre que l'UFC-Que Choisir est bien identifiée comme association de défense et de représentation des locataires des Bailleurs Sociaux.



**Le 4 Mai l'UFC-Que Choisir a participé au Marché Produits Locaux et Bio à BELLEFOND** après avoir proposé aux visiteurs de participer à un « Rendez-vous Conso » sur le thème de la nutrition-santé, ou comment mieux se nourrir. (Cf photo de l'affiche).

Là encore nous avons installé notre stand à l'extérieur, mais le ciel en ayant décidé autrement nous avons dû nous mettre à l'abri sous un auvent. Cette situation nous a quand même permis de rencontrer certains visiteurs déjà très au fait du thème choisi, notamment sur la consommation d'eau du robinet.

Par contre faute de candidats nous avons dû annuler le Rendez-vous Conso !

En conclusion, il est à noter que selon l'endroit où l'on a installé notre stand, et donc où nous nous sommes adressés à des visiteurs plus ou moins convaincus par la notion de Consommation Responsable, les bénévoles ont dû adapter leur discours, souvent pour expliquer que notre association n'était pas là pour fustiger les consommateurs qui ne prendraient pas en compte ces « contraintes » mais pour les accompagner à l'aide de nos outils vers un changement de comportement au bénéfice de leur santé !

Merci aux bénévoles engagés qui ont permis ces manifestations. On se revoit à la rentrée pour de nouvelles actions vers de nouveaux publics.

Pierre GUILLE

## Devenez bénévoles



### Rejoignez l'équipe des bénévoles de notre association Que Choisir Côte-d'Or

**Nous promouvons** une consommation responsable accessible à tous, respectueuse des enjeux environnementaux, sanitaires et sociétaux.

Pour informer, conseiller et défendre les consommateurs, nous recherchons des :

• **Conseillers litiges :**

Bénévoles chargés d'accompagner les consommateurs dans la résolution de leurs problèmes.

**Enquêteurs :**

Bénévoles chargés de collecter des informations sur un sujet donné, qui alimentera les publications nationales : magazine « Que Choisir », sites web, applications mobiles...

**Accueil :**

Bénévoles en charge de l'accueil et de l'orientation des consommateurs, de la gestion administrative quotidienne.

• **Webmaster :**

Bénévole chargé de l'animation des réseaux sociaux et de notre site Web, et/ou de l'utilisation et de la maintenance des outils multimédia

**Représentations :**

Bénévoles chargés de représenter les consommateurs ou les usagers dans des instances locales de concertation (mobilité, gestion de l'eau, déchets...)

**Chaque bénévole est intégré à l'équipe grâce à un tutorat et une formation adaptée**

Renseignements et contact : Christian Chaudouet : 06 83 30 99 03  
Adresse mail : [formation@cotedor.ufcquechoisir.fr](mailto:formation@cotedor.ufcquechoisir.fr)



## UFC-Que Choisir de Côte-d'Or

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

**Courriel :** [contact@cotedor.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@cotedor.ufcquechoisir.fr)

**Site :** <http://cotedor.ufcquechoisir.fr>

**Facebook :** UFC-Que-Choisir-de-Côte-d'Or

**Twitter :** @21\_ufc

### Membres du Bureau :

**Présidente :** Odette Mairey

**Trésorière :** Isabelle Faivre

**Secrétaire :** Michèle Benoit-Lopez

**Vice-Présidents :** Joël Decluy et Christian Chaudouet

**Trésorier Adjoint :** Régis Vergnes

**Secrétaire Adjoint :** Bernard Lafarge

**Membres du Conseil d'Administration :** Philippe Ardouin - Alain Bazot - Michèle Benoit-Lopez - Christian Chaudouet - Gérard Clémencin - Joël Decluy - Isabelle Faivre - Michèle Gerbeau - Pierre Guille- Bernard Lafarge - Marcel Louvet - Odette Mairey - Michel Moreau - Régis Vergnes

**Service Administratif :** Sophie Darmigny

**Directeur de publication :** Odette Mairey

**Crédit Photos :** bénévoles

**Imprimeur :** ICO - ZI DU BAS DES, rue des Combets - 21410 Feurey-sur-Ouche - Tél : 03 80 50 92 70

## Enquête



### Étiquetage de l'origine géographique du miel

**N**ous avons utilisé notre portable pour la prise de photos, mais c'est bien une loupe qui aurait été utile aux enquêteurs qui se sont déplacés dans de nombreux lieux de vente pour vérifier l'inscription de l'origine du miel sur les pots !

