



Lettre d'information n°86
juin 2020



Le centre Chambéry vide

CHAMBÉRY & AIX-LES-BAINS

Cette fois encore, notre lettre électronique ne peut se présenter sous son format normal, l'information consumériste que nous relayons habituellement étant soit peu nombreuse soit consacrée à l'actualité de la pandémie. Or sur ce deuxième point, les informations sont disponibles sur [notre site national](#) et il nous paraît inutile de les retranscrire. Nous avons donc souhaité évoquer les divers jeux d'acteurs durant le confinement, certains réagissant de manière astucieuse et utile à la société, d'autres n'oubliant pas leurs intérêts bien compris. Le panorama est très partiel mais se veut surtout illustratif.

LES ENTREPRISES FACE À LA CRISE

Le triomphe du télétravail

Avec le Covid-19, le télétravail s'est imposé durablement. Alors que 3 % de la population active l'avait expérimenté avant l'épidémie, c'est aujourd'hui plus de 20 % des salariés qui ont basculé dans ce nouveau mode de travail. Et ce test géant pourrait avoir des conséquences à long terme dans les entreprises. Grandes (par ex PSA pour 80 000 personnes) ou petites se sont adaptées et [le résultat apparaît positif](#) pour elles. Du côté des salariés le bilan est [un peu plus mitigé](#), l'expérience se révélant souvent épuisante, et compliquée avec la présence d'enfants à la maison. Le mouvement semble devoir se poursuivre, moyennant quelques règles à préciser.

Des entreprises souvent réactives

Au delà du télétravail beaucoup d'entreprises ont très vite essayé de rebondir, soit pour fournir le matériel manquant (gel, plexiglas, [masques](#), [matériels](#) et [accessoires](#) médicaux ...), soit pour investir [des créneaux porteurs](#) à moyen terme.

Mais d'autres sont moins citoyennes

C'est le cas [des compagnies aériennes](#). Elles avaient décidé de ne pas rembourser les billets achetés sous forme de vols simples. La Commission Européenne leur a rappelé leurs obligations avant de négocier un compromis. Des difficultés persistent néanmoins pour les agences de voyages qui, ayant à rembourser les séjours, ont du mal à récupérer la partie transport.

C'est le cas aussi [des entreprises « carbonées »](#) qui demandent des aides de l'État pour maintenir un modèle économique sans avenir et qui ne s'engagent à rien en contrepartie.

Et d'autres enfin font évoluer leur dispositif d'arnaque pour profiter de la crise

Masques, matériels de dépistage, remèdes miracles, visites à domicile sous de fausses bonnes raisons, [la liste est longue](#) et l'imagination des escrocs a été performante. Dans ce contexte, [l'assurance maladie](#) a constitué une « couverture » particulièrement efficace, d'où ses appels répétés à la prudence (ses appels citent des noms et des situations individuelles précises, ses renvois internet ne pointent que le site ameli...)

LE RÊVE D'UN NOUVEAU MONDE AUTREMENT CHEZ LES ENVIRONNEMENTALISTES ET CERTAINS POLITIQUES

Le virus va-t-il provoquer un vrai verdissement de nos politiques ?

[Tous les défenseurs](#) de l'environnement espèrent une mise au vert généralisée dans ce « monde d'après ».

Au niveau national, les tribunes se multiplient dans ce sens. Au niveau européen, chacun veut donner des gages : [des ministres européens de l'environnement](#), [la commission](#), et [le parlement](#) sont tentés par la surenchère. La nouvelle [politique agricole commune](#) sera (peut-être) plus verte, notre alimentation plus saine. Pour l'instant, ce ne sont que des propositions mais des [prévisions plus pessimistes](#) sont crédibles.

Va-t-il stopper le réchauffement climatique ?

De nombreux environnementalistes (et même [quelques banquiers](#)) affirment que la crise actuelle n'est que la préfiguration de la prochaine qui sera climatique, et nous invitent donc à anticiper. A l'inverse, beaucoup craignent que les plans de relance signent [un abandon de l'effort](#) de réduction des gaz à effet de serre. Seule certitude, le marché de la taxe carbone est [bouleversé par la crise](#).

