



LE LIVRET

DU BÉNÉVOLE

Rejoindre l'UFC-Que Choisir,
s'y intégrer et participer à ses combats



LE MOT DU FONDATEUR DE L'UFC-QUE CHOISIR

« Choisir, c'est préférer, c'est aussi renoncer. C'est préférer la qualité au nombre, la durée à l'instant, la sauvegarde de la nature à son exploitation, le bien commun à la convenance de certains. C'est ne pas tenir pour légitime tout ce qui est techniquement faisable et économiquement rentable. »

André Romieu
(1951)

SOMMAIRE

MOT DE BIENVENUE	4
DÉCOUVERTE DE L'UFC-QUE CHOISIR	5
1. Les valeurs de l'UFC-Que Choisir	5
2. L'UFC-Que Choisir, une présence locale, nationale et internationale	6
3. Quelques dates marquantes	8
VOTRE ASSOCIATION ET VOUS	9
1. Les domaines d'action possibles	9
2. Les outils à votre disposition	13
3. Des droits et des devoirs réciproques	18
PLONGÉE AU CŒUR DE LA FÉDÉRATION UFC-QUE CHOISIR	21
1. L'organisation de la Fédération	21
2. Les ressources de la Fédération	23
3. Les missions et les services de la Fédération	23
LES ABRÉVIATIONS UTILISÉES	28
COORDONNÉES UTILES AU SEIN DE LA FÉDÉRATION	29



BIENVENUE À L'UFC-QUE CHOISIR !

Les bénévoles sont la force de notre association, ils contribuent aux succès de nos combats dans l'intérêt des consommateurs. Ce livret participe à votre accueil au sein de notre mouvement et me permet de vous dire un immense merci pour avoir choisi de devenir bénévole à nos côtés. Je vous souhaite chaleureusement la bienvenue parmi nous.

L'association locale que vous avez rejointe est affiliée à la plus ancienne association nationale de consommateurs de France. Elle en porte le nom, en partage les valeurs et s'inscrit dans ses objectifs. Militante, experte, indépendante : c'est sur ce triptyque que l'UFC-Que Choisir a construit sa notoriété, auprès des consommateurs mais aussi des décideurs. En devenant bénévole, vous défendez le consommateur et agissez à ses côtés, contribuant ainsi chaque jour à la notoriété de notre mouvement.

Les attentes de la société sont fortes à notre égard. Défendre une consommation responsable soucieuse des enjeux sanitaires, environnementaux et sociétaux, accessible à tous implique que nous soyons constamment aux côtés des consommateurs, face aux distributeurs, aux fournisseurs et décideurs qui font les règles de la société de consommation.

Les missions d'un bénévole sont riches et variées et vous allez contribuer, par votre engagement, à la bonne marche de votre association locale, à ses actions et à ses combats, tant dans sa dimension de proximité qu'au niveau national.

Je vous souhaite d'être rapidement à l'aise au sein de notre mouvement qui devient aussi le vôtre. Je suis certaine que vous trouverez, à travers votre investissement, une source d'épanouissement intellectuel, humain et, bien sûr, de fierté.

Marie-Amandine STEVENIN
Présidente

DÉCOUVERTE DE L'UFC-QUE CHOISIR

1. Les valeurs de l'UFC-Que Choisir

En choisissant d'intégrer l'équipe d'une association locale UFC-Que Choisir, vous vous engagez concrètement au service d'une cause : la défense des consommateurs. Vous adhérez donc à un mouvement qui a une culture, une philosophie, des valeurs fortes, et mène des combats.

- **Militante** : En tant que regroupement de consommateurs, nous avons le pouvoir de peser dans les débats et agir pour une consommation plus sobre, plus juste et plus responsable, en alertant, informant et mobilisant les consommateurs.
- **Experte** : Nous produisons des études économiques, juridiques, des tests de produits et services, ainsi que des enquêtes. C'est cette expertise qui nous donne la crédibilité et la force pour réussir dans nos actions et nos combats.
- **Indépendante** : Indépendance financière tout d'abord, mais aussi politique : vis-à-vis de l'État, des partis politiques, des syndicats, des professionnels, des groupes de presse et, plus généralement, de tout intérêt ou regroupement autres que ceux des consommateurs. Elle est le gage de notre liberté et un atout fondamental de notre crédibilité.

2. L'UFC-Que Choisir, une présence locale, nationale et internationale

En adhérant à votre association, vous rejoignez le mouvement UFC-Que Choisir. Ce mouvement rassemble des personnes physiques (adhérents, abonnés, bénévoles, salariés, donateurs, etc.) et des personnes morales (associations locales [AL], unions régionales [UR]). Ces différentes personnes souscrivent aux principes fondamentaux de l'UFC-Que Choisir, partagent ses objectifs et aident à leur réalisation.