Le but essentiel de l'enquête était de repérer les produits ne respectant pas les règles d'étiquetage, c'est-à-dire des pots de miel conditionnés en France mais n'affichant pas les pays d'origine du miel lui-même. En effet un décret du 4 avril 2022 a rendu obligatoire l'indication du nom des pays lorsque les miels en mélange sont conditionnés sur le territoire national. Après vérification sur les photos et croisement avec les autres répon-

ses pour le même produit, une dizaine de références différentes présentent en effet un non-respect des règles d'étiquetage :

#### Cas de non-respect systématiques pour les miels purs

« *Les ruchers d'Antonin* » et « *la ruche roannaise Besacier* », tous les deux du groupe Besacier

#### Cas de non-respect systématiques pour les miels mélangés

*Lune de Miel* (famille Michaud), miel d'acacia et gelée royale, *Lune de Miel* (famille Michaud), miel et ginseng ou miel et propolis verte.

*La ruche aux délices* (famille Michaud), miel et gelée royale bio,

*Les apiculteurs associés* (famille Vacher), miel et gelée royale.

#### Cas de non-respect sur certains lots

*Miel Besacier* (groupe Besacier), miel de Fleur ou d'acacia, bio ou non (15 lots/17).

*Lune de Miel* (famille Michaud), miel de fleur (sur un des lots seulement).

*Les Ruchers du soleil* (famille Michaud), miel liquide bio (enquêté 1 fois seulement).

A la suite de ces constats, et d'autant plus que bien souvent la localisation française et même pyrénéenne de l'entreprise est survalorisée, L'UFC-Que Choisir a déposé une plainte pour pratiques commerciales trompeuses contre l'entreprise Famille Michaud Apiculteurs.

### Les pays d'origine en quelques chiffres

Pour plus de 90 % des pots de miel enquêtés, les noms des pays sont détaillés. Environ 60 % d'entre eux sont des miels 100 % français, 8 % sont issus d'un mélange entre un miel français et du miel étranger, et environ 1/3 sont d'origine 100% étrangère.

Quand le miel n'est pas 100 % français, il y a plusieurs pays d'origine indiqués dans un peu plus de la moitié des cas. Il peut parfois y en avoir jusque six ! Les pays les plus cités sont l'Espagne, la Bulgarie et la Roumanie.

Quand les pays d'origine ne sont pas indiqués, c'est le plus souvent la mention « UE et hors UE » qui est indiquée. L'indication « Amérique latine » revient également à plusieurs reprises.

Michèle BENOIT

## Enquête consommation alimentaire responsable : des progrès nécessaires



L'UFC-Que Choisir met en œuvre tous ses moyens au service d'une consommation responsable, c'est-à-dire respectueuse des enjeux sanitaires, environnementaux et sociétaux (définie dans le Voir & Savoir de mars 2024).

Dans le domaine alimentaire, elle agit aux différents niveaux (du local à l'international) pour l'accès de tous à une alimentation saine, respectueuse de l'environnement, au juste prix.

« Manger mieux, mission (presque) impossible : en comparant l'offre alimentaire de 9 enseignes de la grande distribution sur 29 critères, on constate que la plupart ont beaucoup de progrès à faire ».

C'est l'intitulé d'un point très complet sur le positionnement des Grandes Surfaces Alimentaires (GSA), à la une du magazine Que Choisir n° 1636 de juin 2024.

Au-delà de l'analyse des offres (promotions et mise en linéaires) de 9 grandes enseignes, est mise en évidence la nécessité de voir les pouvoirs publics assurer leur rôle d'encadrement (législation, taxation, aides sociales) pour permettre à tous de pouvoir mieux consommer. Le dossier pose les enjeux nationaux et européens et les espoirs d'évolution : le gouvernement français doit présenter dans les mois à venir sa « Stratégie nationale pour l'alimentation, la santé et le climat ».

