



UFC - Que Choisir

Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir - Siège social: 233 Boulevard Voltaire - 75011 Paris - www.quechoisir.org

L'ACTION AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

EDITO

« Si, par principe, le consommateur est tout, on sait qu'isolé, il n'est pas grand-chose... C'est en constituant pour lui une source d'informations indépendantes, en l'aidant à se déterminer, en le représentant avec force et sans complaisance que l'UFC-Que Choisir lui redonne du pouvoir aussi bien économique, juridique, que politique... L'UFC-Que Choisir c'est l'action au service du consommateur »

Alain BAZOT
Président de l'UFC-Que Choisir
Directeur des publications
blog : www.alain-bazot.fr



■ **A**ssociation "loi 1901" à but non lucratif, créée en 1951, sous la IVème République, l'UFC-Que Choisir est la plus ancienne association de consommateurs en France et en Europe. Conformément à ses statuts, elle a pour objectifs de promouvoir les actions individuelles ou collectives des consommateurs et la défense de leurs intérêts, représenter les consommateurs auprès de toutes instances afin d'aboutir à une amélioration de leurs conditions de vie dans tous les domaines, et mettre à leur disposition les moyens de formation et d'éducation nécessaires.

■ **G**arante de la défense et de la promotion des droits des consommateurs dans leur intégralité, l'UFC-Que Choisir n'a pas une vision étriquée du consumérisme mais s'intéresse à l'ensemble des services universels auxquels les consommateurs doivent avoir accès à des prix équitables et, ce, dans un environnement sain et honnête. Elle a d'ailleurs l'agrément "Environnement" depuis 1992 et "Santé" depuis 2007. Dès sa création, l'UFC-Que Choisir a anticipé le poids de la construction européenne dans l'élaboration du droit de la consommation et a créé, avec d'autres associations de consommateurs européennes, le Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC).

LES CHIFFRES CLÉS*

120 000	ADHÉRENTS
3 000	BÉNÉVOLES
120	SALARIÉS
161	ASSOCIATIONS LOCALES
300	POINTS D'ACCUEIL
100 000	LITIGES TRAITÉS ANNUELLEMENT
460 000	ABONNÉS À QUE CHOISIR
60 000	VENTES MENSUELLES EN KIOSQUE
35 000	ABONNÉS À QUE CHOISIR SANTÉ
38 000	ABONNÉS À QUE CHOISIR EN LIGNE

* AU 1^{ER} SEPTEMBRE 2008

■ **I**ndépendance et démocratie constituent les piliers du fonctionnement de l'UFC-Que Choisir. L'UFC-Que Choisir est totalement indépendante des fabricants, des commerçants, des activités de services, des syndicats, des groupes de presse ou financiers, des partis politiques, du gouvernement et, plus généralement, de tout intérêt ou groupement autre que ceux des consommateurs. L'Assemblée générale qui regroupe les associations locales affiliées définit les orientations de la Fédération et élit un conseil d'administration responsable de la mise en oeuvre de la politique et de la stratégie de la Fédération.

■ **R**éseau dense, couvrant l'ensemble du territoire français, l'UFC-Que Choisir se compose de 161 associations locales et 300 points d'accueil. Leurs missions sont multiples : informer, conseiller, défendre l'intérêt des consommateurs et les représenter dans les instances locales.

L'APPUI

LE CONSEIL ET LE TRAITEMENT DES LITIGES

Accueillant des centaines de milliers de consommateurs chaque année, les associations locales (AL), qui traitent annuellement près de 100 000 litiges dans des domaines forts divers, sont les interlocuteurs efficaces des consommateurs confrontés à un problème de consommation.

Les 161 associations locales de l'UFC-Que Choisir, composées essentiellement de bénévoles, apportent en effet à leurs adhérents des conseils, des informations, et un soutien tant lors des permanences qu'elles assurent dans toute la France que grâce aux bulletins qu'elles éditent.

Si pour le consommateur, son problème est unique, pour l'UFC-Que Choisir les litiges sont une source permanente d'informations. Leur analyse permet de mettre en évidence les secteurs d'activité, les produits ou les services à améliorer et de lier étroitement traitement individuel et collectif par l'action en justice mais aussi dans le cadre des représentations ou en tant que groupe de pression.



L'ACTION EN JUSTICE

Reçu en 1976, l'agrément judiciaire permet à l'UFC-Que Choisir d'agir en justice devant toutes les juridictions : civiles, pénales ou administratives.

