

(GÉO)POLITIQUE DU MOT DE PASSE

En termes de cybersécurité et d'éducation à la cybersécurité, il existe des inégalités importantes entre les pays. Une étude de l'entreprise GoSecure souligne ces disparités qui ont des fondements économiques, politiques et culturels.



Ainsi les pays avec des gouvernements démocratiques ou avec des PIB par

habitant plus élevés ont une population plus sensible à la cybersécurité et occupent les premières places des classements des systèmes informatiques les plus sécurisés. Cela se ressent sur les choix de mots de passe des individus mais aussi sur les pratiques.

L'indice mondial d'exposition à la cybersécurité place par exemple la Finlande, le Danemark et le Luxembourg parmi les trois pays qui exposent le moins de données personnelles sur le web. La France se trouve à la quinzième place. Ce sont aussi des pays où les mots de passe les plus utilisés par la population sont plus complexes, combinant des lettres et des chiffres, alors que la majorité de la population se limite le plus souvent aux classiques « 123456 », « azerty » ou à un simple mot.

Plus on est riche et plus on est enviable. Ainsi, l'Europe, l'Amérique du Nord, le Japon et la Chine sont les pays le plus souvent ciblés par des pirates informatiques. Ces pays investissent alors dans les infrastructures et les outils de cyberdéfense, proportionnellement au nombre d'attaques.

Reste que la meilleure des défenses, ce sont les bonnes pratiques. Un système éducatif performant laisse plus de possibilités de sortir du champ des matières classiques et donc de sensibiliser la jeunesse à la cybersécurité. Alors qu'en France le mot de passe le plus utilisé reste toujours « 123456 », ce qui prend moins d'une seconde à pirater, on envisage de diminuer l'enseignement en technologie au collège et de le supprimer en classe de 6^{ème}.

Au sommaire dans les Feuilles de Chou de ce mois

CONSOMMATION

PROTECTION DES CONSOMMATEURS : CE QUI CHANGE EN 2023	2
LA DIFFÉRENCE ENTRE UN RETRAIT ET UN RAPPEL DE PRODUIT	2
COUP DE GUEULE D'UNE LECTRICE.....	3
« APPLICATIONS NUMÉRIQUES SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES »	4

LOGEMENT

QUI DU LOCATAIRE OU DU PROPRIÉTAIRE DOIT ENTREtenir LE JARDIN ?	5
NOUVELLE OBLIGATION DE DÉCLARATION POUR LES PROPRIÉTAIRES D'UN BIEN IMMOBILIER EN 2023 .	6

VIE ASSOCIATIVE

POINT SUR L'UNION LAÏQUE ET CITOYENNE DES CONSOMMATEURS (ULCC)	7
--	---

Consommation

PROTECTION DES CONSOMMATEURS : CE QUI CHANGE EN 2023

- **Le délai de rétractation des contrats d'assurance vendus en complément d'un bien ou d'un service passe de 14 à 30 jours.** Les consommateurs disposeront désormais de 30 jours pour revenir sur leur signature et renoncer sans frais à l'assurance ou l'extension de garantie souscrite en même temps que l'achat, par exemple d'un voyage, d'un appareil électroménager ou d'un téléphone portable.
- **Interdiction du démarchage depuis un 06 ou un 07 !** L'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ARCEP) interdit aux plateformes de démarchage **commercial** d'appeler en masse ou d'adresser des sms aux particuliers en utilisant les numéros commençant par 06 ou 07.
- **Le démarchage pour le compte personnel de formation (CPF) est interdit.** On ne peut plus démarcher les titulaires d'un CPF par téléphone, par SMS, par mail ou via les réseaux sociaux, si ce hormis un démarchage au titre d'une action de formation en cours entre le titulaire du CPF et l'organisme de formation. La violation de cette disposition sera passible d'une amende pouvant s'élever à 75 000 euros pour une personne physique et 375 000 euros pour une personne morale.
- **Les personnes reconnues en situation de surendettement n'auront plus à payer d'indemnités de résiliation pour mettre fin à leur abonnement internet ou de téléphonie** (loi du 16 août 2022 portant sur les mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat).

