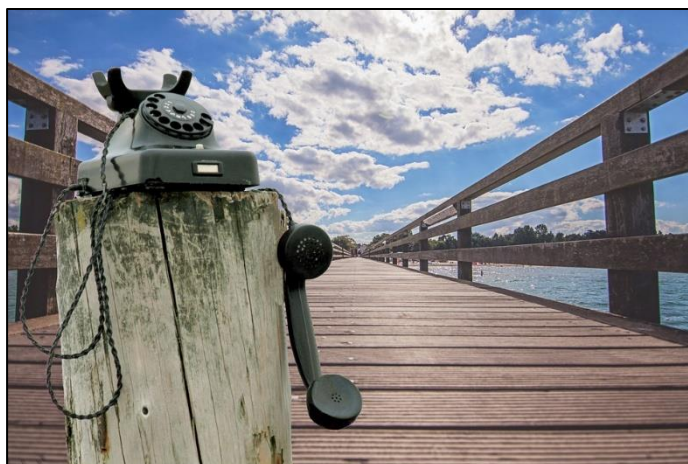


VERS LA FIN DU RÉSEAU CUIVRE

L'actuel réseau téléphonique en cuivre vit ses dernières années. Vieillissant, il est de plus en plus coûteux pour Orange de le maintenir en bon état de fonctionnement. C'est pour cela que l'ensemble du territoire bascule progressivement à la fibre.



Le calendrier est décidé pour Orange, le réseau historique en cuivre fermera en 2028. Seulement cinq ans, l'objectif est ambitieux, bien que la fibre se répande rapidement sur le territoire. La fibre optique représente un progrès, permettant aux abonnés d'avoir une connexion plus fiable avec un bien plus grand débit, dont les pannes (liées généralement à la rupture d'une fibre) peuvent être plus rapidement détectées et réparées.

Cette transition relativement rapide d'un réseau cuivre par nature monopolistique à un réseau où plusieurs opérateurs se font concurrence donne lieu à une foire d'empoigne. Particulièrement entre Orange et l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep).

En effet, Orange souhaite augmenter dans les prochaines années le tarif des opérations techniques et de la mise à disposition des infrastructures à ses concurrents sur le réseau cuivre. Le réseau étant de moins en moins utilisé, il revient de plus en plus cher à entretenir.

Mais les abonnés qui resteront sur le réseau cuivre ne le feront pas par choix. C'est seulement que la fibre ne sera pas encore arrivée chez eux. Une double peine pour ceux qui vivent en milieu rural, où les débits sont plus faibles et les pannes plus fréquentes. Ils devront payer plus cher pour un service de moins bonne qualité.

Espérons que l'Arcep veillera au grain afin que ces abonnés ne payent pas, une fois de plus, les conséquences de cette fracture numérique.

Au sommaire dans les Feuilles de Chou de ce mois

CONSOMMATION

LE MARKETING D'INFLUENCE	2
LE DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE SOUMIS À DES RÈGLES PLUS STRICTES.....	3
BIEN RANGER SON RÉFRIGÉRATEUR : PAS SI SIMPLE !	4

ENVIRONNEMENT

CES VILLES QUI SUPPRIMENT LA PUBLICITÉ.....	6
---	---

SÉCURITÉ

COUP DE BALAYAGE EUROPÉEN SUR LES VENTES EN LIGNE.....	7
COMMENT RÉAGIR EN CAS D'UTILISATION FRAUDULEUSE DE VOTRE CARTE BANCAIRE ?	7

LE MARKETING D'INFLUENCE

Un influenceur ou une influenceuse est une personne qui, par son statut, sa position ou son exposition médiatique, est un relais d'opinion au sein des réseaux sociaux. Ses « articles » consistent le plus souvent à parler de ses préférences culturelles, politiques ou en matière de consommation.

Le recours aux influenceurs pour promouvoir des produits ou services s'est fortement développé, notamment pour permettre aux entreprises de toucher les jeunes. Les influenceurs sont sollicités pour améliorer la communication des entreprises et dans le cadre d'actions publicitaires.



La Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) réalise des enquêtes afin de contrôler les pratiques commerciales des influenceurs et le respect des dispositions protégeant les consommateurs.

Les services de la DGCCRF ont contrôlé plus d'une soixantaine d'influenceurs et agences depuis 2021, actifs dans la promotion de produits et services tels que les compléments alimentaires, les programmes « minceur », les cosmétiques, ou encore les services de trading ou de paris en ligne. Ces contrôles ont ciblé principalement les influenceurs disposant d'un nombre très significatif d'abonnés (followers) ou faisant l'objet de signalements par les consommateurs : 60 % d'entre eux présentaient des anomalies par rapport à la réglementation.