### Pourquoi les GSA ?

La volonté déclarée d'un nombre croissant de Français est d'adopter une alimentation saine et respectueuse de l'environnement (limitation de la viande et du sucre, recours au bio). La réalité diffère en raison du contexte des achats : prix et disponibilité des produits, publicité et promotions.

→ « La majorité des repas des Français étant issus d'achats en supermarché, les distributeurs ont une responsabilité dans la promotion du bien manger ».

→ La grande distribution influence « par sa politique de prix, le cahier des charges qu'elle impose à ses fournisseurs et le type de consommation qu'elle promeut en magasin et dans les médias ».

### L'étude

Basée sur l'enquête menée du 23 sept au 7 octobre 2023 par les associations locales (1.304 magasins visités), elle a également fait appel à d'autres données recueillies auprès des distributeurs : analyses de leurs catalogues promotionnels et de leurs sites d'achat en ligne-drive, réponses à une série de questions posées.

### L'offre des 9 enseignes : un aperçu de l'étude...

Elle est examinée sous 5 angles : l'emballage, l'équilibre nutritionnel, l'offre de viande, la disponibilité et les prix du Bio, la disponibilité des produits d'origine française.

Emballage : ils sont source de pollutions diverses. Constat : la majorité des magasins disposent d'un rayon vrac (hors discounteurs), mais ce rayon n'est pas toujours très fourni. Les sachets plastiques sont encore très fréquents et l'offre de sachets réutilisables rare.

Équilibre nutritionnel : Face aux quelques règles d'hygiène de vie médiatisées, les enseignes font une large promotion des alcools et des produits trop gras, salés ou sucrés dans leurs brochures (60 % des produits). Le Nutri-Score des produits en marques de distributeur est généralement mentionné dans l'offre en ligne-

Drive (8 enseignes sur 9), plus qu'en magasin. Mais les produits déséquilibrés sont de loin majoritaires dans les linéaires. La diversité et la disponibilité des fruits et légumes courants et de saison recherchés pour l'enquête varie selon les enseignes (à surface égale).

Offre de viande : Malgré les risques pour la santé d'une surconsommation de produits carnés, ils représentent en moyenne 12,5 % des articles en promotion dans les brochures (1 produit sur 8), loin devant les fruits et légumes. Dans la gamme des produits élaborés (pâtes, pizzas et tartes, sandwiches,...), peu n'en contiennent pas : moins de 10 % pour certains produits.

Bio (prix et disponibilité) : Une étude de l'UFC-Que Choisir de 2022 a montré que les fruits et légumes Bio sont plus chers en grandes surfaces que dans les circuits courts, du fait des marges distributeur. Le différentiel avec les produits non Bio est parfois spectaculaire dans une même enseigne (près du double). Le manque de disponibilité des produits Bio recherchés pour l'enquête est flagrant pour 3 enseignes, contrairement aux 6 autres chez qui 2/3 des références en moyenne étaient présentes.

Origine France (disponibilité) : Des fruits et légumes courants et/ou de saison français sont proposés parmi d'autres, dans la plupart des cas, mais une part minime (moins de 10 %) est d'origine locale. La quasi-totalité des produits frais (viandes, œufs, lait) sont d'origine française chez les 6 enseignes ayant accepté de répondre à cette question, l'origine de ceux intégrés aux produits transformés de leurs marques distributeur est plus diversifiée...

# Enquête (suite)



## Evaluation par enseigne et par thème

ENSEIGNES	EMBALLAGE	EQUILIBRE NUTRITIONNEL	OFFRE DE VIANDE	BIO (Disponibilité, prix)	ORIGINE FRANCE (disponibilité)
ALDI	Très insuffisant	Très insuffisant	Très insuffisant	Très insuffisant	Très insuffisant
AUCHAN	Mauvais	Mauvais	Très insuffisant	Mauvais	Mauvais
CARREFOUR	Mauvais	Mauvais	Très insuffisant	Passable	Mauvais
CASINO	Très insuffisant	Mauvais	Très insuffisant	Très insuffisant	Mauvais
E. LECLERC	Passable	Mauvais	Très insuffisant	Passable	Mauvais
INTERMARCHÉ	Mauvais	Très insuffisant	Très insuffisant	Mauvais	Très insuffisant
LIDL	Très insuffisant	Très insuffisant	Mauvais	Très insuffisant	Très insuffisant
MONOPRIX	Très insuffisant	Mauvais	Mauvais	Très insuffisant	Passable
U	Mauvais	Mauvais	Très insuffisant	Mauvais	Passable