🔗 <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/consommation-ce-qui-va-changer-en-2023>

LA DIFFÉRENCE ENTRE UN RETRAIT ET UN RAPPEL DE PRODUIT

Le retrait est une mesure de prévention qui consiste à retirer, des rayons ou des lieux d'entreposage, des produits non encore vendus.

Le rappel est une mesure supplémentaire qui intervient lorsque les risques pour la santé ou la sécurité des consommateurs sont détectés après la mise sur le marché du produit. Il consiste à demander aux consommateurs de détruire ou



de rapporter les produits défectueux. Les professionnels informent les consommateurs via les médias (campagnes de presse, radio...) et des affichages dans les points de vente.

Il n'y a pas de rappel sans retrait, mais il peut y avoir retrait sans rappel.

Retrouvez tous les avis de rappel de produits dangereux sur le site 🔗 <https://rappel.conso.gouv.fr/>

COUP DE GUEULE D'UNE LECTRICE

Qui ne dit mot, consent-il pour autant ?

Bonjour,

Tout d'abord merci pour vos précieuses informations à chaque bulletin !

Je me permets de vous contacter car il y a en ce moment un secteur qui m'insupporte. Sous des clauses « d'évolution de contrat », ce secteur impose des surcoûts aux consommateurs. Il s'agit du secteur des opérateurs internet.

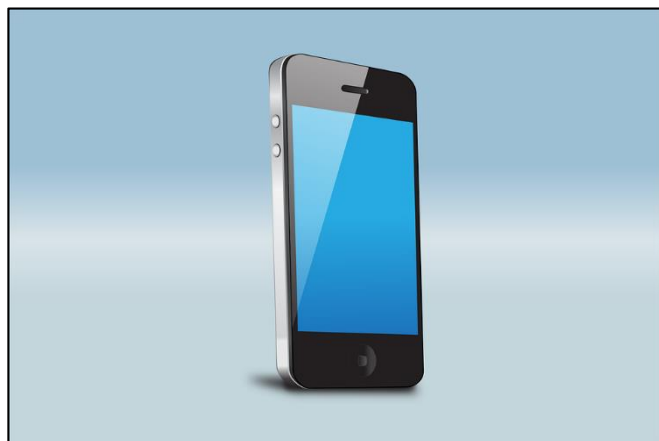
Il y a quelque temps, je me rends compte que mon abonnement internet (version la plus simple, n'ayant ni télévision, ni téléphone fixe chez moi) est passé de 19€90 à 29€90. J'appelle donc mon opérateur Bouygues Télécom, pour savoir ce qui se passe. On me répond que suite à « l'évolution d'offre » que j'ai reçue et que j'avais 4 mois pour contester. En conséquence, on me rajoute 3€ supplémentaires chaque mois pour appeler des mobiles depuis mon fixe... Problème : je n'ai pas de fixe et je n'ai donc pas besoin de cette offre. Or l'opérateur refuse de me rembourser, pire il refuse d'annuler les futurs prélèvements concernant ces 3€...

Il s'agit d'une histoire de morale et d'éthique envers le consommateur. J'en ai assez que, systématiquement, on soit obligé de vérifier les choses, de renégocier nos abonnements, de revendiquer nos droits qui ne sont même plus entendus par ces grands groupes... Je voudrais savoir s'il existe un moyen juridique pour obliger cette société à annuler ce service qui n'en est pas un puisqu'il est d'aucune utilité et que je ne l'ai en aucune façon demandé... Pouvez-vous m'éclairer sur ce point ou voyez-vous un autre moyen pour casser cette évolution d'offre ?

En vous remerciant, bien cordialement.

I. Richard

Ce message utilise le principe du « qui ne dit mot consent », si vous ne refusez pas l'offre alors vous l'acceptez... Ce genre de pratique est malheureusement de plus en plus courante de la part de SFR et Bouygues. L'opérateur a bien le droit de modifier votre contrat mais il doit vous avertir un mois avant et vous pouvez contester dans les 4 mois suivants le changement. Sauf que l'opposition à ce changement n'a pas d'autre issue que la



résiliation de votre part. L'opérateur parie donc sur le fait que vous préférerez éviter les désagréments d'un changement d'opérateur et que vous accepterez cette augmentation du tarif.

