

Les Cahiers

n° 242
SEPT-OCT 2018

DE L'AFOC

SOMMAIRE

L'ACTU DE L'AFOC

- Qu'est-ce qu'une donnée à caractère personnel ? (p. 2)
- Les données à caractère personnel, « carburant » de la révolution numérique (p. 2-3)
- Comment lutter contre la fracture numérique ? (p. 3)
- Comment protéger ses données ? (p. 4-5)
- Achat par internet, inaccessibilité du SAV (p.5)
- Achats en un clic, quelle portée juridique ? (p.6)
- Achats en ligne, le vendeur n'est pas toujours celui que l'on croit (p.6-7)
- Un peu de technique : les enjeux des « blockchains » (p. 7)

A SAVOIR

- En bref... (p. 8)

AGENDA

(p. 8)

Édito

par *Martine Derobert*
Secrétaire générale



Consommation Numérique : un consommateur augmenté ou diminué ?

D'un point de vue marketing, on peut dire que l'on vit une époque formidable. Les dernières évolutions techniques notamment en matière d'intelligence artificielle et d'algorithmes permettent aujourd'hui d'anticiper les besoins des consommateurs, et cela parfois même avant que ces besoins n'existent ou ne soient exprimés...

Nous vivons donc une époque formidable où le progrès ne manque pas d'avenir. La question n'est évidemment pas d'être « Pour ou Contre » l'arrivée massive du digital dans nos vies quotidiennes. Cela n'aurait aucun sens. Toutefois, du point de vue de l'AFOC, un certain nombre de bémols sont à mettre à l'engouement ambiant, en rappelant notamment que le numérique dont nous sommes de plus en plus dépendants, doit rester un outil au service de l'humain et non l'inverse. La société numérisée n'est pas un monde fantasmé où la liberté, la praticité et la disponibilité, que sans conteste elle offre, ouvrirait aux consommateurs tous les champs du possible. A bien des égards, nous pouvons, -nous devons même, question d'éthique-, nous interroger sur l'impact de son développement, notamment lorsqu'elle se substitue à l'intervention humaine, et de ses effets sur l'avenir du tissu économique, de l'emploi, de la médecine, de l'assurance, mais aussi en termes d'équité de traitement du consommateur ou encore de non-discrimination tarifaire, etc...

La diffusion croissante de cette technologie nous confronte tous les jours, et de manière inédite, à la problématique de l'intégration du progrès technique dans notre vie quotidienne. Face à elle, comment garantir, à tous, une égalité d'accès et d'usage, notamment aux services de base, y compris services publics, et de première nécessité ? Quelle est son « acceptabilité sociale » et jusqu'où sommes-nous prêts à la laisser structurer nos vies et nos sociétés ?

L'émergence croissante du numérique dans notre intimité quotidienne, - via les objets connectés par exemple-, démontre que la révolution digitale n'est plus seulement en train de produire des données, elle met aussi en place une intelligence capable d'en faire usage. Cela induit une autre question très importante pour le consommateur qui est celle de la maîtrise de ses données personnelles. A l'aune de la nouvelle réglementation en vigueur, ce numéro spécial y est consacré.

AFOC

ASSOCIATION FO CONSOMMATEURS
141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS
TÉL. 01 40 52 85 85 • FAX 01 40 52 85 86
www.afoc.net
afoc@afoc.net

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION **Nathalie HOMAND**
ISSN 0985-6129 • DÉPÔT LÉGAL SEPTEMBRE 2018
REPRODUCTION AUTORISÉE AVEC MENTION D'ORIGINE
IMPRIMERIE CGT-FO

LA REPRODUCTION TOTALE OU PARTIELLE DES « CAHIERS DE L'AFOC » N'EST AUTORISÉE QU'À DES FINS NON COMMERCIALES ET SOUS RÉSERVE DE L'INDICATION CLAIRE ET LISIBLE DE LA SOURCE : « CAHIERS DE L'AFOC • 141 AVENUE DU MAINE • 75014 PARIS • PRIX À L'UNITÉ 3,50 € ABONNEMENT POUR 6 NUMÉROS 20 €

QU'EST-CE QU'UNE DONNÉE À CARACTÈRE PERSONNEL ?