Cette approche est affinée dans le dossier du magazine Que-Choisir de juin 2024, qui établit un classement des enseignes, du meilleur au moins bon pour chaque thème.

Les résultats relatifs aux prix ont été présentés dans le Voir et Savoir n°189 de mars 2024 : *Enquête prix - Le match magasins/drives*.

### Les résultats « Disponibilité des produits » en Côte-d'Or

Notre Association Locale a contribué à l'enquête « Consommation

responsable en GSA » menée à l'automne 2023. Les enquêteurs ont effectué des relevés dans 14 magasins des 8 enseignes présentes dans le département.

Les disponibilités de produits constatées relèvent de 3 des 5 thèmes de l'étude nationale : Emballage, Bio, Origine France.

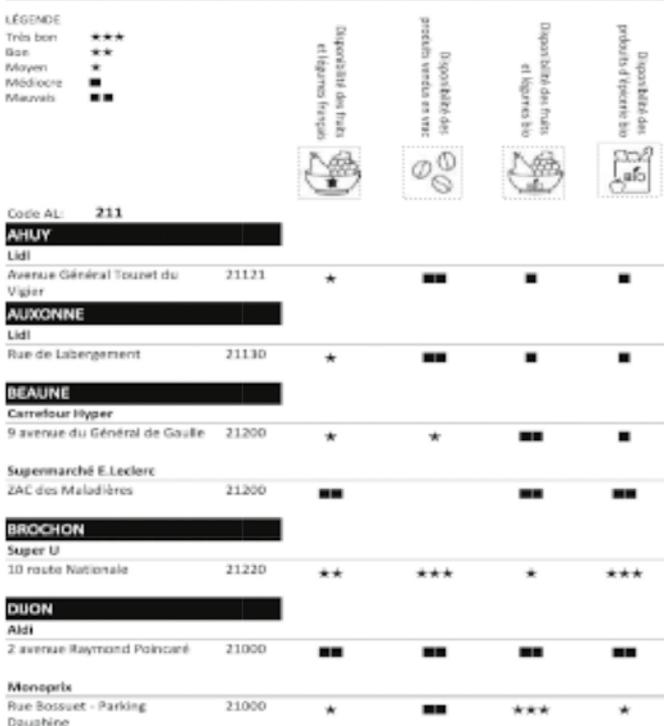
Les mieux achalandés : Carrefour Toison d'Or et Leclerc Zone Cap Nord à Dijon, Super U à Brochon.

La portée de ces évaluations individuelles reste cependant indicative à double titre : ils ne

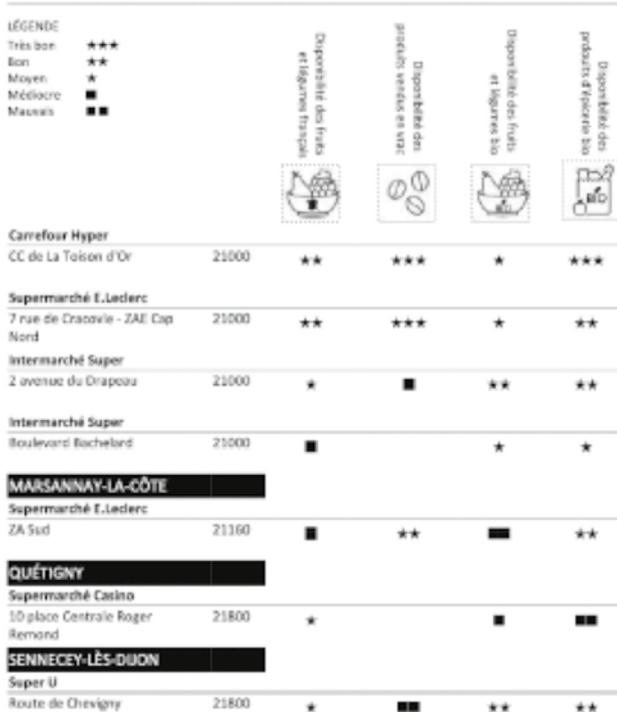
représentent que 1 % des relevés ayant servi de base à l'étude ; ils reflètent la disponibilité des produits du 23 sept au 7 octobre 2023 et les magasins sont susceptibles d'avoir fait évoluer leurs approvisionnements.

