Le pass Pont-Pont contesté !

Économie.

Le nouveau système de péage des ponts de Tancarville et de Normandie, lancé par la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI), ne fait pas que des heureux… Explications.

Une seule carte au lieu de deux : un système simplifié qui nécessite toutefois une connexion Internet

Discriminatoire ! C'est de cette façon qu'Arnaud Héry et son épouse ont perçu les choses lorsqu'ils ont appris qu'ils ne pourraient dorénavant plus acheter de carte Subito (pont de Tancarville) et Presto (pont de Normandie) aux guichets des services d'exploitation. En effet, pour simplifier le système de péage, la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) a créé une seule et unique carte : le pass Pont-Pont. Elle permet comme les deux cartes de bénéficier d'un tarif préférentiel, 2 € pour le pont de Tancarville (au lieu de 2,60 €) et 3,20 € pour le pont de Normandie (au lieu de 5,40 €). Placé à l'intérieur du véhicule, ce badge sera détecté et le passage débité directement.

« Une seule carte au lieu de deux, pourquoi pas », dixit Arnaud Héry, Havrais qui passe occasionnellement le pont. Mais le hic dans tout ça, *« c'est que l'achat de ce nouveau badge impose une connexion Internet. Et je refuse d'avoir Internet, comme beaucoup de personnes »*.

Décidés à ester

L'usager a donc envoyé un courrier au service d'exploitation des ponts qui lui a formulé une réponse. Si M. Héry ne souhaite pas acheter le badge via internet, il a toujours la possibilité de le faire de manière traditionnelle en se rendant au service avec un document rempli. Réponse actée par le Havrais qui découvre qu'il devra toutefois débourser la somme de 15 € pour la cotisation annuelle et 45,73 € pour dépôt de garantie. *« C'est une discrimination,* conteste-t-il. *Parce que je ne veux pas utiliser Internet, je serais puni et devrais payer plus que les autres usagers. En ce qui me concerne, il ne s'agit pas d'argent mais de principe. Il y a dans cette histoire deux poids, deux mesures »*. Autre point soulevé : le jeton aller-retour qui a tout simplement été supprimé et qui offrait un tarif préférentiel.

Arnaud Héry et son épouse sont bien décidés à se battre et à aller jusqu'au bout des choses. Après avoir interpellé la députée de sa circonscription, Agnès Firmin-Le Bodo, et l'UFC (Union Française des Consommateurs) Que choisir, le couple se dit prêt, s'il le faut, à prendre un avocat pour défendre ses droits.

Contacté, le directeur de la CCI Seine Estuaire Éric Lehéricy *« prend acte de la contestation d'un « seul » usager. Nous avons 3 millions de passages par an et 1 600 personnes ont déjà souscrit le nouveau badge. Avec le système de consommation actuelle, Internet devient inévitable. Les changements ont été étudiés pendant des mois avec des usagers et le personnel des ponts. Il permettra de fluidifier le trafic. Quant aux jetons, le nouveau badge sera plus avantageux financièrement pour les clients et la manutention était très lourde pour le personnel »*.

VIRGINIE VEISS
v.veiss@presse-normande.com

CONSOMMATION

Un début de soldes attendu pour tenter de contrer les résultats de fin d'année

Chez les commerçants havrais, il y avait deux écoles hier. Ceux qui avaient laissé leur magasin fermé afin de mettre en place leurs soldes tout au long de la journée, quitte à perdre le chiffre d'affaires d'un mardi calme. Et il y avait ceux qui préparaient boutique ouverte, quitte à montrer leurs étiquettes avant l'heure pour quelques-uns. Mais la période des soldes demeure-t-elle un incontournable ?

Lundi, les clients étaient nombreux à l'espace Coty, comme le confie l'employée d'un magasin de prêt-à-porter. La raison ? Les ventes privées qui proposaient déjà des réductions importantes. Si elles sont en principe réservées aux clients qui disposent déjà d'une carte de fidélité, il suffit d'en créer une au moment des ventes privées pour profiter de la réduction annoncée.

Dans cette jungle des promos, « les gens ne connaissent plus la valeur des choses. Et sur le Web, les prix ne sont pas respectés. C'est troublant. Et, il y a aussi des magasins physiques qui font des promotions permanentes », analyse la gérante du magasin de jouets Lulu la Berlue, rue Casimir-Périer, commerçante mais aussi consommatrice.

Quartier des Halles, chez Coup de Foudre, boutique de sous-vêtements, on prépare de bonnes affaires, après une période de Noël compliquée. « Ça a été une claque.

En vingt-huit ans, je n'avais jamais été en négatif en décembre, s'étonne la patronne. Mais je ne me plains pas non plus. On n'est pas à Paris avec des planches de bois sur nos vitrines. » Les mauvais résultats de fin d'année sont ici expliqués par les manifestations du samedi.

Chez d'autres commerçants, on se tourne plus vers « la conjoncture, dans sa globalité ». Chez Balenzo, maroquinerie à deux pas de l'hôtel de ville, « on n'a pas trop souffert avec les Gilets jaunes, explique une employée. On a bien travaillé les dimanches de Noël. Après, on a toujours du chiffre à rattraper. Comme tout le monde ». Alors, « on espère » un effet soldes après des ventes privées qui « ont marché doucement ». L'ennemi numéro 1 demeure Internet, Amazon et les autres, pour nombre de professionnels. « Par la suite, les gens pleureront qu'il n'y ait plus de commerçants en ville », prédit-on dans la boutique de sous-vêtements. Un artisan-bijoutier voisin se refuse aux soldes. « On préfère fidéliser notre clientèle sur l'année et lui faire une réduction le moment souhaité. »

M. C.