L'entrée en vigueur, en mai dernier, du Règlement UE 2016/679 (RGPD), a donné un souffle nouveau à la protection des données des consommateurs et usagers d'internet en France et en Europe. Mais si on entend beaucoup parler de données personnelles, il n'est pas toujours facile de savoir précisément ce qu'il faut entendre par cette notion.

Le règlement (article 4) les définit comme étant « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ».

Le règlement précise également ce qu'est une personne physique identifiable : « une personne physique qui peut être identifiée, directement ou indirectement, notamment par référence à un identifiant, tel qu'un nom, un numéro d'identification, des données de localisation, un identifiant en ligne, ou à un ou plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale ».

En pratique, il faut comprendre de cette définition que, toute donnée se rapportant à votre personne et permettant, même indirectement de vous identifier est une donnée personnelle.

Ainsi, votre nom, prénom, âge, date et lieu de naissance, une photo de vous, un pseudonyme, un numéro de téléphone ou de sécurité sociale, une adresse IP, etc... constituent des données à caractère personnel.

L'intérêt de la distinction entre une simple donnée et une donnée personnelle est importante juridiquement puisque seule cette dernière fait l'objet d'une protection particulière. Protection justifiée par l'usage qui en est fait par les acteurs de l'économie numérique, notamment la vente auprès de tiers, mais qui ne doit pas nous dispenser de redoubler de vigilance quant aux informations nous concernant que l'on dissémine un peu partout sur internet.



LES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL, «CARBURANT» DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

De nos jours, c'est l'évidence même et le constat s'impose : nos données à caractère personnel sont le « carburant » de la révolution numérique.

Ce constat, l'AFOC n'est pas la seule à l'avoir fait, et bien avant elle, avec des moyens colossaux à leur disposition, les géants du numérique ont bien compris l'intérêt qu'ils avaient à capter les données des consommateurs pour faire tourner leurs services.

Contrairement à l'économie marchande classique où nous consommons un bien et un service en échange d'un paiement, en matière d'économie numérique nous alimentons nous même la machine à l'aide de nos données. Et ces données valent de l'or pour des géants tels que Google, Apple, Amazon et Facebook (souvent désignés sous le sigle GAFa), qui captent à eux seuls la majorité des données numériques présentes sur les réseaux, ce qui leur a permis de construire dans leur secteur respectif une position hégémonique. Position hégémonique qu'ils parviennent à conserver du fait de leur capacité à stocker et traiter des données en masse, ce qu'un nouvel entrant sur le secteur ne parviendrait à faire qu'au prix de lourds investissements.

.../...

L'ACTU DE L'AFOC

Spécial numérique

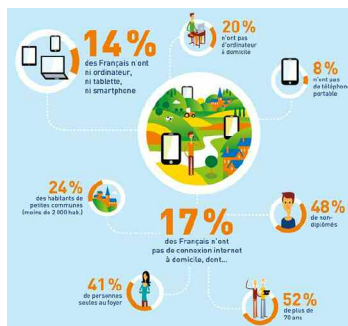
... LES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL, «CARBURANT» DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

Ce constat, le législateur européen l'a lui aussi tiré. Cela s'est traduit par l'adoption du Règlement UE 2016/679 dit Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), qui est venu renforcer et compléter la protection des données personnelles des consommateurs et des utilisateurs des services numériques (voir Cahiers de l'AFOC n°240). Ce règlement est entré en vigueur en mai dernier.

Toutefois, même si la protection de nos données est assurée et sanctionnée par ce corpus de règles, il n'en reste pas moins nécessaire pour les consommateurs et leurs associations comme l'AFOC de devenir acteurs de cette nouvelle société numérique et d'exiger des pouvoirs publics, si ce n'est une patrimonialisation de nos données, du moins un contrôle effectif du respect des textes. Il convient également d'obtenir des géants du numérique, le versement d'une contribution plus importante, à due proportion, des profits générés au sein de chaque Etat.

Pour l'AFOC, imposer l'usage qui est fait de nos données, « carburant » de la nouvelle société numérique, permettrait ainsi de financer, via ce prélèvement sur les bénéfices réellement réalisés, nos services publics, piliers indispensables de notre société et de notre République.

COMMENT LUTTER CONTRE LA «FRACTURE NUMÉRIQUE» ?



En juillet, France Stratégie a remis à Mounir MAHJoubi - secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre chargé du Numérique - un rapport sur les bénéfices d'une meilleure autonomie numérique. Ce rapport s'inscrit dans le contexte mis en place d'une stratégie nationale pour un numérique inclusif.

