

## ÉDITORIAL

### Merci !

De nombreuses associations comme la nôtre obtiennent des subventions auprès de l'Etat français, de la Nouvelle-Calédonie, des députés et sénateurs, des provinces et des mairies.

A l'UFC Que Choisir NC, ces subventions interviennent en complément d'autres recettes financières, comme les adhésions - près d'un millier - et les dons. Recettes souvent insuffisantes pour permettre un fonctionnement efficace et serein : embauche pérenne du personnel, occupation d'un local dédié, moyens bureautiques et techniques adéquats, mise en œuvre d'actions de formation et d'information des consommateurs, de représentation de leurs droits dans les instances, d'aide aux adhérents, etc.

Cette année encore, nous remercions les collectivités qui nous ont aidés financièrement, en fonction de leur budget, et nous ont permis de nous mobiliser et de remplir sereinement nos missions. Nous comptons sur leur soutien pour l'année 2012 !

Nous remercions aussi tous nos bénévoles, dont certains ne comptent plus les heures passées... Venant de tous les horizons, ils enrichissent notre action par leur diversité, leur confrontation et leur émulation. Ils participent pleinement à la vie de notre association qui œuvre sans relâche pour faire progresser vos droits de consommateurs.

Le Président,  
Michel Davarend

## L'AUTOMOBILE

- Un gouffre pour les consommateurs
- Le jackpot pour les professionnels ! **P.3**



*Avec nos meilleurs vœux pour  
l'année 2012.*

# NOS CONSEILS POUR LES MENUS DE VOS ENFANTS

Pour les enfants et les adolescents, il est primordial de surveiller les apports en :

- **calcium**, indispensable à la croissance osseuse. Les besoins seront couverts par une portion de produits laitiers à chaque repas ;

- **protéines**, mais sans excès. Une portion de viande ou de poisson par jour suffit, en plus des produits laitiers, des céréales... jusqu'à la pré-adolescence. Avec, de temps en temps, un petit complément au dîner (œuf ou jambon) ;

- **vitamines et minéraux**. Les cinq portions quotidiennes de fruits et de légumes sont un minimum. De plus, les végétaux doivent être présents à chaque repas car ils régulent l'appétit ;

- **acides gras essentiels** (oméga 3, oméga 6) participent notamment au développement cérébral et au fonctionnement immunitaire. Les huiles de colza et de tournesol ainsi que les poissons gras en sont les meilleures sources. Vive les sardines, les maquereaux et le thon (au naturel) en boîte !

## EN FAISANT VOS COURSES

Pensez à mettre dans votre panier :

- **des laitages nature** (yaourt, petits-suisses, fromage blanc) que vous aromatiserez avec du miel ou de la confiture ;

- **du fromage traditionnel** (camembert, gruyère) riche en calcium et en protéines ;

- **des légumes frais**, surgelés ou en boîte, pour varier les menus ;

- **des découpes de viande**,

fraîches ou surgelées, à stocker au congélateur ;

- **des pâtes, du riz, des légumes secs** (lentilles, pois cassés...), sources de protéines végétales et de fibres.

## LES PIÈGES À ÉVITER

- **les aliments accompagnés de « cadeaux »** (fromages fondus, céréales...);

- **les aliments en conditionnement individuel** (biscuits, jus de fruits, laits aromatisés...);

- **les aliments « enrichis » en vitamines ou minéraux**, qui ne sont en général d'aucune utilité pour la santé ;

- **les biscuits, viennoiseries, gâteaux, entremets industriels**, riches en graisses et en sucres, contenant le plus souvent des conservateurs et autres additifs ;

- **les viandes** (nuggets, poulet mariné...) ou les plats préparés ;

- **la juste dose en viande !** Pour les enfants de 3 à 5 ans : de 40 à 50 g par jour, pour les 6 à 9 ans : de 60 à 80 g, pour les 10 à 12 ans : de 100 à 120 gr., pour les adolescents : de 120 à 150 g la viande n'étant indispensable qu'une seule fois par jour !