2.1. L'association locale pour l'action de proximité

Plus de 130 associations locales créées à partir des années 60, réparties sur l'ensemble du territoire (dont deux en Outre-mer), sont affiliées à la Fédération. Ces associations sont communément appelées le « réseau ».

Chaque association se reconnaît dans les valeurs, les principes et les règles de fonctionnement de la Fédération, à laquelle elle est affiliée. Elle est autonome dans le respect des statuts de l'UFC-Que Choisir, de son règlement intérieur, de ses décisions et positions. Le projet de l'association locale est décidé et orchestré par son Conseil d'administration. Il est mis en œuvre sur un territoire délimité : un département, une ou plusieurs villes, une communauté urbaine, etc.

L'association locale s'adresse aux consommateurs à travers sa communication (bulletins, médias, site Internet, réseaux sociaux, etc...), ses permanences, le traitement de leurs litiges, ou encore ses actions de formation, de sensibilisation ou de mobilisation. Elle représente les consommateurs dans des instances, comités et commissions. Elle peut aussi mener des actions juridiques et réaliser des enquêtes locales ou fédérales sur son territoire.

2.2. Les unions régionales, pour la mutualisation des moyens

Nous comptons 12 unions régionales, calquées selon la carte administrative française. Chaque association locale de son ressort territorial est tenue d'en faire partie. Ces unions régionales ne sont pas des échelons intermédiaires entre la Fédération et les associations. Elles sont de véritables outils de coopération renforcée au service de leurs membres, notamment en matière de formation, de coordination d'actions politiques ou de mutualisation des moyens.

2.3. La Fédération pour l'action nationale et européenne

Au niveau national, l'UFC-Que Choisir, en tant que Fédération, rassemble les énergies des associations locales et des unions régionales et amplifie leur message. Elle lance des campagnes nationales, s'organise en groupe de pression auprès des pouvoirs publics, mène des combats judiciaires.

La Fédération utilise différentes méthodes pour livrer bataille. Elle est agréée pour ester en justice, ce qui lui permet d'attaquer pour défendre l'intérêt collectif des consommateurs, mettre fin aux pratiques douteuses des professionnels et faire évoluer la jurisprudence. Elle interpelle les décideurs, prend l'opinion à témoin, mobilise et regroupe les consommateurs. Elle a pour mission d'accompagner, informer, éduquer, dénoncer, conseiller, mobiliser et défendre les consommateurs. La Fédération édite des magazines (Que Choisir, Que Choisir Pratique, Que Choisir Santé et Que Choisir Argent) et des ouvrages. Elle publie des lettres d'information, est présente sur les réseaux sociaux, anime une chaîne Youtube et un site Internet.

Au niveau européen, l'UFC-Que Choisir est un membre fondateur du Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), basé à Bruxelles. Le BEUC représente les intérêts de plus de 46 organisations de consommateurs indépendantes dans 32 pays. Il aide à multiplier les actions coordonnées entre membres.

Au niveau international, l'UFC-Que Choisir siège au conseil d'International Consumer Research & Testing (ICRT). Cette structure de coopération entre les grandes associations de consommateurs en matière d'essais comparatifs permet de réaliser en commun des tests particulièrement lourds et chers. L'UFC-Que Choisir est aussi membre fondateur de Consumers International (CI), qui rassemble plus de 200 organisations membres dans plus de 100 pays pour responsabiliser et défendre les droits des consommateurs partout dans le monde.



3. Quelques dates marquantes

- 1951 :** Création de l'Union fédérale de la consommation, 1ère association européenne de consommateurs
- 1961 :** Parution du 1er numéro de Que Choisir
- 1962 :** Participation à la fondation du BEUC
- 1965 :** 1ère association locale affiliée à l'UFC-Que Choisir

Nos grands combats :

- 1970 :** Pollution des plages
- 1980 :** Boycott du veau aux hormones
- 1989 :** Lessives sans phosphate
- 1997 :** Traçabilité et étiquetage de la viande bovine
- 2003 :** Trop de sucre dans les aliments
- 2005 :** Condamnation des opérateurs mobiles
- 2007 :** Obésité infantile, protégeons nos enfants !
- 2010 :** Pollution de l'air intérieur
- 2013 :** Lancement de la 1ère campagne Énergie Moins Chère Ensemble
- 2014 :** Première action de groupe lancée en France
- 2016 :** Carte interactive de l'offre de soins : la fracture sanitaire s'aggrave
- 2018/2019 :** Condamnation des réseaux sociaux pour clauses abusives
- 2021 :** Eau potable - les pesticides se la coulent douce !
- 2022 :** Pour un Nutri-Score obligatoire à l'échelon européen
- 2023 :** Contre le gaspillage d'eau