La totalité des influenceurs en anomalie dissimulent le caractère commercial de leurs publications. Parmi eux, certains ont trompé les consommateurs sur les propriétés des produits vendus ou ont promu des produits ou services risqués, notamment dans le domaine des paris sportifs, en s'affranchissant des règles encadrant ces produits. Dans les cas les plus graves, certains influenceurs ont réalisé des opérations de promotions non autorisées, comme celle de l'utilisation du compte de formation professionnelle (CPF) pour récupérer des espèces ou des cadeaux, et donc détourner des financements dédiés à la formation. À la suite de ces constats, les services de la DGCCRF ont engagé plusieurs procédures afin que les contrevenants soient sanctionnés.

Au même titre que les acteurs traditionnels du secteur publicitaire, les influenceurs doivent respecter l'ensemble des règles s'appliquant aux publicités.

La DGCCRF recommande aux consommateurs d'être vigilants quant aux annonces proposées sur les réseaux sociaux et promues par des influenceurs. Il est important de prendre le temps de la réflexion et de ne pas succomber à un achat compulsif, de comparer les prix et les caractéristiques des produits entre plusieurs sites avant de commander et de faire jouer la concurrence.

Si l'identité et les coordonnées du vendeur (avec adresse de contact, et un mail ou numéro de téléphone) ne figurent pas sur le site de e-commerce promu par un influenceur, il est préférable de ne pas acheter sur ce site.

Liens utiles :

🔗 [SignalConso, un service public pour les consommateurs](#) pour signaler toute pratique commerciale trompeuse ou toute difficulté liée à la consommation en quelques clics.

🔗 [Guide Task-Force \(economie.gouv.fr\)](#) pour télécharger le guide de prévention contre les arnaques

🔗 [Dropshipping, gare aux mirages ! | economie.gouv.fr](#) pour tout savoir sur le *dropshipping*, une modalité de vente à distance dans laquelle un consommateur passe commande sur le site internet d'un e-commerçant (Amazon, FNAC, etc.) lequel transmet la commande directement à un fournisseur.

LE DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE SOUMIS À DES RÈGLES PLUS STRICTES

Le 1er mars 2023, le démarchage téléphonique sera soumis à des règles plus strictes : impossibilité d'appeler, le week-end, les jours fériés, à certains horaires...

Si vous avez régulièrement affaire à du démarchage téléphonique, voilà une évolution qui va vous changer la vie. En effet, les règles pour vous appeler vont se durcir à partir du 1er mars 2023. C'est la conséquence d'un décret paru au Journal officiel en octobre 2022 et dont les effets vont pleinement jouer dans quelques jours. Voici ce qu'il faut retenir.

En 2023, les plateformes contactant les particuliers dans le cadre d'un démarchage commercial par téléphone n'ont plus le droit :

- d'appeler le week-end (samedi et dimanche) ;
- d'appeler les jours fériés ;
- d'appeler en semaine avant 10 heures du matin ;
- d'appeler en semaine après 20 heures ;
- d'appeler de 13 à 14 heures en semaine, sur la pause déjeuner.

Ces plages horaires réaménagées profitent à tout le monde. Il s'agit notamment de protéger les particuliers qui n'utilisent pas (ou ne connaissent pas) les dispositifs de filtrage des sollicitations commerciales, comme Bloctel (qui permet de se mettre sur une liste rouge), ou les solutions techniques pour bloquer des numéros de téléphone sur Android et iOS.



Ce nouveau cadre n'interdit pas le démarchage téléphonique, mais le resserre à des plages horaires qui n'envahissent pas la vie privée. Pour éviter des abus, il est aussi demandé à chaque démarcheur, de ne pas solliciter plus de 4 fois une même personne dans un même mois.

Tout démarcheur doit cesser de contacter une personne pendant 2 mois si elle signale son refus d'être démarchée.

Attention, si dans le cadre de l'inscription à un service ou de vos échanges avec une plateforme ou de l'exécution d'un contrat en cours, vous avez déjà donné votre consentement à du démarchage commercial téléphonique, cet encadrement plus strict ne s'applique pas. Les démarcheurs devront cependant démontrer qu'ils ont obtenu ce consentement.

BIEN RANGER SON RÉFRIGÉRATEUR : PAS SI SIMPLE !

Bien organiser son réfrigérateur pour une conservation optimale n'est pas forcément instinctif, et certaines règles peuvent varier d'un appareil à l'autre. Essayons d'y voir plus clair.

Après avoir fait les courses, on a souvent tendance à vouloir abrégé la corvée le plus vite possible et à ne pas trop faire attention à la façon dont on range les victuailles dans le réfrigérateur. Pourtant, des aliments bien rangés se conservent mieux et plus longtemps et on peut même espérer prolonger la durée de vie de son équipement.