Le rapprochement avec les résultats nationaux de leur enseigne, présenté ci-après, ne s'avère pas réellement significatif, même en tenant compte de l'échelle de notation resserrée (très bon / bon / moyen équivalant à Passable, médiocre à Mauvais, mauvais à Très Insuffisant).

Résultats de l'enquête consommation responsable en grande surface 2023



Résultats de l'enquête consommation responsable en grande surface 2023





Emballage / Disponibilité des produits vendus en vrac : 3 des 4 enseignes les moins bien notées le sont également au plan national « Très Insuffisant » pour les enseignes Aldi, Lidl, Monoprix. Les relevés de 2 magasins Leclerc de Dijon reflètent les bons résultats nationaux.

Bio → Disponibilité des produits Bio (fruits et légumes et produits d'épicerie) : Le mauvais positionnement des enseignes Aldi, Lidl et Casino est la seule concordance avec les résultats natio-

naux. La disponibilité dans 8 des 14 autres enseignes, s'avère passable et celle relevée chez Carrefour et Leclerc, bien placés au national, s'avère hétérogène.

Disponibilité des fruits et légumes cultivés en France (4 fruits et légumes très courants, de saison et largement cultivés en France) : Les relevés effectués dans 10 magasins sur 14 les placent en position assez favorable (moyen à très bon). Par enseigne côte d'orientale, la disponibilité dans les différents

magasins apparaît très inégale chez Leclerc, Aldi voire Intermarché.

Un grand merci aux enquêteurs qui ont participé à alimenter cette étude !

Brigitte LEMARCHAND

## Echos (de) conso responsable

### Suite à notre visite du Centre de Tri des Déchets de Dijon-Métropole

À l'occasion du lancement de l'extension des consignes de tri des déchets ménagers, dont la collecte des bio-déchets, et suite à l'annonce de l'importante modernisation du Centre de Tri de Dijon-Métropole, une visite de terrain sur ce thème s'imposait pour illustrer cette évolution majeure dans nos propres pratiques de tri.

Damien de Malliard, Directeur du pôle valorisation des déchets (et de l'Usine de Valorisation Énergétique) a accueilli mercredi 13 mars à 10 h un groupe de 11 bénévoles UFC-Que Choisir pour une rencontre d'information autour du tri et de la valorisation des déchets ménagers.

Avant la visite technique, en présence du directeur du centre de tri, M. Gérald Duchet, de larges explications nous ont été don-

nées sur les principes de collecte/valorisation de tous les déchets ménagers au sein de la Métropole (et plus largement) :

- que met-on dans les poubelles grise et jaune ? (flyer CITEO téléchargeable sur notre site)
- qui est concerné par l'expérimentation de tri des bio-déchets alimentaires ?
- ce qui doit être obligatoirement apporté en déchèterie
- les consignes spécifiques pour les emballages en carton, en plastique ou en métal
- les erreurs d'application des consignes de tri qui peuvent perturber la marche du centre de tri.
- les flux de déchets en Côte-d'Or, le centre étant conçu pour les traiter.

Plusieurs documents d'information du public sont consultables en ligne (liens ci-après) :

- un portail sur toutes les activités « déchets ».
- le règlement de collecte de Dijon-Métropole
- des conseils de réduction à la source
- le tri des déchets alimentaires (secteurs expérimentaux).