Va-t-il mettre tout le monde sur un vélo ?

Certainement pas !, Mais la question des transports privés et publics doit être repensée, et [le vélo](#) est sans doute le premier à devoir se redévelopper. [Chambéry](#) et [Aix-les-Bains](#) seront dans le mouvement, mais attention aux annonces alléchantes des campagnes électorales. [Les finances de la mobilité publique](#) risquent également de souffrir de cette crise. En tout cas, [les premiers plans d'aides](#) aux secteurs les plus touchés font l'impasse sur l'impératif environnemental.

Et que devient l'air de notre région ?

L'ATMO Auvergne-Rhône-Alpes a constaté [une amélioration](#) pendant le confinement, qui s'estompe depuis sa fin, et propose [des suites pour l'après confinement](#) sans retour au passé.

LE CONSOMMATEUR : UN ACTEUR INCERTAIN MAIS TRÈS SOLlicitÉ

Internet, le grand gagnant du COVID-19

Boom des impressions 3D, ruée sur les logiciels de visioconférence pour des réunions de travail ou familiales à distance, e-commerce, information en continu... le grand gagnant du Covid19 est bien [l'internet](#). L'évolution est brutale, surtout pour l'enseignement : encore aujourd'hui 70 % des élèves continuent l'école à la maison. Et pourtant, ces nouvelles pratiques ont exacerbé [les inégalités](#) entre familles équipées ou pas, entre territoires bien ou mal connectés.

Le Consommateur va-il changer son comportement d'achat dans l'après covid 19 ?

Pendant le confinement, nous avons [privilegié les achats en ligne](#) sur les sites de e-commerce, mais aussi tous les dispositifs permettant des livraisons à domicile ou en « drive ». L'appel aux circuits de [vente directe de produits locaux](#) a compensé les fermetures partielles des marchés. [Les circuits courts](#) verront ils leur développement continuer dans l'après ?

Qui va relancer la consommation en berne pendant le confinement ?

La crise, par disparition de l'offre [nous a obligé à épargner](#). Et cette épargne devrait alimenter la relance. Les [avis divergent](#) sur la façon d'orienter le consommateur, voir de capter son épargne. Mais si le mot « [relocalisation](#) » est à la mode, le consommateur acceptera-t-il de payer plus cher pour acheter local ?

Les commerces et les services qui ont fermé pendant le confinement auront ils un après ?

La plupart des commerces qui n'ont pas été autorisés à rester ouverts sont en grande difficulté et ne survivront qu'[avec des aides](#). Des secteurs entiers comme [le tourisme](#) et [le transport aérien](#) seront durablement impactés. Au delà des contraintes réglementaires, l'attitude des consommateurs reste totalement imprévisible.

ET PENDANT CE TEMPS L'UFC-QUE CHOISIR S'EST ADAPTÉ

Au niveau national :

L'UFC répond à vos questions liées en particulier à vos engagements sur des voyages, vols, locations, pour vous aider à analyser les principaux enjeux issus de la crise, pour décrypter les affirmations plus ou moins fantaisistes qui fleurissent sur internet

Une lettre hebdomadaire vous informe: inscrivez vous!. <https://www.quechoisir.org/utills/newsletter>

La presse poursuit ses publications <https://kiosque.quechoisir.org/>

Au niveau local :

Votre association locale est restée à votre écoute, grâce à l'accueil téléphonique, à notre boîte courriel « contact » et à la possibilité de traiter vos litiges en ligne depuis notre site. Seule les RDV à la maison des associations ont été supprimés.

Elle vous a envoyé des courriels pour garder le contact avec des enquêtes proposées par la fédération.

Elle vous informe par ses sites internet.

Elle s'organise pour reprendre ses permanences dans les toutes prochaines semaines.

Les bénévoles ont profité de cette période

- pour se former grâce aux modules en ligne réalisés par la fédération
- pour réfléchir à de nouvelles actions à vous proposer
- pour imaginer ce qui pourrait améliorer l'efficacité de notre mouvement de consommateurs .

Trouvez d'autres informations sur nos sites internet : [A Chambéry](#) ou à [Aix-les-Bains](#)