L'objectif de ce rapport, est uniquement de chiffrer les gains attendus d'une amélioration de la maîtrise des outils numériques par la population française, sans prendre en compte le coût de mise en œuvre des actions à mener pour améliorer l'appréhension de la société numérique par les français.

En revanche, ce qui est intéressant à retenir dans ce rapport est le constat chiffré de la population française qui resterait éloigné du numérique. Ainsi, le rapport chiffre à 14 millions le nombre de français (de plus de 18 ans) éloigné du numérique, soit 28 % de cette population.

Le rapport identifie plusieurs causes à l'origine de cette « fracture numérique ». Celle-ci peut, classiquement se révéler par l'absence d'accès à un réseau internet (fibre ou ADSL pour le fixe, 3G et 4G pour le mobile), ou aux difficultés économiques de certains ménages à s'équiper d'ordinateur ou smartphone pour accéder aux services du numérique. D'autres causes relèvent également de la difficulté d'appréhension de l'internet et des outils numériques par certains. Ainsi, le rapport souligne à juste titre, que l'absence de maîtrise de ces outils peut entraîner un risque d'exclusion pour les populations concernées.

Malheureusement, le rapport s'arrête au constat et aucune piste sérieuse n'est développée dans le cadre de la stratégie nationale pour un numérique inclusif, afin d'accompagner tous les français dans la transition numérique de notre société.

Une question essentielle demeure donc : comment faire pour que les 14 millions de français éloignés du numérique puissent avoir un accès efficace aux réseaux et une maîtrise des outils numériques ?

A priori, le Gouvernement a pris le parti de la marche forcée. On numérise et digitalise à tout craindre et tant pis pour ceux qui ne peuvent pas suivre...

COMMENT PROTÉGER SES DONNÉES ?



Le Règlement Général pour la Protection des Données (RGPD), entré en vigueur en mai dernier, a introduit un canevas de nouvelles règles et renforcé la législation existante pour permettre une meilleure protection des données des consommateurs européens.

La société numérique étant mondialisée, mais aussi et surtout beaucoup plus rapide que l'application ou l'évolution des règles de droit, il est nécessaire pour tout consommateur souhaitant une bonne protection de ses données d'être vigilant lors des différentes utilisations qu'il fait d'internet et de privilégier certaines pratiques que l'on peut qualifier de bon sens.

Ainsi, même si dans le monde d'aujourd'hui la chose n'est pas aisée, la plus efficace des protections est l'abstinence ! En effet, quel meilleur contrôle de nos données que le fait de sélectionner nous même les informations nous concernant, que nous disséminons sur internet. Cette règle est particulièrement importante en matière de réseaux sociaux qui sont de gros collecteurs de données car leur architecture, qui nous laisse à penser que nous discutons seulement avec nos « amis », nous encourage à publier des informations qu'on ne rendrait pas nécessairement publiques dans un autre contexte (opinions politiques ou religieuses, coordonnées mails et téléphoniques, photos de vacances ou de soirée, etc...). L'ennui, c'est qu'une fois publiées sur un réseau social, il est très difficile de reprendre le contrôle sur ces informations. S'abstenir de publier trop d'information nous concernant est donc un impératif !

Ensuite, l'usage d'internet et des services numériques nous conduit inévitablement à la création de comptes personnels sur des sites d'horizon très différents (site marchand, boîte mail, impôts, sécurité sociale, réseaux sociaux...) auxquels on accède par un mot de passe. Aussi assurez-vous que le mot de passe choisi est suffisamment sécurisé pour protéger les données vous concernant sur chaque compte client et qu'elles ne soient pas trop facilement accessibles. Pour protéger vos mots de passe, la CNIL (<https://www.cnil.fr/fr/les-conseils-de-la-cnil-pour-un-bon-mot-de-pass>) vous conseille de choisir un mot de passe d'au moins 12 caractères, composé de 4 types différents (minuscule, majuscule, chiffre et caractères spéciaux) et d'éviter d'utiliser des éléments « personnels » pour le mot de passe (date d'anniversaire, nom de votre animal de compagnie...).