Les participants ont ensuite effectué la visite du centre de tri des emballages, qui a été modernisé en vue d'augmenter la qualité de cette ressource pour le recyclage, et dont l'extension permet d'assurer le tri du contenu des poubelles jaunes du département, représentant un tonnage global de 35 000 tonnes par an. Les directeurs nous ont expliqué le fonctionnement de chaque étape





du parcours effectué pour séparer les différents types d'emballages (cartons, papiers, métaux, divers, contenants plastiques, dont les bouteilles d'eau minérale,...). Les processus utilisés à haut débit sont automatisés (tri gravitaire, optique, magnétique,...), une vérification manuelle concerne néanmoins les plastiques.

Les opérateurs ont beaucoup insisté sur la qualité du tri à effectuer à domicile :

- les déchets de petite taille (moins de 5cm à mettre dans la poubelle grise) ne seront valorisés que par incinération,
- ceux de grande taille indésirables et ceux à risque d'incendie s'éliminent uniquement en déchèterie :

- un gros jouet, un parapluie peuvent bloquer la chaîne !
- les objets à risque incendie : piles au lithium ou bouteilles d'aérosol non vides,
- le lavage à domicile des emballages n'est pas nécessaire (le traitement industriel le fera),
- les bouteilles plastiques peuvent être compressées à plat (pour une meilleure lecture optique).

Documentation à consulter en ligne :

<https://www.trionsnosdechets-dijon.fr/Particulier>

<https://www.trionsnosdechets-dijon.fr/content/download/2323/36825/version/1/GLEMENT+DE+COLLECTE-2018.pdf>

<https://www.trionsnosdechets-dijon.fr/Particulier/Reduire-mes-dechets>

<https://www.trionsnosdechets-dijon.fr/Particulier/Reduire-mes-dechets/Trier-mes-dechets-alimentaires>

Article QC ? « **Même sales, les emballages vont au recyclage !** »

<https://www.quechoisir.org/conseils-tri-des-dechets-meme-sales-les-emballages-vont-au-recyclage-n120118/>

## Nous planifions un programme de visites du Centre de tri

Pour que les adhérents d'UFC-Que Choisir de Côte-d'Or, tous consommateurs responsables, puissent apprécier également les progrès réalisés dans le tri et donc la valorisation de nos déchets ménagers, et bénéficier des conseils de bonne gestion de leur tri, nous envisageons d'organiser plusieurs visites du centre, au 3<sup>ème</sup> trimestre.

Pour faciliter la constitution de ces groupes de visite (limités en taille pour des raisons techniques et de sécurité de visite d'un outil industriel), **le recueil des candidatures s'effectuera avant le 31 juillet**, exclusivement en ligne (contact@cotedor.ufcquechoisir.fr) ou auprès de la permanence d'accueil (tél. 03 80 43 84 56).

Des annonces seront également faites sur notre site internet.

Les inscriptions définitives et les informations pratiques sur le programme des dates de visites et le lieu de rendez-vous seront confirmées de préférence par courriel ou à défaut par téléphone.

Gérard Clémencin, référent Environnement





## Pourquoi des Représentants des Usagers (RU) ?

**E**n 1974, Simone Veil établit la première charte du malade hospitalisé : elle affirme le droit pour le malade au respect de sa dignité et de sa personnalité et met ainsi en place les premiers fondements concernant les droits des malades.

En avril 1996, les ordonnances dites « Juppé » actent la représentation des usagers en établissement hospitalier : elles positionnent le malade comme une source d'information sur la qualité de la prise en charge et mettent en place une commission de conciliation dans les établissements de santé.

A la suite des Etats généraux de la santé de 1998 à 1999 sous l'impulsion de Bernard Kouchner,

la loi N° 2002-2 du 2 janvier 2002 promeut le droit des bénéficiaires et de leur entourage, et l'exercice de la citoyenneté.

Après d'autres lois et modifications législatives, les Représentants des Usagers sont nommés dans chaque établissement et siègent dans une commission la « Commission Des Usagers ». Ces hommes et femmes sont nommés aujourd'hui par l'A.R.S. (Agence régionale de santé) et font l'objet d'une formation sanctionnée par un « certificat d'aptitude ».

Ils siègent également dans d'autres commissions au sein des territoires.

Quel est le rôle des R.U. ?