VOTRE ASSOCIATION ET VOUS

1. Les domaines d'action possibles

Voici un tour d'horizon des différents domaines d'action et fonctions dans lesquels vous pouvez vous investir. Il n'est pas rare que les bénévoles soient amenés, au cours de leur engagement, à s'impliquer dans divers domaines, voire à cumuler différentes « casquettes ». Quelles que soient les activités choisies, il vous sera demandé au préalable d'adhérer à l'association. Votre adhésion est en effet indispensable pour devenir bénévole. En plus de renforcer notre légitimité, elle signe votre appartenance à notre mouvement et elle est le gage que vous vous reconnaissez dans les valeurs qui nous animent. Elle vous permet, en outre, de bénéficier de notre assurance responsabilité civile.

1.1. L'accueil des consommateurs

« Accueillir, faire découvrir, sensibiliser, orienter : un rôle clé ! »

Nous attachons une importance toute particulière à l'accueil des consommateurs, que ce soit face à face, par téléphone ou même à distance. Ce premier contact est un moment privilégié pour présenter aux consommateurs, dans les grandes lignes, qui nous sommes, notre activité, notre fonctionnement et comment nous pouvons intervenir pour défendre leurs intérêts.



Les principales qualités pour un accueil réussi :

sens de l'écoute et du contact, bonne connaissance de l'organisation et des domaines d'intervention de l'association locale, force de conviction, enthousiasme et empathie.

1.2. L'aide à la résolution des litiges et les actions juridiques

« Accompagner, et non se substituer. »

L'aide à la résolution des litiges doit être réalisée de façon sérieuse et efficace, que ce soit lors des rendez-vous ou à distance. Pour mener à bien cette mission, être juriste n'est ni forcément nécessaire ni forcément suffisant ! Les connaissances de base sont celles que l'on acquiert à la lecture de nos publications, lors des formations organisées par la Fédération ou l'association locale, ou bien encore dans le cadre de la commission litiges, s'il en existe une au sein de votre association locale. Les outils à disposition sont divers : Bibliothèque juridique (BJ), Permanence juridique pour les AL (PJAL), etc. L'objectif est d'aider à la résolution amiable du conflit, mais lorsqu'un litige débouche sur une action juridique, il doit être confié à des bénévoles ayant une bonne formation juridique ou à des juristes professionnels.



Les principales qualités du conseiller litiges :

sens de la relation et de la négociation, méthode et esprit de synthèse, pugnacité, prudence, esprit rigoureux, respect de la confidentialité, avec un bon sens de la responsabilité mais pas donneur de leçons.

1.3. Les enquêtes

« Les enquêtes, un des piliers de l'expertise et de la légitimité de l'UFC-Que Choisir ! »

L'expertise et la légitimité de l'UFC-Que Choisir se sont construites en partie sur les enquêtes réalisées par les bénévoles. Ces enquêtes alimentent nos différentes publications ainsi que les bulletins des associations locales. Elles participent par ailleurs à nourrir l'action politique tant au niveau national que local. Les enquêtes sont principalement réalisées à la demande de la Fédération, mais peuvent aussi être organisées au niveau local ou régional. Elles concernent l'ensemble des problématiques qui touchent les consommateurs.

En pratique, les bénévoles enquêteurs observent, relèvent ou évaluent : les prix, la disponibilité des produits, les conseils fournis, la qualité de l'accueil, etc. Sur la base des informations qui lui sont retournées, l'UFC-Que Choisir dresse un état des lieux des offres de services et, lorsque des abus se font jour, alerte les consommateurs ou les autorités. Cette activité bénévole repose sur des engagements ponctuels.

Deux règles d'or sont à respecter par les enquêteurs :

- conserver l'anonymat et la confidentialité du protocole d'enquête ainsi que des résultats jusqu'à ce qu'ils soient rendus publics ;
- refuser de participer à une enquête dans laquelle ils auraient un intérêt particulier (à titre personnel ou professionnel).



Les principales qualités de l'enquêteur :

Discrétion, rigueur, attention, capacité de jouer un rôle selon un scénario établi, sens du contact.