Si le délai de 4 mois est passé, il ne reste plus que la possibilité d'appeler l'opérateur et de tenter de négocier au risque qu'il perde un client qui ira voir la concurrence. D'ailleurs, c'est une possibilité clairement à envisager pour faire comprendre à ces opérateurs qu'il est inacceptable de multiplier ces augmentations déguisées des tarifs.

APPLICATIONS NUMÉRIQUES SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES

Le Conseil national de la consommation (CNC) a été mandaté pour mener une réflexion relative aux applications numériques sur la qualité des produits alimentaires et cosmétiques. Le mandat adopté précise que « les consommateurs expriment de nouvelles attentes » et qu'un « nombre croissant d'entre eux recherchent des produits issus de certains modes de production ou de circuits courts, moins transformés ou contenant un nombre limité d'ingrédients, sans additifs ni substances dites controversées, ou encore présentant de meilleures qualités nutritionnelles ». L'ADÉIC participe aux travaux de ce groupe présidé par M. Pierre Chambru, chef du Service de la protection des consommateurs et de la régulation des marchés de la DGCCRF*, aux côtés du Conseil national des associations familiales laïques (CNAFAL) et de l'Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs (ALLDC), membres de l'Union Laïque et citoyenne des consommateurs (ULCC).

Le Conseil National de l'Alimentation (CNA) vient de publier récemment un avis sur les « nouveaux comportements alimentaires » (Avis N° 90 – 07/2022), visant à encadrer le développement des outils numériques, notamment pour essayer de favoriser des comportements alimentaires compatibles avec des systèmes alimentaires durables.

Le développement de diverses applications numériques (Nutriscore, Yuka, etc..) est lié principalement à un manque de transparence des industriels envers les consommateurs, qui ont besoin de comprendre les informations concernant les produits figurant sur les emballages et d'être alertés sur les risques représentés par certains ingrédients (en cas d'allergies). Dans les domaines des additifs alimentaires ou des cosmétiques, il faut reconnaître que le contenu des informations réglementaires est souvent difficilement compréhensible par le grand public, alors que des risques sont parfois identifiés en matière de santé publique tels des ingrédients considérés comme cancérigènes ou pouvant provoquer des allergies sévères.

De plus en plus utilisées par les consommateurs et facilement accessibles via un téléphone mobile, les applications numériques pallient le manque d'informations, par le biais d'un simple code couleur ou d'une notation évaluative. Elles permettent donc aux consommateurs de comparer rapidement des produits pour éclairer leurs choix. Elles sont amenées à se développer plus au cours des prochaines années, malgré les problèmes que pose encore aujourd'hui la numérisation, en particulier pour les publics confrontés à « l'illectronisme » !

Ces applications ont conduit des professionnels à modifier la composition de certains produits. La volonté des industriels serait aujourd'hui d'essayer de limiter le pouvoir des applications numériques. L'exemple le plus probant est celui de l'application nutritionnelle Yuka, qui a été attaquée en justice par l'industrie de la charcuterie pour avoir osé dénoncer la présence de nitrites dans leurs produits. Les nitrites sont considérés comme « cancérigènes » ou « génotoxiques » par le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC), dépendant de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), ainsi que par l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation (ANSES). Yuka a été condamnée par trois fois en première instance avant que la justice ne lui donne finalement raison en appel (décision de la Cour d'appel d'Aix-en-Provence). Dans son arrêt, la cour a reconnu à Yuka le rôle « d'aider les consommateurs à faire de meilleurs choix pour leur santé » en leur proposant « un outil » pour « obtenir une amélioration des produits » auprès des industriels.

Pour l'ADÉIC, s'il faut veiller à la fiabilité des évaluations réalisées, il est hors de question en revanche de laisser les industriels museler l'information, quand elle s'avère gênante pour leurs pratiques.

* **DGCCRF : Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes.**

QUI DU LOCATAIRE OU DU PROPRIÉTAIRE DOIT ENTREtenir LE JARDIN ?

Les parties extérieures d'une maison louée, comme un jardin privatif ou une piscine, doivent être entretenues. En général, c'est le locataire qui est responsable de l'entretien du jardin. Cependant, les règles peuvent varier selon les termes du contrat de location.