## SIMPLIFIEZ VOS MENUS

Oubliez le menu classique à rallonge et cherchez plutôt à construire vos repas autour de trois plats :

- **un plat principal** avec des légumes et/ou un féculent (soupe, gratin, poêlée de légumes...);

- **un laitage ou un fromage ;**

- **un fruit frais ou des crudités.**

L'important est de retrouver tous les groupes d'aliments. Vous pouvez aussi construire votre menu autour d'un plat de pâtes ou de légumes secs, avec un laitage et un fruit. ■



Nous publions la fin de l'article du Programme national Nutrition Santé « Manger, Bouger » (voir nos précédents numéros). Aujourd'hui : **aider l'enfant à grandir par l'activité physique.**

Donner à son enfant l'habitude d'être actif est essentiel pour sa

## BOUGER ÉQUILIBRÉ (enfants de 3 à 11 ans)

santé future ; les bonnes habitudes acquises pendant l'enfance ont de grandes chances d'être conservées à l'âge adulte.

### GARE A LA SÉDENTARITÉ !

Aider votre enfant à bouger, c'est réduire le temps d'accès aux activités sédentaires : ordinateur, télé, jeux vidéo...

Proposez à votre enfant de remplacer son temps télé par un jeu, une activité à faire avec les copains, un match de foot, un tour de vélo. Les jeux en extérieur, les activités sportives, c'est important pour leur développement. Votre exemple est la meilleure façon de donner à votre enfant l'envie de bouger. L'apprentissage se fait au quotidien :

- l'escalier plutôt que l'ascenseur

- aller à pied à l'école avec vous
- vous promener ensemble
- donner un coup de main pour ranger les courses, débarrasser la table.

- **Après 6 ans** : mini-randonnée à vélo, rollers, l'inscription à un club de foot, de volley...

Votre enfant n'a pas le goût du sport ni l'esprit de compétition ? Chacun ses choix ! Faites-le bouger avec plaisir ! Inscrivez-le à des programmes multi-sports pour qu'il puisse découvrir différentes disciplines et choisir en connaissance de cause.

Les clubs proposent de pratiquer gratuitement une ou deux fois pour essayer. À encourager fortement. On se bouge. Soyons sportif !

Site internet du Programme national : [mangerbouger.fr](http://mangerbouger.fr) ■

# NOTRE ENQUÊTE SUR L'AUTOMOBILE CLINS D'ŒIL

D'après l'enquête sur le budget de consommation des ménages 2008, l'acquisition et le coût de fonctionnement d'une voiture représentent en Nouvelle-Calédonie l'une des dépenses les plus importantes des ménages, soit 16,6 % (contre 11,9 % en Métropole). Plus de 20 000 ménages remboursent au moins un crédit pour cet achat. De cet état de fait, nous sommes tous responsables, voici pourquoi :



- L'automobiliste achète des voitures trop puissantes et trop gourmandes en carburant ;

- Le concessionnaire prend une marge trop importante ;

- Les organismes bancaires et établissements financiers proposent des facilités de paiement trop onéreuses ;

- Les assureurs ne modèrent pas les primes et, en cas d'accident, ils suggèrent trop souvent la mise en épave économique ;

- Le prix des réparations flambe.

**Résultat** : l'automobile est un poste de dépense mettant souvent en péril les finances du ménage et rend difficile tout projet immobilier, car la possibilité d'emprunter est limitée par le paiement du crédit de la voiture. Et, parfois, après un temps de constitution d'épargne et en raison de la difficulté de procéder à l'achat immobilier, on « craque » pour se consoler sur le choix d'une voiture plus puissante ou d'un bateau... Et le projet de maison s'évanouit à nouveau !

## DES VOITURES TROP PUISSANTES

En 2008, 2 300 ménages ont acheté un 4 x 4 neuf pour un montant moyen (prix hors coût du crédit) de plus de 3,3 millions CFP.

Un tel véhicule est-il indispensable aux personnes empruntant des routes ne nécessitant pas quatre roues motrices ? Ou le choix a-t-il été influencé par la publicité ?

## DES VOITURES TROP GOURMANDES

Dans la presse spécialisée venant d'Europe et dans les notices des constructeurs sont présentés des véhicules avec des normes antipollution strictes et des taux de consommation de plus en plus faibles. **Mais les consommations indiquées** par les constructeurs (cycles urbain, extra-urbain, mixte) sont mesurées en laboratoire et ne correspondent ni à la situation réelle (trafic, topographie) ni à votre conduite (souple ou nerveuse). Dans la réalité, elles **sont généralement sous-estimées de plusieurs litres aux 100 kms**. Mais

elles peuvent faire ressortir déjà une consommation plus importante pour des véhicules qui ne sont pas destinés au marché européen.

