

ÉDITION

Halloween et le nouveau Feriespäss en alsacien



Halloween est le thème du nouveau Feriespäss de l'Olca.

Photo l'Alsace/Roland DREYER

S'amuser en alsacien devient facile grâce au Feriespäss édité par l'Office pour la langue et la culture d'Alsace et de Moselle (Olca).

Le Feriespäss – cahier d'activités pour les vacances – est un outil destiné à mettre les plus jeunes en contact avec le dialecte alsacien en leur proposant des activités diverses et amusantes : recettes, jeux ou loisirs créatifs. Chaque nouveau numéro du Feriespäss aborde un thème différent ; de quoi acquérir un vocabulaire varié sur différents sujets de façon ludique.

Pour ce 24^e numéro du Feriespäss, l'Olca a choisi le thème d'Halloween pour accompagner les enfants durant les vacances de la Toussaint. Ils pourront faire des coloriages et bricoler des décorations d'Halloween. Pour

rester dans le thème au moment du repas, les enfants pourront préparer des knackis-momies pour un apéritif monstrueux. Ils retrouveront également des petits jeux pour s'amuser tout en apprenant quelques mots d'alsacien. Un jeu concours est spécialement proposé dans ce numéro avec des cadeaux à gagner !

Le Feriespäss peut être utilisé par toute personne travaillant ou s'occupant d'enfants : parents, grands-parents, animateurs en périscolaire, enseignants... Son format permet d'être imprimé facilement ou d'être consulté en version numérique via la plateforme internet Lehre de l'Olca.

Retrouvez le nouveau Feriespäss sur le thème d'Halloween ainsi que les précédents numéros sur le site www.lehre.olca.scaace.org (rubrique Activités pour enfants > Jouer).

SANTÉ

Une semaine de sensibilisation à l'infertilité

Des rencontres sont organisées le 3 novembre à Strasbourg et le 7 novembre à Mulhouse, dans le cadre de la 9^e édition de la semaine de sensibilisation à l'infertilité (SSI).

Des rencontres, des débats, des ateliers pour donner du temps et de l'espace aux sujets de l'infertilité, de l'assistance médicale à la procréation, du don de gamètes, de la santé environnementale et de son impact sur la fertilité... La semaine de sensibilisation à l'infertilité (SSI), c'est tout cela à la fois. Cette année, la neuvième édition de la SSI se tient du 3 au 12 novembre. Deux rendez-vous sont prévus en Alsace. Le premier, vendredi 3 novembre à 19 h, à la clinique Sainte-Anne à Strasbourg ; groupe de parole ouvert à toutes et tous – que vous soyez suivi ou non au sein de ce centre d'assistance médicale à la procréation – pour échanger sur son parcours et les difficultés rencontrées.

Le 7 novembre à partir de 18 h, à Mulhouse : rencontre avec les membres de l'équipe du centre Fiv

de Mulhouse et la représentante Bamp 68 (association de patients et d'ex-patients de l'assistance médicale à la procréation, de personnes infertiles ou stériles ayant recours aux techniques d'assistance médicale à la procréation et de parents et futurs parents d'enfants nés via l'assistance médicale à la procréation). L'équipe du centre Fiv présentera sa mission et les techniques utilisées en assistance médicale à la procréation, puis la représentante Bamp 68 parlera de l'association et de ses actions, avant un temps d'échange entre tous les participants.

Il est indispensable de s'inscrire pour participer à ces deux rendez-vous gratuits, via l'adresse collectifbamp68@gmail.com.

En France, selon les données de l'Agence française de biomédecine, 15 à 25% des couples restent infertiles au bout d'un an de rapports sexuels non protégés, et 8 à 11% le sont encore au bout de deux ans. Plus de 60 000 nouveaux couples consultent chaque année pour infertilité. En 2019, 3,6% des enfants, soit 1 enfant sur 28, sont nés grâce à l'aide de la médecine procréative.

PATRIMOINE

La collection de la Sim commence à se disperser

C'est une part du patrimoine mulhousien. Sortis des réserves du Musée de l'impression sur étoffes, la cinquantaine d'objets d'arts décoratifs issus de la collection de la Société industrielle de Mulhouse, ont pratiquement tous trouvé preneurs, lors d'une vente chez Artcurial, à Paris, le 12 octobre.