Enfin, un internaute avertit en vaut deux. Alors n'oubliez pas également, de sécuriser votre réseau Wifi quand vous en utilisez un (par exemple, en configurant l'accès à l'aide d'un mot de passe). De même, il est impératif d'installer et de tenir à jour un logiciel antivirus sur chacun des ordinateurs, (voire) smartphones ou tablettes que vous utilisez pour vous connecter à internet. Méfiez-vous également des offres commerciales trop alléchantes des sites marchands et avant toute commande, vérifiez qu'une adresse postale (et non uniquement une adresse mail) à laquelle vous pourrez, le cas échéant, envoyer une contestation est clairement mentionnée. Pensez également à consulter les conditions générales de vente (CGV) et vérifiez que le n° SIRET de l'entreprise est indiqué.

Par ailleurs, il n'est pas inutile d'apprendre à déjouer les tentatives d'hameçonnage (souvent nommé phishing), qui est la technique par laquelle un cybercriminel tente de récupérer des informations confidentielles (généralement bancaires telles que les coordonnées de votre compte ou de votre carte bancaire) en se faisant passer pour un organisme social ou une société (CAF, banques, opérateurs téléphoniques, fournisseurs d'énergie...) via des mails au nom et en tête de ces derniers.

.../...

... COMMENT PROTÉGER SES DONNÉES ?

Pour ce faire, plusieurs règles de prudence doivent être observées :

- Analysez systématiquement le contenu du mail reçu, afin de vérifier que vous êtes susceptible d'être réellement concerné par ce dernier (Êtes-vous bien client de la banque ou de l'opérateur qui vous contacte ?).
- Si un doute subsiste quant à la véracité du mail, contactez l'expéditeur « *préssumé* » de celui-ci, en prenant soin de chercher vous-même ses coordonnées (ne répondez pas au mail reçu, ni n'appellez un numéro de téléphone fourni par ce mail) afin de vérifier que les informations contenues dans le mail sont véridiques.
- Evitez de cliquer sur les liens présents dans le mail.
- Vérifiez que l'adresse du site sur lequel on veut vous envoyer correspond, à la lettre près, à l'adresse du site internet de l'expéditeur présumé.
- De manière générale, ne rentrez jamais vos identifiants bancaires, sans être parfaitement assuré de l'identité du destinataire et sans avoir la certitude que vous êtes bien sur une page internet sécurisée (l'adresse de la page doit commencer par « *https* » et un cadenas doit apparaître sur la fenêtre de votre navigateur).

Dans tous les cas, si vous identifiez un mail frauduleux, signalez le à l'adresse suivante :

<https://www.internet-sigalement.gouv.fr/PortailWeb/planets/ConseilsInternet.action> et si possible prévenez l'entreprise dont l'identité a été usurpée.

ACHAT PAR INTERNET, INACCESSIBILITÉ DU SAV

Le régime de protection du consommateur, attaché aux contrats conclus à distance, est régi par les dispositions du code de la consommation. Ce mode particulier de contractualisation nécessite que le consommateur dispose, préalablement à la conclusion du contrat, d'informations exhaustives relatives, en particulier, à l'identification du professionnel ainsi qu'aux coordonnées permettant au consommateur de le joindre rapidement et efficacement.

C'est dans ce contexte que le code de la consommation impose aux professionnels de fournir aux consommateurs leur numéro de téléphone ainsi que leur adresse électronique. Par conséquent, il est important de noter que la mise à disposition d'un formulaire de contact, ou de tout autre moyen de communication se substituant au numéro de téléphone ou à l'adresse électronique, ne satisfait pas aux exigences de la réglementation.

Par ailleurs, lorsqu'un numéro de téléphone est mis à disposition du consommateur, en vue de la bonne exécution du contrat conclu ou du traitement d'une réclamation, ce numéro de téléphone ne peut être surtaxé, et doit figurer dans le contrat ainsi que dans toute correspondance. Les manquements à ces obligations sont passibles d'amendes administratives dont le montant ne peut excéder 3 000 euros, pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale.

Les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) vérifient le respect de ces dispositions, dans le cadre de plans de contrôles annuels, et tout consommateur qui s'estimerait mal informé ou qui connaîtrait des difficultés à joindre le professionnel, avec lequel il aurait contracté, peut contacter la direction départementale de la protection des populations (DDPP) de son lieu de résidence, afin de signaler ces manquements à la réglementation.

ACHAT EN UN CLIC, QUELLE PORTÉE JURIDIQUE ?