## DES CONCESSIONNAIRES AUX MARGES CONFORTABLES

D'après l'étude *Syndex* d'avril 2009 sur les causes de la vie chère pour la période 2004-2006, **les marges** du sous-secteur commerce et réparation automobile **dépassent en moyenne de près de 15 points celles de Métropole**.

Selon l'IEOM, et sur la même période, l'excédent brut d'exploitation des concessionnaires représentait 9,64 % au plus haut (7,44 au plus bas) du chiffre d'affaires. A titre de comparaison, l'excédent brut d'exploitation était de 1,83 % en 2002 et de 1,03 % en 2003 pour le commerce de détail alimentaire !

## DES FINANCEMENTS RUINEUX

Avez-vous exposé au commercial d'une concession automobile que vous comptiez

## Recyclez vos déchets !

En Province Sud, les filières de collecte et de traitement des pneus, huiles, piles et batteries usagées, véhicules hors d'usage, sont maintenant bien développées. Nous espérons que la Province Nord adoptera rapidement une réglementation de ces filières en cohérence avec celle de la Province Sud, afin que la collecte et le traitement des déchets puissent être correctement financés et organisés sur l'ensemble de la Grande Terre.

## Qu'est-ce que les DEEE ?

Ce sont les Déchets d'Équipements Électriques et Electroniques qui sont très variés et dont la composition est complexe : métaux ferreux et non ferreux, verre, béton, plastiques, gaz à effet de serre... Ces équipements contiennent presque tous des éléments dangereux pour la santé et l'environnement. C'est la raison pour laquelle ils doivent être traités de façon adaptée. Or, beaucoup terminent aujourd'hui... dans la nature ! A quand une filière de collecte et de traitement spécifique ?

## Aides financières

Durant l'année 2011, un certain nombre de subventions et d'aides financières ont permis à notre association de poursuivre ses actions. Au chapitre des subventions, nous exprimons notre gratitude au Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie ainsi qu'aux trois Provinces. Remercions également les Conseils municipaux des communes suivantes (par ordre alphabétique) : Dumbéa, Maré, Nouméa, Pouébo, Ponérihouen et Pouébo. Au chapitre des aides financières, nous recevons comme chaque année le soutien de la Fédération UFC Que Choisir dont le siège est à Paris. Enfin, n'oublions pas l'apport non négligeable des cotisations versées par nos membres dont le nombre est croissant.

(Suite page 4)

## Bulletin d'adhésion à U.F.C. QUE CHOISIR NC

Nom ..... Prénom .....

Adresse ..... Né(e) le .....

Tél. .... Courriel .....



Montant de la cotisation annuelle : 3 000 F

Libellez votre chèque à l'ordre de **U.F.C. QUE CHOISIR** et adressez-le avec le présent bulletin à **U.F.C. QUE CHOISIR - BP2357 - 98846 NOUMEA CEDEX**

# NOTRE ENQUÊTE SUR L'AUTOMOBILE

acheter le véhicule compact et ne vous êtes-vous pas étonné qu'il vous déconseille de mobiliser autant d'argent alors qu'il pouvait vous proposer un financement à terme ? En prenant contact avec votre conseiller bancaire, n'avez-vous jamais été orienté vers une filiale spécialisée ? En vous adressant à votre concessionnaire ou à ces établissements de crédit, ne vous a-t-on pas proposé, plutôt qu'un prêt, une location avec option d'achat ? Et n'avez-vous pas en fait reçu une proposition de location de longue durée ? (sur les différents crédits à la consommation, consultez notre site [www.ufcnouvellecaledonie.nc](http://www.ufcnouvellecaledonie.nc)).

Vous a-t-on aidé à faire le calcul suivant : total des mensualités payées + divers frais associés (frais de dossier, assurance du crédit...) ou total des loyers + indemnités diverses à verser à la fin du contrat (valeur résiduelle) + divers frais associés (frais de dossier, assurance du prêt, surcoût de l'assurance tous risques avec évaluation de l'indemnité de remise en état dans la location de longue durée...)? Avez-vous comparé tous ces surcoûts au prix réel du véhicule ?

Dans le cas d'une location, vous a-t-on expliqué que, même si le véhicule est détruit par accident ou que vous le rendez, **les loyers devront continuer à être payés** sous déduction éventuelle de l'indemnité d'assurance ou du prix de vente du véhicule... négocié, non par vous, mais par la société qui vous le loue ? Avez-vous demandé, pour tous ces crédits, quel est le TEG (Taux Effectif Global), et exigé qu'il vous soit indiqué par écrit

dans le contrat ? Et avez-vous bien compris son montant annuel, le plus souvent un taux à deux chiffres ?