Les réfrigérateurs actuels utilisent trois grandes technologies de froid, le froid No Frost, le froid brassé et le froid statique. Selon la technologie employée, la température sera plus ou moins homogène dans l'ensemble du compartiment. C'est physique, l'air chaud étant plus léger que l'air froid, il a tendance à monter, c'est le même principe qu'une montgolfière. Ainsi un réfrigérateur à froid statique d'entrée de gamme sera le plus sujet aux disparités de température : la différence peut ainsi atteindre jusqu'à 5°C entre les zones supérieures (les plus chaudes) et les zones inférieures. En revanche, grâce aux ventilateurs qui font circuler l'air froid, on peut espérer ne pas trop subir ce phénomène dans un appareil utilisant un froid brassé et un froid No Frost.

Ainsi, si on possède un réfrigérateur à froid statique, on préférera donc stocker les aliments "à risque" (poisson, viande...) dans le bas du réfrigérateur. Dans les zones supérieures, là où la température est moins basse, il est possible de stocker des denrées moins exigeantes comme les produits laitiers (fromage, yaourts...) mais aussi ce qui a été cuit ; lors de la préparation, la montée en température a (théoriquement) détruit bon nombre de bactéries. Par contre, pour les réfrigérateurs ventilés, la zone la plus froide se situe au niveau du ventilateur (qui est souvent en haut). **Il est donc important de bien consulter la notice de son réfrigérateur et de vérifier les températures avec un thermomètre adapté.**

Ce qui ne change pas, c'est la meilleure place pour les légumes et les fruits non cuits qui se trouve... dans le bac à légumes. Concernant la porte, on y conservera les aliments les moins fragiles comme les condiments et diverses bouteilles puisqu'il s'agit de la zone où la température varie le plus au gré des ouvertures et fermetures... La règle est donc, vous le savez bien, de garder la porte ouverte le moins longtemps possible.

Il faut aussi penser à retirer tous les suremballages présents sur les produits. Typiquement, on enlève les yaourts de leur emballage en carton avant de les mettre au frais. En cas de produits en vrac (et surtout pour la viande et le poisson), on range les produits cuits et les produits crus séparément, dans

des récipients hermétiques, afin d'éviter la contamination croisée ; les agents pathogènes des aliments crus, pas encore détruits par la cuisson, risquent en effet de contaminer les aliments cuits.

Précisons que les restes doivent être consommés le plus rapidement et ainsi pensons à les mettre bien en vue, au premier rang sur les clayettes afin de ne pas les oublier. C'est aussi le cas pour les produits dont la date de péremption approche. En effet le gaspillage alimentaire représente encore 30 kg par an et par foyer.

Un frigo bien rangé *Mieux conservés les aliments sont moins gaspillés*



Quelques conseils pour une meilleure conservation des aliments

- ✓ Rangez les aliments en respectant les températures mentionnées par les fabricants sur les étiquettes.
- ✓ Respectez la chaîne du froid.
- ✓ Assurez-vous que le frigo est réglé sur une température de +4°C et de -18°C pour le congélateur.
- ✓ Préférez un frigo à froid ventilé.
- ✓ Entretenez vos appareils pour éviter que les bactéries ne se propagent entre les aliments.
- ✓ Nettoyez le frigo au moins une fois par mois.
- ✓ Dégivrez et nettoyez le congélateur au moins une fois par an.
- ✓ Conservez les plats faits maison en les mettant au frigo mais consommez-les rapidement.

CES VILLES QUI SUPPRIMENT LA PUBLICITÉ

Le "Plan de sobriété" du gouvernement conduit les villes à éteindre les panneaux publicitaires lumineux entre une heure et six heures du matin pour réduire le gaspillage énergétique.

Au-delà des économies d'énergie, de plus en plus de citoyens et de politiques se mobilisent pour une ville sans publicité. À Berlin, des pétitions circulent pour bannir la publicité des espaces publics. À Paris, des élus du 2ème arrondissement proposent de supprimer les panneaux publicitaires et de les remplacer par des arbres. La ville de Sao Paulo (Brésil) a banni toutes les affiches de rue. Certaines villes françaises comme Lyon, Bègles, Bordeaux, ou Nantes... entreprennent de réduire l'affichage publicitaire en centre-ville : bâches publicitaires, publicités près des écoles, sur les transports en commun. Ces municipalités tentent ainsi de diminuer les effets de cette pollution visuelle sur la surconsommation et par ce biais sur l'environnement et le climat.

Les habitants retrouvent, l'architecture, le paysage, l'environnement urbain. Et quand celui-ci n'est pas très beau, les villes savent le confier à des artistes : murs peints, sculptures, photographies.

Vous les lecteurs des Feuilles de Chou, qu'en pensez-vous ?

Écrivez à adeic-lr@adeic-lr.fr pour nous dire ce que vous en pensez. Envoyez des photos. Les plus jolis messages seront publiés !