Ester en justice est un outil majeur également à la disposition de nombreuses associations locales pour défendre l'intérêt collectif des consommateurs.

Ce droit d'agir en justice ne leur permet cependant pas de régler, devant les tribunaux, les litiges individuels qui leur sont soumis.

Outre l'intérêt d'obtenir les décisions et sanctions de principe, l'action de l'UFC-Que Choisir devant les tribunaux peut être motivée par la volonté de prévenir des agissements illicites : suppression de clauses abusives, cessation d'arnaques, etc.

Une multiplicité d'actions en justice sur un point particulier permet par ailleurs d'alerter les pouvoirs publics sur les carences législatives ou réglementaires dans un domaine et inviter à une modification de la législation.

Régulant, par ses actions en justice y compris devant le Conseil de la Concurrence, les pratiques des entreprises, l'UFC-Que Choisir s'est vu décerner le prix de « Régulateur de l'année 2006 » par le *Nouvel Economiste*.

Statistiquement, avec une centaine de procédures annuelles, l'UFC-Que Choisir est l'association de consommateurs qui agit le plus en justice.

L'INFORMATION

Résolue à offrir aux consommateurs une information objective et indépendante, l'UFC-Que Choisir édite, depuis 1961, le mensuel *Que Choisir* qui effectue une série d'enquêtes approfondies et publie les résultats de ses tests comparatifs de produits et de services. A cette fin, l'UFC-Que Choisir dispose d'un Centre d'essais qui est le seul appartenant à une association indépendante de consommateurs.

En plus du mensuel, l'association édite 4 *Que Choisir Argent* qui abordent d'une manière plus approfondie tous les sujets ayant trait au budget du consommateur et 4 numéros spéciaux qui font le point sur l'état du droit dans les domaines intéressants directement le consommateur.

Vendus en kiosque ou par abonnement, le mensuel, les *Que Choisir Argent* et les numéros spéciaux, sont diffusés à plus de 520 000 exemplaires, soit chaque mois, plus de 4 millions de lecteurs informés.

Uniquement sur abonnement, le dernier né des publications, le *Que Choisir santé* compte déjà plus de 35 000 abonnés qui bénéficient d'informations médicales concrètes émanant d'experts totalement indépendants des laboratoires.

En complément du papier, *Que Choisir en ligne* offre aux 38 000 abonnés actuels un accès à des informations et tests exclusifs ainsi qu'aux archives de *Que Choisir*.

Sans aucune publicité, ne dépendant que des recettes liées à leur diffusion, les publications de l'UFC-Que Choisir respectent le constant souci d'indépendance qui guide l'action de l'association.



LA PROMOTION DES INTÉRÊTS CONSUMÉRISTES

LE GROUPE DE PRESSION

L'implantation de l'association sur tout le territoire lui confère un rôle de groupe de pression vis-à-vis des pouvoirs publics et économiques.

Orientée vers l'ensemble des décideurs (professionnels, élus locaux, autorités de régulation, etc.), la mission d'influence de l'UFC-Que Choisir revêt diverses formes, la plus formelle étant consacrée au travail législatif.

Interpellant les élus locaux, le gouvernement, le parlement, au plan national et européen, soumettant des propositions d'amendements ou de loi aux parlementaires, l'UFC-Que Choisir mène des campagnes déterminées pour faire entendre la voix des consommateurs à tous les niveaux.

LA REPRÉSENTATION DES CONSOMMATEURS

Si imposant comme des interlocuteurs incontournables, l'UFC-Que Choisir et ses associations locales siègent dans une centaine d'instances locales et nationales qui ont toutes en commun d'intéresser directement le consommateur.

INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité), Conseil National de la Consommation, Comité National de l'Eau, Commission Départementale d'Orientation Agricole, etc... Les représentations de l'UFC-Que Choisir et de ses associations locales touchent à des secteurs aussi divers que l'alimentation, l'agriculture, la santé, les nouvelles technologies, etc.

Efficacité et crédibilité étant les maîtres mots dans le choix des représentations des consommateurs, l'association refuse de siéger dans certaines instances, dès lors qu'elles s'avèrent inopérantes.

Guidée par le souci permanent d'être source de proposition, l'association a participé au Grenelle de l'Environnement organisé fin 2007 et est membre depuis 2008 de la section agriculture-alimentation du Conseil Economique et Social.