## DES RÉPARATIONS COÛTEUSES

D'après l'ISEE, en 2009, l'heure de mécanique moyenne était facturée à 5.432 CFP. Mais, selon une enquête, elle ressortait plutôt à 6.148 CFP. Quant au total des pièces de carrosserie, il coûte plus cher que la voiture neuve !

## LE PIÈGE DU SURENDETTEMENT

Pour éviter ce piège, la loi Lagarde de juillet 2010 a encadré le crédit à la consommation en obligeant les prêteurs à s'informer sur la situation des emprunteurs et en imposant des délais avant la souscription du crédit (droit de rétractation de 15 jours).

Elle n'a, semble-t-il, pas prévu d'encadrement pour la location de longue durée des véhicules aux particuliers car, en Métropole, ce type de contrat est proposé à des professionnels qui peuvent opter pour un mode d'exploitation du véhicule en cohérence avec la gestion de l'entreprise (payer régulièrement des charges plutôt que d'investir et d'amortir).

En Nouvelle-Calédonie, dans la plupart des dossiers de surendettement figurent des dettes relatives à l'automobile. De nombreux adhérents viennent nous voir en raison des problèmes rencontrés dans le cadre des financements de véhicules par procédure de location, avec option d'achat de longue durée, et des obligations de paiement même quand le véhicule a été rendu.

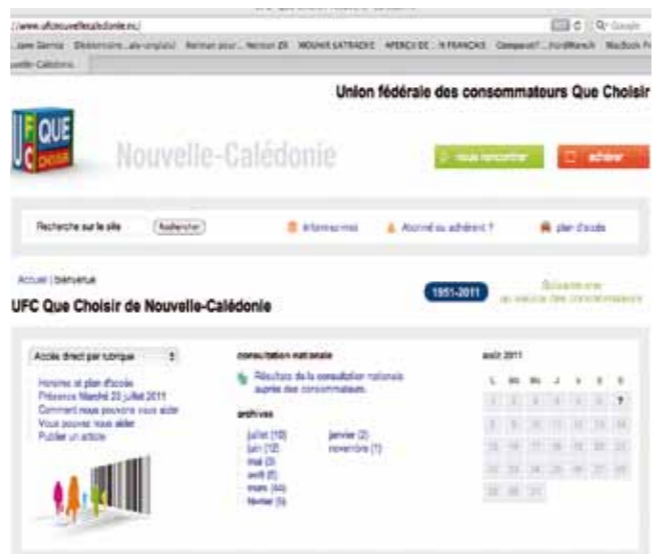
**Il est donc nécessaire que le Gouvernement et le Congrès interviennent pour réglementer la matière :**

- remettre le secteur automobile sous le régime du contrôle des prix ;
- surveiller ou limiter la marge sur les pièces détachées ;
- faire obligation aux concessionnaires d'indiquer en gros caractères la consommation de carburant du véhicule ;

- interdire la publicité des prix n'indiquant pas le prix global du véhicule en caractères typographiques plus importants que celui des mensualités ;
- imposer des conditions protectrices du consommateur dans tout contrat de location ou de location avec option d'achat ;
- pour les véhicules d'occasion, renforcer le contrôle technique.

# PARTICIPEZ BIENTÔT À NOTRE FORUM DES CONSOMMATEURS

Les visiteurs de notre site internet auront bientôt la surprise de voir un nouvel onglet intitulé **Forum des Consommateurs** apparaître sur la page d'accueil de notre site [www.ufcnouvellecaledonie.nc](http://www.ufcnouvellecaledonie.nc). C'est une nouveauté, qui, nous l'espérons, va encore enrichir notre approche de la consommation.



Il existe déjà un forum sur le site national de l'UFC, **mais nous allons devenir la première antenne régionale à être dotée d'un tel outil !** Contrairement au Forum national, dont l'accès est soumis à un abonnement à la revue ou au site internet, **le nôtre sera complètement libre et gratuit.** Il suffira de s'y inscrire en renseignant les champs habituels obligatoires : adresse mail, pseudo, code secret.