8 500 euros pour une urne ajourée en porcelaine émaillée à décor de branches fleuries, de la manufacture danoise Bing & Grøndahl, mise à prix à 100 euros. 4 000 euros pour un vase de forme obus de la Rookwood Pottery Company (Cincinnati) mis à prix à 500 €. 5 200 euros pour un vase à pansse renflée en céramique, émaillée à effets de coulures, mis à prix à 300 €...

Voilà, parmi les 51 lots provenant de la collection de la Société industrielle de Mulhouse mis en vente le 12 octobre dernier, le trio de tête des pièces les plus rentables.

« Emblématiques d'une époque »

La vente a rapporté au total 47 600 €, dont la Sim devra soustraire des frais, en fonction du contrat qui la lie à la maison de vente. À plusieurs reprises, entre deux coups de marteau, la commissaire-priseuse a souligné la « rareté » et le « très bon état » de ces pièces « emblématiques d'une époque ».



Vase Rookwood Pottery Company de Cincinnati, présenté à l'Exposition universelle de Paris 1900, a été adjugé 4000 € (5248 € net), DR

Datées du début du XX^e siècle, voire de la fin du XIX^e siècle, en pleine période Art nouveau, ces créations françaises, scandinaves ou américaines avaient été acquises il y a plus d'un siècle par des industriels et d'autres philanthropes. Ils en avaient fait don à la Société industrielle de Mulhouse, qui

avait créé un musée des arts décoratifs. Dans les années 1970, ces objets ont été déposés dans les réserves du Musée de l'impression sur étoffes.

Fin mai dernier, à la surprise générale, la Société industrielle de Mulhouse, qui en est toujours propriétaire, avait retiré 785 d'entre eux (sur un total d'environ 1300) pour les faire expertiser en vue de les vendre. Cette démarche avait suscité l'indignation de défenseurs du patrimoine mulhousien. Rappelant que ces objets avaient été acquis non pour spéculer mais pour « former le goût des Mulhousiens », la Société d'histoire et de géographie de Mulhouse avait fait auprès de la Drac (Direction régionale des affaires culturelles) et de la préfecture une demande de classement en urgence – restée pour l'heure sans réponse.

La maire de la ville, Michèle Lutz, s'était ensuite fendue d'un courrier à l'adresse du président de la Sim, Luc Gaillet, sollicitant une rencontre afin d'« étudier les pistes à envisager pour conserver et mettre en valeur ce patrimoine local ».

« Mulhouse perd un trésor »

Tout cela n'a pas arrêté la Sim, qui doit faire face à de grosses difficultés financières (pour l'exercice clos au 30 juin dernier, elle anticipait une perte de l'ordre de 162 000 euros). Vendre « les bijoux de famille »



Cette urne ajourée en porcelaine émaillée polychrome à décor de branches fleuries Bing & Grøndahl, a atteint 8500 € aux enchères, DR

suffira-t-il à les résoudre ? En fait, la recette de cette première vente aux enchères ne couvre même pas la facture du gaz (63 500 €), en hausse de 121 % l'an dernier. Cependant, plus de 700 objets restent à « valoriser » – pour reprendre les termes de la Sim – et, d'après les spécialistes, les pièces les plus précieuses n'ont pas encore été mises sur le marché. Mais d'ores et déjà, les amoureux du patrimoine expriment leur tristesse. « Mulhouse perd un trésor », soupire l'une d'entre eux.

Contacté, Luc Gaillet s'est pour l'heure refusé à commenter cette vente. Mais celle-ci marque indubitablement la fin d'une époque.

Hélène POIZAT

CONSOMMATION

La box, 900 000 clients en France

Née au tournant des années 2010 aux États-Unis, la box est un segment du e-commerce qui repose sur l'envoi d'un colis "découvert", commercialisé en ligne sur le principe d'un abonnement. Un mode de consommation aujourd'hui largement adopté par les Français.