Les rapports locatifs sont régis par la loi du 6 juillet 1989. L'article 7 prévoit que le locataire est responsable de l'entretien courant et des réparations locatives de la propriété, ce qui inclut généralement l'entretien des jardins et plus globalement de tous les espaces verts privatifs.

Ces obligations d'entretien sont à la charge du locataire pendant toute la durée de la location. Les travaux de plus grosses importances restent à la charge du propriétaire.

Les parties extérieures dont le locataire à l'usage exclusif et qui doivent faire l'objet d'un entretien courant concernent :

- les jardins privatifs, c'est-à-dire les allées, les pelouses, les massifs, les bassins et la piscine
- les auvents, terrasses, balcons et marquises
- les chéneaux et gouttières
- les clôtures, haies, murs de soutènement
- les autres équipements extérieurs tels que les cabanons ou les abris de jardin

L'entretien courant à la charge du locataire consiste à maintenir les espaces extérieurs de la propriété en bon état. Le locataire peut être tenu responsable de tout dommage anormal causé au jardin pendant la durée de la location.

Le décret n°87-712 du 26 août 1987 donne une liste des « réparations locatives » :

- arroser les plantes et les fleurs
- s'occuper des arbres et des arbustes (taille, élagage, arrosage, échenillage)
- tondre la pelouse
- nettoyer et désherber les allées
- ramasser les feuilles et des déchets
- réparer et remplacer les installations mobiles d'arrosage
- entretenir la piscine en bon état de fonctionnement
- enlever la mousse des gouttières

Le principe selon lequel le locataire est en charge de l'entretien courant du jardin et des réparations locatives est la norme dès lors que le contrat de location ne mentionne rien de différent. Mais, il est

possible d'établir un autre mode de répartition, par exemple en partageant les tâches et les frais d'entretien courant. Le bail doit en faire mention pour se prémunir d'un éventuel litige.

Les contentieux peuvent naître de ce que locataire et bailleur entendent par entretien courant, par exemple ils peuvent ne pas avoir la même vision du jardinage. Si l'un considère qu'il est important de favoriser la biodiversité, l'autre peut vouloir faire la chasse aux mauvaises herbes à tout prix, il est donc important de prendre le temps de se mettre d'accord entre bailleur et locataire.

NOUVELLE OBLIGATION DE DÉCLARATION POUR LES PROPRIÉTAIRES D'UN BIEN IMMOBILIER EN 2023

Tous les propriétaires sont soumis à une nouvelle obligation déclarative à partir du 1^{er} janvier et jusqu'au 30 juin 2023 inclus. Tous les propriétaires de biens immobiliers à usage d'habitation, particuliers et entreprises, doivent déclarer l'occupation de leurs logements sur l'espace « Gérer mes biens immobiliers » du site impots.gouv.fr.



La taxe d'habitation est supprimée pour les résidences principales à partir de 2023. Afin de déterminer précisément les propriétaires encore redevables de la taxe d'habitation (résidence secondaire, logement locatif) ou de la taxe sur les logements vacants, la Direction générale des finances publiques (DGFIP) demande à tous les propriétaires d'une résidence principale, secondaire ou d'un logement loué, d'effectuer une déclaration supplémentaire à l'administration fiscale avant le 1^{er} juillet 2023.

D'après la DGFIP, 34 millions de propriétaires sont concernés pour 73 millions de locaux à usage d'habitation en France.

Cette obligation déclarative concerne tous les propriétaires, particuliers et entreprises, de biens immobiliers à usage d'habitation :

- propriétaire indivis ;
- usufruitiers ;
- sociétés civiles immobilières (SCI).

Tous les propriétaires, particuliers ou personnes morales, d'une résidence principale, secondaire, d'un bien locatif ou vacant, doivent pour chacun de leurs locaux, indiquer à quel titre ils les occupent et, s'ils ne les occupent pas eux-mêmes, déclarer l'identité des occupants et la période d'occupation à compter du 1^{er} janvier 2023.

Cette déclaration est à réaliser en ligne, sur le service en ligne « Gérer mes biens immobiliers » à partir de votre espace personnel ou professionnel du site impots.gouv.fr impérativement avant le 1er juillet 2023.