Ce Forum sera un nouvel espace d'échanges **entre consommateurs** adossé à notre site et géré par nos modérateurs. Il doit permettre d'échanger toutes sortes d'informations sur les problèmes - fort nombreux et spécifiques sur notre territoire - de signaler des opportunités, des bons plans, ou bien de dénoncer des pratiques abusives, des arnaques en tous genres et ce, sans délai, presque aussitôt avoir été « postés ».

Nous espérons ainsi contribuer à mettre progressivement fin à des pratiques d'une autre époque et en promouvoir de nouvelles, plus justes et plus équitables.

Surveillez l'apparition du nouvel onglet **Forum des Consommateurs** sur la page d'accueil et n'hésitez pas à l'utiliser. La liberté d'expression ne s'use... que si l'on ne s'en sert pas !

# TRUCS ET ASTUCES DES GRANDES SURFACES

Les grandes enseignes ont de nombreuses idées pour vous donner l'impression que vous faites de bonnes affaires alors que ce n'est pas toujours le cas. Nous publions la suite de cet article dont la première partie est parue dans notre précédent Bulletin.

## LES ACHATS D'OPPORTUNITÉ

A moins que vous ne soyez venu pour un achat précis dans un hypermarché, vous pouvez à tout moment tomber dans l'achat d'impulsion pour le plaisir, ou dans un autre type d'achat, moins connu : celui d'opportunité - vous achetez un produit assez cher que vous n'aviez pas prévu. Les magasins jouent tous sur cet effet d'opportunité, notamment avec les produits saisonniers comme les décorations de Noël, les chaises longues ou les barbecues juste avant l'été. Le client a tendance à se dire : *Je n'y pensais pas mais vu qu'il y en a, je vais en profiter. J'en aurai sûrement besoin et ça m'évitera d'aller ailleurs.* De plus, ces produits sont placés à l'entrée. Ce sont en effet dans les premières minutes, quand votre chariot est encore vide, que vous achetez le plus facilement. **La parade : rendez-vous tout de suite au fond du magasin vers les produits de première nécessité. De plus, le fait de préparer une liste de courses et peut s'y tenir pour éviter ce genre de comportement.**

## LES PRODUITS D'APPEL

Pour mieux vous attirer, les supermarchés inondent les boîtes aux lettres de publicités qui mentionnent plusieurs produits d'appel, comme 3 barquettes de saucisses pour le prix de 2 ou 6 paquets de biscuits pour 4... Mais voilà, même si ces produits sont de très bonnes affaires, les hypermarchés ont un objectif : vous faire acheter aussi les produits associés placés à côté et vendus avec une marge plus rémunératrice. Il compte ainsi qu'avec vos saucisses, vous prendrez sûrement des sauces, des brochettes, des biscuits apéritifs, du vin... non soldés !

**La parade : si vous désirez acheter ces produits d'appel,**



n'achetez que cela. Pour le reste, faites une liste de vos besoins et n'en sortez pas.

## LE SECOND PRODUIT À MOITIÉ PRIX !

La technique a été baptisée « lot virtuel ». Le principe est simple : sur le rayon, on vous indique que, si vous prenez un deuxième produit similaire, celui-ci est à moitié prix. Quelle affaire ! Sauf quand on n'en a pas forcément besoin. Cette technique, appliquée essentiellement sur des produits de marque plus chers et à forte marge, a fait ses preuves : le client se sent obligé d'en prendre un autre.

**La parade : comparez toujours le prix au kilo du lot virtuel avec celui des autres produits en rayon qui, eux, ne sont pas en promotion. En général, la bonne affaire n'est pas toujours là où on le croit.**

## LE PARCOURS DU MAGASIN

Les meilleurs endroits pour vendre dans un hypermarché sont à l'entrée. Tout simplement parce que le client n'est pas encore saturé par son acte d'achat et remplit sans compter son chariot pendant les premières minutes. Il revient à la réalité quand son chariot est déjà à moitié rempli ! Les supermarchés placent ainsi les produits de nécessité, comme les liquides ou la

boulangerie au fond du magasin, afin d'obliger les clients à passer par les rayons les plus ludiques ou les plus tentants. **La parade : ne suivez pas le circuit imposé, et rendez-vous dès votre entrée au fond du magasin pour y prendre les produits inscrits sur votre liste.**

## CARTES DE FIDÉLITÉ ET BONS D'ACHAT

Soi-disant pour vous faire gagner de l'argent ou des cadeaux, les cartes de fidélité ont surtout pour objectif de vous faire revenir dans la même enseigne et de vous influencer dans le choix de vos produits. Une habitude d'achat intervient aussi et fait que l'on retourne vers le même magasin.