Européens et internationaux, les sujets consomméristes exigent par ailleurs que les principales organisations de consommateurs de la planète s'organisent notamment pour mutualiser les tests de produits. Dans cet esprit, l'UFC-Que Choisir a contribué à fonder Consumer International (CI) et le Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC). L'UFC-Que Choisir siège aussi au conseil de International Consumer Research and Testing (ICRT), structure de coopération en matière d'essais comparatifs entre grandes associations de consommateurs.



- ## QUELQUES COMBATS DE L'UFC-QUE CHOISIR
- 1970 : pollution des plages
 - 1972 : premier relevé de prix sur l'ensemble des grandes surfaces en France
 - 1980 : boycott du veau aux hormones
 - 1989 : lessives sans phosphates
 - 1993 : palmarès des banques
 - 1994 : scandale des maisons de retraites
 - 1997 : traçabilité et étiquetage de la viande bovine
 - 1998 : envolée tarifaire des factures d'eau
 - 1999 : dangers de l'aluminium
 - 2000 : opposition aux chèques payants
 - 2001 : sel caché dans les aliments
 - 2002 : dénonciation des modes de tarification des opérateurs téléphoniques
 - 2003 : trop de sucre dans l'alimentation
 - 2004 : substances dangereuses dans les désodorisants
 - 2005 : indemnisation des consommateurs victimes de l'entente des opérateurs de téléphonie mobile, combat pour l'instauration d'une action de groupe
 - 2006 : flambée des prix du pétrole : cher carburant.org
 - 2007 : obésité infantile
 - 2008 : les prix dans la grande distribution

PLUS DE 50 ANS D'HISTOIRE... PLUS DE 50 ANS DE COMBATS CONSUMÉRISTES

Depuis sa création, l'UFC-Que Choisir mène de grandes batailles en matière d'environnement (pollution des plages) et de qualité alimentaire (boycott du veau aux hormones en 1980). L'association s'est toujours engagée en faveur de la sécurité et de la santé des consommateurs (études sur le marché des médicaments en 2007). Très impliquée au début des années 90 dans le dossier de la "vache folle", elle demande en 1997 la traçabilité et l'étiquetage de la viande bovine. Elle s'attache aussi à informer les consommateurs sur les dangers pour la santé de certains aliments ou produits (le sel caché dans les aliments en 2001, les excès de sucre en 2003, les substances dangereuses dans les désodorisants en 2004) et dénonce l'impunité de l'industrie agroalimentaire dans son harcèlement publicitaire à destination des enfants (influence de la publicité télévisée sur le comportement alimentaire des enfants en 2007).

D'autre part, l'UFC-Que Choisir mène des offensives contre les dérives des prix en grandes surfaces (dénonçant le manque de concurrence dans les zones de chalandise en 2008), dans le secteur bancaire (repoussant les chèques payants en 1986, s'attaquant à l'explosion de la tarification de leurs services ou au non reversement de l'argent dû aux assurés, assurance-emprunteur en 2007). Elle alerte les consommateurs contre les risques d'envolées tarifaires liées à la libéralisation des marchés de l'énergie (mai 2007). Avec l'arrivée des Technologies d'Information et de Communication (TIC), l'UFC-Que Choisir défend les consommateurs lésés par les opérateurs de téléphonie, plaide pour une tarification transparente et "à la seconde" en 2002, dénonce l'absence de concurrence et les prix exorbitants des SMS en 2004, organise la réparation des victimes de l'entente des opérateurs mobiles en 2006. Elle s'engage dans une alliance public-artistes pour protéger l'accès à la diversité culturelle et les données personnelles dans l'univers numérique (2006). Elle oeuvre pour l'instauration en France d'une procédure d'action de groupe permettant d'obtenir en un seul procès et sans difficulté l'indemnisation de toutes les victimes de litiges de masse (2007-2008).



Litiges Internet...
Pollution de l'eau...
Tarifs bancaires abusifs...
Hausse des prix des produits
de consommation courante...

Contrats abusifs...
Arnaques à la VPC...
Qualité des aliments...
Droits des locataires...
Préjudices jamais réparés...

**L'association indépendante qui informe, conseille,
défend et représente les consommateurs**

**Ensemble,
faisons avancer nos droits !**

Pour contacter l'UFC-Que Choisir, pour adhérer ; pour soutenir nos actions,
adressez-vous à votre association locale

U.F.C. Que choisir
Région de Dunkerque
B.P. 90097
59942 Dunkerque cedex 2

La liste complète
des associations locales
est disponible
sur le site :

www.quechoisir.org