- **Observer et dire :**

- veiller à la bonne expression des attentes et besoins des usagers,
- participer à la définition de la politique de santé au niveau de l'instance et/ou du territoire.

- **Défendre les principes de la démocratie en santé.**

Christian CHAUDOUET



**Dans chaque établissement hospitalier, qu'il soit public ou privé, la liste et les coordonnées des R.U. doivent être affichées à l'entrée des établissements et dans le livret d'accueil remis à chaque patient.**

**En cas d'hospitalisation, si vous ou votre entourage constatez un manque dans la prise en charge, dans le vécu quotidien notamment et si vous n'êtes pas écouté par l'équipe médicale, n'hésitez pas à saisir le représentant des usagers qui pourra intervenir pour faire respecter vos droits.**

## REPRÉSENTANT DES USAGERS DU SYSTÈME DE SANTÉ





## La nouvelle Mode

**T**ant au niveau local que national, ce début d'année a vu, lors des réunions des différents organismes, la volonté de mettre en place divers accords collectifs sur les « charges récupérables » auprès des locataires. S'appuyant sur le décret n°82-955 du 9 novembre 1982 qui prévoit la liste des charges d'entretien et réparations récupérables, les organismes se sont jetés sur l'application du texte pour préparer les accords collectifs correspondants. Avec comme objectif soi-disant de faciliter les obligations d'entretien et de travaux incombant aux locataires, mais surtout de transférer une partie des coûts engagés par les bailleurs en leur lieu et place.

C'est ainsi qu'un des bailleurs sociaux propose pour certaines rubriques de transférer tout ou partie de la charge correspondante ou de limiter celle-ci à 40 % du coût, gardant à sa charge 60 %. Un autre au niveau national propose un forfait annuel, par exemple 30 € en matière de « robinetterie » et 180 € pour l'entretien et la main-

tenance des « chaudières individuelles au gaz ».

Certains mettent en avant soit les risques d'incendie en cas de dysfonctionnement (exemple les Détecteurs Autonomes Automatiques de Fumée), soit le non-respect des obligations annuelles de contrôle et maintenance (exemple les chaudières individuelles au gaz).

Pour votre information, sachez que toutes les associations de défense des locataires, comme l'UFC-Que Choisir, sont sollicitées, tant au niveau local que national pour donner un avis favorable aux différentes propositions d'accord collectif. Celui-ci sera porté à la connaissance des locataires concernés qui, heureusement, auront le dernier mot sur l'application de tel ou tel « Accord collectif sur les charges récupérables ».

Notre Association comme les autres a été invitée à participer aux groupes de travail lancés sur ce sujet à l'occasion desquels nous n'hésitons pas à rappeler qu'avant

de penser à récupérer des charges, les bailleurs feraient bien de justifier les charges actuelles. Enfin, nous ne manquons pas de rappeler que les locataires rencontrent déjà des difficultés à payer leur loyer, il suffit de voir le nombre en augmentation « d'impayés ». Est-ce bien le moment d'en rajouter ?

Par ailleurs, on constate de plus en plus un manque de réactivité aux réclamations de leurs locataires, qu'elles leur parviennent directement ou par notre intermédiaire. A savoir que même nous, certains nous ignorent et ne répondent même pas à nos signalements.

Récemment nous avons dû provoquer une rencontre entre le président d'un organisme, l'Adjointe au logement de la Mairie de Dijon et nous même pour retrouver les conditions d'un véritable dialogue !

L'Administrateur délégué  
Pierre GUILLE



## SFAM, enfin un terme à des pratiques malhonnêtes !



Le 24 avril 2024, le tribunal de commerce de Paris a prononcé la liquidation judiciaire de cette entreprise spécialisée dans l'assurance de matériel multimédia suite à une saisine de l'URS-SAF qui réclamait plusieurs millions d'arriérés.

Cette société, connue pour ses pratiques déloyales et frauduleuses (prélèvements indus, résiliations non prises en compte, remboursements non effectués), a fait de nombreuses victimes parmi lesquelles des adhérents de notre association.