## AUTRES TECHNIQUES D'INFLUENCE D'ACHAT

Le tempo de la musique diffusée dans le magasin influence les clients. Plus il est lent, plus il augmente les ventes.

L'absence de musique, en revanche, accentue l'effet de résonance des locaux et donne la sensation qu'il est peu fréquenté, donc angoissant. Les couleurs, le toucher, la lumière, les odeurs d'un produit stimulent l'envie de l'acquiescer. Plus vous en êtes proche, plus vos sens sont impliqués.

**La parade : Restez concentré(e) sur ce que vous attendez réellement du produit que vous achetez. Heureusement, il y a tout de même de bons côtés dans l'action de faire ses courses... Mais restons vigilants ! En regardant notre site internet [ufcnouvellecaledonie.nc](http://ufcnouvellecaledonie.nc), vous verrez des vidéos et disposerez de conseils avisés pour mieux consommer et connaître vos droits.**

# CLINS D'ŒIL

## Pétition sur les OGM

Une commission conjointe UFC/ EPLP se penche depuis un an sur la problématique des OGM (*Organismes Génétiquement Modifiés*) en Nouvelle-Calédonie, tant au niveau de l'alimentation humaine et animale qu'en culture et en expérimentation.

• **Aucune réglementation** ne régit l'importation de plantes ou de produits dérivés d'OGM.

• **Aucun texte** ne réglemente la culture ou l'expérimentation de plantes transgéniques.

• **Aucun étiquetage** n'informe systématiquement de la présence d'OGM dans les produits alimentaires consommés sur le Territoire. Une pétition demandant au Gouvernement de Nouvelle-Calédonie de mettre sur pied une réglementation sur les OGM a été lancée ; vous pouvez la signer en ligne sur notre site ou sur <http://10546.lapetition.be/>

## Notre antenne de Poindimié

Voici pratiquement un an, le 29 janvier 2011, était inaugurée officiellement notre antenne UFC à Poindimié, animée par Chantal. Point de rencontre avec les consommateurs de la Côte Est et du Nord, **cette antenne tient une permanence chaque vendredi, de 10 heures à midi**, dans la case en verre aimablement mise à la disposition de Chantal par la mairie de Poindimié.

## Rejoignez-nous !

On peut se sentir démuné, dépassé, vulnérable, face à un problème dans un domaine de la vie courante : location, achat d'une voiture ou d'un équipement, logement, crédit, garantie, construction d'une habitation...

Si c'est votre cas, ne renoncez pas : faites valoir vos droits ! Et pensez à rejoindre notre association où vous trouverez des conseils avisés et une assistance efficace pour vous aider à vous défendre. Adhérez et faites adhérer ! Plus nombreux, nous serons plus forts.

« LE BULLETIN » est édité par l'association UFC QUE CHOISIR NC  
2, Boulevard Vauban, BP 2357 - 98846 Nouméa Cedex - Tél./Fax 28 51 20  
Courriel : [nouvellecaledonie@ufc-quechoisir.org](mailto:nouvellecaledonie@ufc-quechoisir.org)  
Site : <http://www.ufcnouvellecaledonie.nc>  
Ouverture : les mardis (de 12h à 16h), mercredis (de 8h à 12h et de 12h30 à 16h)  
jeudis (de 15h à 19h) et vendredis (de 8h à 12h)  
Directeur de publication : Michel DAVAREND  
Coordination : Bernadette HOARAU  
Rédaction/rewriting : Bernard VILLECHALANE  
Conception : Edit'Publications - Prépresse : Pix Graphique  
Impression 5 000 exemplaires sur papier recyclé par Artypo  
Numéro ISSN : 1956-2888

# NOTRE ENQUÊTE DANS LES PHARMACIES

Les enquêteurs de notre association locale se sont rendus dans les pharmacies du 5 au 10 novembre 2011 pour acheter deux médicaments courants : une boîte d'aspirine UPSA 500 mg en comprimés effervescents et une boîte de NUROFEN (un anti-inflammatoire) 200 mg en comprimés enrobés. Face à cette demande d'achat, tout pharmacien responsable se doit de mettre en garde son client.