Pour ce faire, connectez-vous à votre espace personnel ou professionnel sur le site impots.gouv.fr avec votre numéro fiscal et votre mot de passe et allez dans l'onglet « Biens immobiliers » pour effectuer pour chacun de vos biens une déclaration d'occupation (résidence principale, résidence secondaire, local loué, local occupé à titre gratuit, local vacant) et de loyer mensuel (facultatif).

Pour faciliter cette nouvelle démarche déclarative, les données d'occupation connues des services fiscaux seront pré-affichées. Par la suite, seul un changement de situation nécessitera une nouvelle déclaration.

À savoir : En cas de non-déclaration, d'erreur, d'omission ou de déclaration incomplète, une amende d'un montant forfaitaire de 150 € par local pourra être appliquée.

Source : Service-Public.fr

Vie associative

POINT SUR L'UNION LAÏQUE ET CITOYENNE DES CONSOMMATEURS (ULCC)

À la demande du Ministère et de la DGCCRF, qui nous expliquaient régulièrement que le mouvement consommériste français était trop éclaté, qu'il y avait beaucoup trop d'associations de défense des consommateurs agréées, de petite taille, l'ADÉIC, le CNAFAL et l'association de défense des consommateurs de la fédération Léo Lagrange (ALLDC) ont choisi de se



UNION LAÏQUE
ET CITOYENNE
DES CONSOMMATEURS

regrouper sur des valeurs laïques communes, au sein de l'ULCC. Selon l'analyse du Ministère, cette situation d'éclatement nuisait à l'action pérenne de protection et de défense des consommateurs, du fait notamment d'un saupoudrage des subventions publiques de l'État (en baisse continue depuis plusieurs années).

Pour atteindre son objectif de réduction du nombre d'associations de consommateurs agréées, la DGCCRF avait mis en place des mesures de soutien aux regroupements mais nous avons été apparemment les seuls à nous engager dans cette voie. Depuis 2019, date de la création de l'ULCC, nous avons ainsi pu bénéficier d'une certaine stabilité au niveau des financements, subissant des baisses moins fortes de nos subventions que d'autres organisations. Le Ministère a aussi accueilli favorablement la demande d'agrément de l'ULLC en 2021.

En concertation avec la DGCCRF, nous venons d'accepter en décembre dernier la perte de nos agréments respectifs au bénéfice de celui de l'ULLC, à compter de 2023. Grâce à la création de l'ULCC, la DGCCRF est donc parvenue à son objectif de réduction de 15 associations de consommateurs agréées à 13.

Cependant, à l'occasion d'une réunion organisée par la Ministre le 11 janvier dernier, relative à la réforme du paysage consumériste, nous avons eu la surprise d'apprendre qu'une nouvelle association avait demandé et obtenu depuis peu son agrément consommation. Il s'agit d'une ONG européenne : « Foodwatch ».

Nous n'avons rien à reprocher à cette ONG mais cette décision s'inscrit selon nous en contradiction avec la doctrine de réduction des associations exprimée par le Ministère et mise en œuvre par l'administration à notre égard. Elle suscite aussi de nombreuses interrogations quant à la conformité avec les critères juridiques et les contraintes imposées par l'agrément consommation car, comme la plupart des ONG, « Foodwatch » vit essentiellement de dons. Cela soulève aussi évidemment des questions sur les objectifs ciblés par le gouvernement.

Ont contribué à la rédaction du N°113 des Feuilles de Chou :

Jean-Louis Biot, Jean-Louis Blanc, Frédéric Chardon, Jean-Marie Chouleur, Dominique Lassarre, Christophe Prud'homme, Corinne Rabier, Julie Redler, Roseline Vivès.



Les Feuilles de Chou de l'Adéic Languedoc-Roussillon

Association de Défense d'Éducation et d'Information du Consommateur du Languedoc-Roussillon

4, rue Jean Bouin 30000 NÎMES - 07.82.76.30.48 - publications@adeic-lr.fr

Directeur de la publication : Christophe Prud'homme

Rédacteur en Chef : Frédéric Chardon

Crédits photos : Adéic, Pixabay, Wikimedia, flickr