Le placement en liquidation judiciaire a pour effet de stopper immédiatement l'activité de l'en-

treprise. Deux liquidateurs nommés par le tribunal ont pris le relais. Ils ont pour mission de faire l'inventaire des actifs et du passif de la société en vue, in fine, de permettre le remboursement d'un maximum de créanciers déclarés.

**Si vous faites partie des victimes de la SFAM vous avez 2 mois à partir de la publication du jugement de liquidation au Bulletin officiel des annonces civiles et commerciales (Bodacc), soit jusqu'au 12 juillet, pour déclarer votre créance aux liquidateurs.**

**Les déclarations peuvent être faites en ligne sur le site suivant : [www.sfam-lj.fr](http://www.sfam-lj.fr)**

**Attention :** Les créances détenues par les clients de la SFAM ont toutefois peu de chance d'être honorées du fait de leur caractère non privilégié.

Philippe ARDOUIN  
Conseiller litiges



## Humour



**PRINTEMPS  
en Cours d'Installation**

Chargement... veuillez patienter...



**ERREUR**

L'installation a échoué  
PRINTEMPS non-disponible  
dans votre région.



## NOS PERMANENCES au 31 mai 2024

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

L'Accueil des consommateurs est ouvert :

- du lundi au mercredi de 9 h-12 h et 14 h-17 h
- le jeudi de 9 h à 12 h
- le vendredi 9 h-12 h et 14 h-16 h 30
- le samedi de 10 h-12 h uniquement par téléphone

**Beaune :** le samedi de 9 h à 12 h - Espace Bretonnière - 1, rue des Vignes derrière les Vérotes

**Montbard :** le 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> mercredi du mois de 9 h à 12 h - Centre Social Romain Rolland.

**Semur-en-Auxois :** le 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> mercredi du mois de 9 h à 12 h - Espace socio-culturel du mail - 1, avenue Pasteur

**Pour le traitement des litiges avec un professionnel,** un rendez-vous avec un conseiller du domaine concerné<sup>(1)</sup> sera nécessaire soit :

- par téléphone : 03 80 43 84 56
- via le site : <https://cotedor.ufcquechoisir.fr/> bouton : « PRENDRE UN RENDEZ-VOUS »
- par mail : [contact@cotedor.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@cotedor.ufcquechoisir.fr)

**(1) Domaines concernés :**

- Logements, copropriétés, locations, syndicats, etc...
- Construction, rénovation, malfaçons, PAC, etc...
- Assurances des biens, des personnes, etc...
- Banques, organismes de crédit, etc...
- Auto, moto : achat neufs, occasions, réparations, etc...
- Commerces, loisirs, achats par internet, voyages, etc...
- Energie, eau, problème de facturation, etc...
- Téléphonie fixe, mobile, internet, etc...
- Santé, environnement.

### VOIR & SAVOIR

UFC-QUE CHOISIR de Côte-d'Or  
2, rue des Corroyeurs - Boîte N14  
21000 DIJON cedex  
[contact@cotedor.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@cotedor.ufcquechoisir.fr)

**Déposé le 28-06-2024 à distribuer  
avant le 06-07-2024**

*Pensez à renouveler votre adhésion  
Vérifiez la date limite de validation  
sur l'étiquette*

TALANT PDC

**P4**

LA POSTE  
DISPENSE DE TIMBRAGE

**Offre couplée :** réadhésion à l'Association Locale d'UFC-Que Choisir de Côte-d'Or et au site [Quechoisir.org](http://Quechoisir.org)

*Rappel :* l'adhérent reçoit deux mois avant la fin de son adhésion, puis un mois avant, un mail de relance pour réadhérer à notre association via le site [que-choisir.org](http://que-choisir.org). Une offre préférentielle permet à l'adhérent de profiter d'un tarif de **9,90 € / an** au lieu de 45 € / an au site [www.quechoisir.org](http://www.quechoisir.org), **s'il renouvelle son statut avant la fin de son adhésion. Le seul mode de paiement valable pour cette opération est la carte bancaire, il n'est plus possible de payer par chèque.**

## BULLETIN d'Adhésion ou de Ré-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 .....

**Pour tout don** (hors cotisation) **supérieur à 10 €**, nous vous enverrons un reçu fiscal correspondant au montant du don, 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.