En effet, l'association de ces deux médicaments présente un danger. L'aspirine est un médicament qui ne doit pas être utilisé dans les cas suivants : allergie aux salicylés (famille à laquelle appartient l'aspirine), allergie aux anti-inflammatoires non stéroïdiens (AINS), ulcère de l'estomac ou du duodénum, hémorragie, insuffisance hépatique ou rénale grave, insuffisance cardiaque grave ou grossesse. Le Nurofen est un anti-inflammatoire non stéroïdien qui ne doit pas être utilisé dans les cas suivants : antécédents d'allergie ou d'asthme provoqué par la prise d'AINS, ulcère de l'estomac ou du duodénum, hémorragie, insuffisance hépatique ou rénale grave, insuffisance cardiaque grave ou grossesse.

## SUR LA MISE EN GARDE

L'association de ces deux médicaments est déconseillée car elle majore le risque ulcérogène et hémorragique du tube digestif.

Nous attendions donc deux niveaux de conseil de la part des pharmaciens :

- **Mise en garde sur la consommation** de chacun de ces deux médicaments. Un simple petit interrogatoire rapide avec le client pouvait permettre de préciser les contre-indications relatives à leur utilisation.
- **Mise en garde sur l'association** de ces deux médicaments. Dix pharmacies ont été enquêtées : une au Mont-Dore, deux à Païta et sept à Nouméa. Sur ces dix pharmacies, **cinq n'affichent pas les prix des médicaments** non remboursables via un support visible et lisible, et **cinq ne mettent pas en garde contre l'association risquée des deux médicaments.**

## SUR LE PRIX DU NUROFEN

Rappelons qu'il s'agit d'une boîte d'aspirine UPSA à 500 mg en comprimés effervescents (**prix réglementé à 339 F dans toutes les pharmacies**), et d'une boîte de Nurofen 200 mg en comprimés enrobés (*voir tableau ci-dessous*) :

PHARMACIES	NOVEMBRE 2011	MARS 2009
de PAITA	(Spedifen) 440 F	
des Tulipiers PAITA	490 F	510 F
de Boulari MONT-DORE	728 F	
Mutualiste Normandie	586 F	
Alma NOUMEA	690 F	
Victoire NOUMEA	590 F	
Vallée des Colons	420 F	690 F
Sainte-Marie NOUMEA	650 F	651 F
de la Place NOUMEA	non disponible	
des Iles NOUMEA	634 F	634 F

Une baisse sensible a été constatée dans deux pharmacies enquêtées en mars 2009.

## FUITES...

Notre association avait commencé cette enquête auprès des pharmacies lorsque celle-ci a été interrompue, suite à la découverte d'une « fuite » qui les avait alertées. L'un des professionnels interrogés par nos enquêteurs avait d'ailleurs été parfait...



## LE PANIER CALÉDONIEN TOUJOURS EN HAUSSE

Nos enquêteurs ont relevé les prix dans cinq magasins portant sur des produits d'alimentation, d'entretien, de beauté et d'hygiène. Les résultats sur **59 produits identiques** sont les suivants, par magasin :

Magasin	Carrefour	Géant	Casino Belle Vie	Champion N'Géa	Intermarché Kaméré
Montant	28 320	29040	29305	29 751	30 015
Écart	0	250	985	1 431	1 695

**COMPARAISON du panier de septembre 2010 à septembre 2011 sur 46 produits identiques :**

CARREFOUR :	+ 0,65 %
CASINO BELLE VIE :	+ 2,06 %
GEANT :	+ 3,03 %
INTERMARCHÉ KAMERE :	+ 3,61 %
CHAMPION N'GEA :	+ 4,83 %

Le coût moyen du panier calédonien a augmenté de 2,84 % en 1 an ! (Données ISEE : sur les douze derniers mois, les prix sont en hausse de 2,3%).

Panier moyen septembre 2010 : 19 210 FCFP

Panier moyen septembre 2011 : 19 755 FCFP

**Soit une augmentation de 545 FCFP.**

## BON A SAVOIR

- DAE (Direction des Affaires Economiques) 7, rue Galliéni, Nouméa. Tél. 23 22 50 – Fax 23 22 51  
Site : [www.dae.gouv.nc](http://www.dae.gouv.nc)
- Contrôle des prix : tél. 23 22 55
- DAVAR (SIVAP) 2, rue Félix Russel, Port autonome de Nouméa, tél. 24 37 57 – fax 25 11 12  
Site : [www.davar.gouv.nc](http://www.davar.gouv.nc)