Le concept de la box consiste pour le consommateur à souscrire en ligne à l'offre de son choix, à payer un abonnement – généralement mensuel, mais cela est variable – pour recevoir à son domicile une sélection de produits renouvelée à chaque fois, dans un univers choisi (beauté, gastronomie, produits culturels, décoration intérieure...). Bien sûr, le contenu est gardé secret afin de créer un effet de surprise. Généralement, plusieurs formules sont possibles : sans engagement à durée indéterminée, avec engagement à durée initiale déterminée, à l'unité sans reconduction, dans le cadre d'une offre promotionnelle, etc.

Ce concept permet au consommateur de vivre une expérience à la fois personnalisée et surprenante. Quant aux marques, elles ont à l'opportunité de capter un public à domicile, où il est plus réceptif, et de le fidéliser. La box représente un fort relais de croissance pour les marques, qui y incluent leurs innovations afin d'obtenir des retours de la part des consommateurs. Mais les retards



La box représente un fort relais de croissance pour les marques, qui ont l'opportunité de capter un public à domicile, où il est plus réceptif. DR

fréquents de livraison, la redondance des produits et la présence d'échantillons, interdits sans demande préalable du consommateur, sont pointés du doigt.

Plusieurs réglementations pour un marché très diversifié

Aujourd'hui, il existe plus de 320 box différentes pour 900 000 personnes abonnées en France, d'après les données de touteslesbox.fr, média spécialiste d'un secteur qui englobe une grande diversité de produits. Ainsi, il est difficile de réduire la réglementation à un seul cadre législatif. D'une manière générale, ces produits bénéficient de la garantie légale de conformité (articles L217-3 et suivants du code de la consommation) et de la garantie

légale contre les vices cachés provenant d'un défaut de matière, de conception ou de fabrication affectant les produits livrés et les rendant impropres à l'utilisation (articles 1641 et suivants du Code civil).

En outre, les produits contenus dans les box doivent non seulement satisfaire l'obligation générale de sécurité (articles L421-1 à L421-7 du code de la consommation), mais également être conformes aux réglementations qui leur sont propres. Ainsi, les produits littéraires sont concernés par la législation sur les droits d'auteur, les produits de beauté doivent respecter celle sur les produits cosmétiques, etc. Les services de la DGCCRF (répression des fraudes) procèdent régulièrement à des enquêtes afin de contrôler la loyauté et la sécuri-

té des produits commercialisés en France, mais aussi la protection des consommateurs en matière de vente en ligne.

À noter que si le client accepte de ne pas connaître à l'avance le contenu de sa box, la lecture des conditions générales de vente (CGV) avant de souscrire demeure primordiale. Enfin, conformément aux articles L221-18 et suivants du code de la consommation, le client dispose, sauf exception, d'un délai de 14 jours à compter de la souscription de son abonnement ou de la réception de sa box, selon la nature de son engagement, pour exercer son droit de rétractation.

Agnès FOULL
Chambre de consommation d'Alsace et du Grand Est

www.consommer-aujourd'hui.fr

HRH-LO1 06

Éditions des Dernières Nouvelles d'Alsace,
S.A. au capital de 19 161 913 €
67077 Strasbourg Cedex,
17-21, rue de la Nuée Bleue (Siège social) - 03 88 21 55 00
Directeur Général, Directeur de la Publication : Laurent Couronne
Président du Conseil d'Administration : Philippe Carti
Rédacteur en Chef : Frédéric Vézard
Principal actionnaire : EBRA (99,76%)
N°com. Par. 0724 C 06450 - ISSN 0150 - 391 X
DNA Tarif d'abonnement (France) 7 jours/7, par prélèvement automatique
Mensuel : 28,99 € (autres formules : nous consulter) - Étranger : tarif sur demande
Service Client Abonnements : 03 88 21 56 78
Imprimerie des Dernières Nouvelles d'Alsace
- Origine du papier : Suisse, France, Allemagne et Belgique.
- Papier issu de forêts gérées durablement.
- Taux de fibres recyclées : 87%
- Européenisation de nos documents (PFI) : 0100 VIGT
17-21, rue de la Nuée Bleue - 67077 Strasbourg Cedex

DNA
Gebrü

PEFC
Certifié PEFC
Ce produit est issu de forêts gérées durablement et contribue au développement de forêts résilientes et saines.

ACPM