De plus en plus de sites marchands, et le premier d'entre eux (Amazon pour ne pas le citer) mettent en place une procédure d'achat en un « clic ».

L'objectif des plateformes de vente vise à automatiser le processus de vente, en le présentant comme une facilité pour le consommateur qui pourra faire ses achats plus rapidement, sans avoir à renseigner à chaque fois ses coordonnées bancaires. Un « clic » et la vente est conclue !

Pourtant, cette pratique nous paraît contestable sur le plan juridique et sans réel avantage pour le consommateur. Il apparaît en effet que le temps, minime, gagné à l'occasion du processus de commande ne constitue en aucun cas un avantage pour le consommateur. A cela s'ajoute le danger qu'il y a, par la mise en œuvre de cette pratique commerciale, de pousser le consommateur à une surconsommation en lui ôtant toute faculté de réflexion quant à l'achat qu'il envisage de conclure.

Sur le plan strictement juridique, cette pratique paraît en outre des plus contestable dans la mesure où l'article 1127-2 alinéa 1 du code civil énonce que « *Le contrat (N.d.A : conclu par voie électronique) n'est valablement conclu que si le destinataire de l'offre a eu la possibilité de vérifier le détail de sa commande et son prix total et de corriger d'éventuelles erreurs avant de confirmer celle-ci pour exprimer son acceptation définitive* ».

Autrement dit, l'article 1127-2 alinéa 1 du code civil impose comme condition de validité du contrat conclu par voie électronique, que le destinataire d'une offre puisse vérifier le détail de la commande, avant de pouvoir formellement l'accepter. On appelle cette procédure, la procédure du « *double clic* » (un premier « *clic* » pour vérifier la commande et un second pour l'accepter).

Si le code civil prévoit une possibilité de déroger à cette règle lorsque la vente est conclue entre professionnels, tout porte à croire qu'elle reste impérative lorsque la vente est conclue entre un professionnel et un consommateur. Ainsi, un consommateur ne devrait se trouver engagé dans un contrat de vente, conclu par voie électronique, qu'après le respect de cette procédure du « *double-clic* ».

S'agissant d'une condition de validité du contrat, la sanction attachée au non respect de cette règle devrait être la nullité du contrat, ce qui devrait permettre à tout consommateur qui se trouverait engagé après un achat en-un-clic, d'en obtenir sa nullité. En l'espèce, le contrat est censé n'avoir jamais existé et charge au professionnel de rembourser le consommateur. Dans le cas où le bien a déjà été délivré au consommateur, charge également à lui de récupérer à ses frais, ce dernier.

ACHATS EN LIGNE, LE VENDEUR N'EST PAS TOUJOURS CELUI QUE L'ON CROIT

Autrefois réservées à un petit nombre de site marchand, les places de marché (plus connues sur la toile sous le nom de Market Place) occupent une place croissante sur internet. Désormais, la plupart des grandes enseignes (Darty, FNAC, Amazon, PriceMinister, La Redoute, etc...) s'y sont mises, ce qui n'est pas sans incidence pour le consommateur !

Les places de marché consistent pour une grande enseigne à ouvrir son site marchand à d'autres vendeurs, parfois installés à l'autre bout du monde. Il peut aussi s'agir de vendeurs particuliers.

Leur essor sur le Net doit pousser le consommateur à la plus grande prudence. Le premier risque pour lui étant la confusion possible entre la multitude de vendeurs proposant leurs produits (parfois identiques) sur le même site. Plus simplement, dorénavant, acheter un bien sur le site de la FNAC, ne garantit pas à l'acheteur, s'il n'est pas suffisamment attentif, que le vendeur sera la FNAC. Il pourra s'agir d'un tiers.

.../...

... ACHATS EN LIGNE, LE VENDEUR N'EST PAS TOUJOURS CELUI QUE L'ON CROIT

Autre risque qui découle de cette confusion, en fonction de l'identité du vendeur le consommateur ne bénéficiera pas des mêmes conditions de vente. Dans la grande majorité des cas, l'enseigne qui héberge la place de marché décline toute responsabilité quant à la bonne exécution du contrat de vente et bénéficie du régime de responsabilité allégé des hébergeurs.

De même si le vendeur est basé à l'étranger, et à fortiori en dehors de l'Union Européenne, il sera plus difficile pour un consommateur de faire valoir ses droits.