COUP DE BALAYAGE EUROPÉEN SUR LES VENTES EN LIGNE

Un "coup de balayage" est un ensemble de contrôles effectués simultanément sur les sites internet pour détecter les violations du droit de la consommation de l'UE dans un secteur particulier.

Cette étude, présentée par la Commission européenne, a été menée simultanément par les autorités chargées de l'application de la loi dans les pays participants. 399 boutiques en ligne de détaillants commercialisant des produits allant des textiles aux produits électroniques ont été passées au crible.

Les résultats sont alarmants :

- 42 sites web ont utilisé de faux comptes à rebours avec des délais pour acheter des produits spécifiques,
- 54 sites web ont orienté les consommateurs vers certains choix (des abonnements aux produits plus chers ou aux options de livraison),
- 70 sites web dissimulent des informations importantes ou les rendent moins visibles pour les consommateurs. Par exemple, cela comprenait des informations relatives aux frais de livraison, à la composition des produits ou à la disponibilité d'une option moins chère.
- 23 sites web dissimulent des informations dans le but de manipuler les consommateurs pour qu'ils souscrivent à un abonnement.

Pour en savoir plus :

[🔗 https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_fr?etrans=fr](https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_fr?etrans=fr)

Un lien est disponible sur le site pour une traduction française

COMMENT RÉAGIR EN CAS D'UTILISATION FRAUDULEUSE DE VOTRE CARTE BANCAIRE ?

Si d'importants progrès ont été accomplis en matière de sécurisation des transactions, il convient de rester vigilant. Que ce soit en France ou à l'étranger, vous pouvez être confronté à une utilisation frauduleuse de votre carte de paiement. Voici quelques conseils de prudence.

Les principales origines des fraudes sont :



- la carte de paiement a été interceptée lors de son envoi par l'émetteur à son titulaire légitime, ce qui devient rare car les cartes restent inactives sans le code PIN ; la banque est responsable du risque de l'envoi.
- la carte de paiement est utilisée à la suite d'une perte ou d'un vol ;

- la carte de paiement a été falsifiée ou contrefaite ; les pistes magnétiques de la carte de paiement sont copiées dans un commerce de proximité ou dans des distributeurs automatiques à l'aide d'un lecteur à mémoire, le code confidentiel est capturé à l'aide d'une caméra ou par le biais d'un détournement du clavier numérique ;
- le numéro de la carte a été usurpé, pour ensuite être utilisé pour des paiements frauduleux sur Internet. Cela peut être fait suite à un piratage des systèmes informatiques ou grâce à la technique de l'hameçonnage (ou phishing) : les fraudeurs récupèrent les données personnelles de l'utilisateur de la carte, principalement par le biais de courriels renvoyant l'utilisateur vers des sites frauduleux ayant l'apparence de sites de confiance ;

Afin de se prémunir du risque d'une fraude, le consommateur doit se montrer prudent une fois la carte en sa possession et il ne doit pas donner les numéros de carte à une autre personne ou le code secret.

Dès que vous avez connaissance du vol, de la perte, du détournement ou de toute utilisation non autorisée de votre carte de paiement, vous devez en informer dès que possible votre banque afin de bloquer la carte. Il est recommandé de doubler la demande par un écrit daté comme un courrier en recommandé.

Vous trouverez une vidéo expliquant la procédure en cas de fraude sur votre carte bancaire réalisée par l'Adéc et Consomag :

<https://www.adeic.fr/?playlist=95c993b&video=2104a05>

Rappel : le délai légal pour signaler une opération de paiement non autorisée est de 13 mois à partir de la date de débit de votre compte (si votre établissement bancaire est situé dans l'Union Européenne ou l'Espace économique européen, 70 jours sinon), mais ne tardez pas sinon d'ici là vous serez certainement à découvert...

Ensuite, il faut se tourner vers les forces de l'ordre pour déposer une plainte et faire un signalement sur la plateforme PERCEVAL.

De son côté, la banque doit empêcher toute utilisation de votre carte de paiement après avoir été informée de sa perte, de son vol, de son détournement ou de toute utilisation non autorisée de la carte ou des données qui lui sont liées. Elle doit vous rembourser immédiatement l'opération non autorisée et rétablir le compte débité dans l'état dans lequel il se serait trouvé si l'opération non autorisée n'avait pas eu lieu.

Si la fraude est liée à une perte ou un vol de la carte et qu'un dispositif de sécurité a été employé (code PIN par exemple), les frais « d'opposition » de la carte peuvent s'élever à 50€. Lorsque la fraude a été effectuée sans l'utilisation du dispositif personnalisé de sécurité ou que la carte a été contrefaite, votre responsabilité n'est pas engagée et il n'y a aucun frais.

Ont contribué à la rédaction du N°114 des Feuilles de Chou :

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



Les Feuilles de Chou de l'Adéc 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 : Adéc, Pixabay, Wikimedia, flickr