Le droit de la consommation pourrait même ne pas être applicable si le vendeur est un particulier (c'est-à-dire que l'acheteur ne bénéficiera pas d'un droit de rétractation, ni de la garantie légale de conformité).

Face à ces risques il n'y a qu'une seule parade : la prudence du consommateur, avant de conclure la vente. Donc vigilance quant à l'identité réelle du vendeur, ses mentions légales, ainsi que les conditions de vente qu'il propose (notamment les conditions et modalités de retour).

UN PEU DE TECHNIQUE : LES ENJEUX DES «BLOCKCHAINS»



La « *blockchain* », ou chaîne de bloc, se définit comme une technologie de stockage et de transmission de l'information, sans que cette dernière ne puisse être modifiée ultérieurement.

Les données ainsi collectées sont inscrites sur une sorte de registre qui est partagé entre tous les membres du réseau. Sur ce point on peut, par analogie, comparer le système de la blockchain à l'internet qui permet de transférer des données d'un point A à un point B.

Toutefois, comme l'internet, la blockchain pose la question de la sécurisation et du contrôle des données qui y circulent et de l'usage qui en est fait. De la sécurisation tout d'abord, car comme toute chaîne d'échange de données électronique, la blockchain devra se révéler suffisamment sécurisée pour faire face aux bogues et tentatives de piratage qui ne manqueront pas d'avoir lieu.

Quant au contrôle des données qui y circulent, cette compétence doit revenir aux pouvoirs publics qui doivent dès aujourd'hui réguler cette activité, afin de mieux contrôler les nouveaux usages permis par ce système.

Et pour les consommateurs, quel intérêt présente ces blockchains ?

Un peu comme internet en son temps, les blockchains permettent au consommateur de nouveaux usages, dont la plupart restent encore aujourd'hui à définir. Ainsi, elles pourraient être utilisées pour faciliter la traçabilité des produits alimentaires ou des médicaments, en permettant au consommateur, en un simple clic ou en flashant un « *QR code* » par exemple, d'avoir accès à toutes les informations relatives à la production d'un produit et à sa mise sur le marché, sans passer par un intermédiaire.

Reste qu'à ce jour, les usages pratiques et opérationnels des blockchains pour les consommateurs demeurent assez restreints et quelque peu nébuleux. Pour autant, cette technologie numérique devrait connaître un développement important dans les prochaines années. Aussi, le consommateur et l'AFOC doivent s'y intéresser pour la maîtriser et non la subir.

À SAVOIR

Fraude à la carte bancaire

La gendarmerie nationale lance une nouvelle plateforme pour permettre aux victimes de fraude à la carte bancaire de signaler l'infraction et de faciliter le remboursement des sommes dérobées.

<https://www.service-public.fr/compte/se-connecter?>

Voyages à forfait

Depuis le 1^{er} juillet 2018, les professionnels vendant un voyage à forfait doivent fournir à leurs clients un formulaire résumant le calendrier de paiement, les prestations incluses et les conditions d'annulation (arrêté du 1^{er} mars 2018).

Transition énergétique

L'édition 2018 de la brochure « *Aides financières pour des travaux de rénovation énergétique des logements existants* » est consultable et téléchargeable sur le site de l'Ademe (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie).

Notaires

Pour faciliter la résolution des litiges avec un notaire, le médiateur du notariat peut être saisi. La procédure est gratuite. Un formulaire est en ligne (<https://mediateur-notariat.notaires.fr/formulaire-faire-appel-mediateur/>).

≡ agenda ≡

SEPTEMBRE

- 11 Réunion du CNC «Produits non-alimentaires»
- 12 BCT Habitation
- 13 Commission des clauses abusives
- 14 Commission logement Ile-de-France
- 21 Restitution du projet de réforme du droit de la copropriété

OCTOBRE

9 au 11 Congrès HLM à Marseille

Bulletin d'adhésion

J'adhère à l'AFOC nationale :

Particulier : 42 € Association de locataires : 80 €

Je m'abonne aux Cahiers de l'AFOC :

Adhérents : 15 €/an Non-adhérents : 20 €/an

Nom :

Prénom :

Je joins un chèque de € à l'ordre de l'AFOC

Adresse :

.....

Signature :

A retourner à l'AFOC - 141 avenue du Maine - 75014 PARIS

AFOC

AFOC