1.4. L'action politique

« Une action coordonnée pour faire avancer la cause »

Promotrice d'une consommation responsable, respectueuse des enjeux sanitaires, environnementaux et sociétaux, l'UFC-Que Choisir se mobilise dans toutes ses composantes pour porter ses combats. Dans ce cadre, les campagnes politiques prioritaires et les actions judiciaires concertées permettent aux associations locales de s'impliquer dans l'action politique.

A travers les campagnes politiques prioritaires, la Fédération fournit des outils aux associations locales pour qu'elles portent les constats et positions politiques devant les médias, mais aussi devant les décideurs locaux (municipalités, conseils départementaux, préfectures), nationaux (parlementaires), voire européens. Elle organise aussi des actions de mobilisation coordonnée avec l'ensemble des AL au niveau national.

Dans la même logique, le service juridique peut organiser des actions concertées avec les associations locales ayant l'agrément pour agir en justice.



Les principales qualités du chargé des campagnes politiques : Bien informé sur les positions et combats portés par l'association, il organise la communication médiatique et institutionnelle sur ceux-ci à l'échelon local. Organisé, pédagogue, il sait vulgariser les positions de l'association et sait convaincre ses interlocuteurs.

1.5 Les représentations

« Parler pour les consommateurs, mais au nom de l'UFC-Que Choisir »

Les associations de consommateurs disposent, de droit, de représentations dans diverses instances locales, départementales ou régionales. Ces représentations concernent de nombreux domaines : santé, logement, transports, équipement commercial, services publics, environnement, agriculture, etc. C'est à l'association locale, en fonction de ses priorités et des compétences disponibles, de décider de ses représentations, en gardant à l'esprit l'importance de siéger dans les instances efficaces.

Être présent dans ces instances doit permettre d'être réellement acteur et de peser sur les décisions qui y sont prises, à condition de maîtriser son sujet. Il faut par ailleurs bien garder à l'esprit que l'on s'exprime au nom de l'association et non en son nom propre.



Les principales qualités pour assurer des représentations : maîtriser les positions politiques de l'UFC-Que Choisir, connaître le milieu concerné, le contexte et les enjeux locaux, savoir convaincre, être pugnace et cultiver l'indépendance.

1.6 La communication et la sensibilisation

« Nous avons des choses à dire. À nous de tout faire pour être entendus »

Actions hors les murs, partenariats, conférences, ateliers, ciné-débats, utilisation de l'application Quelproduit, publications sur le site internet de l'AL ou les réseaux sociaux, etc. : aujourd'hui plus que jamais, pour rester représentatifs et en phase avec tous les consommateurs, il est primordial que nous allions au-devant d'eux par différents moyens de communication. C'est dans cet esprit que nous avons notamment mis en place le « Printemps des consommateurs » et la « Rentrée des consommateurs ».

Ces actions hors les murs permettent aux AL de sensibiliser les consommateurs aux enjeux de la consommation responsable et aux combats de l'UFC-Que Choisir. C'est aussi l'occasion d'animer leur territoire à travers des événements collectifs, de promouvoir leur action de proximité, de se faire connaître auprès de nouveaux publics.

Les différentes actions mises en place par les AL dans ce cadre sont des occasions d'inciter les consommateurs à nous soutenir, en adhérant ou en rejoignant les équipes de bénévoles.



Les principales qualités pour communiquer et sensibiliser les consommateurs : aimer le contact avec le public, connaître les principaux messages sur la consommation responsable, être pédagogue.

1.7 L'éducation et la formation des consommateurs à tous les âges

« Consommer mieux : une aspiration de plus en plus partagée »

L'UFC-Que Choisir a vocation à permettre aux consommateurs d'effectuer des choix éclairés et conformes à leurs intérêts. Vaste chantier ! Grâce à des ateliers pédagogiques interactifs, les AL aident les consommateurs à se forger un esprit critique, à adopter les bons réflexes et à agir en consommateurs responsables. Pour commencer, nous vous suggérons d'utiliser les mallettes pédagogiques des « Rendez-vous conso » (cf. pg 26 « Des outils pour communiquer et développer l'AL »)

Les principales qualités de l'animateur : sens de la pédagogie et du contact, enthousiasme, adaptation à son public.



1.8 La gestion quotidienne

« Toutes les compétences sont les bienvenues. »

La vie de l'association passe par un certain nombre de tâches plus ou moins techniques : le suivi des comptes, la gestion des adhérents, le soutien informatique, le suivi administratif des actions, le secrétariat, etc. Au vu de la multitude d'actions à mener pour permettre à l'association locale de fonctionner au quotidien et faire vivre son projet, vous trouverez certainement dans quoi vous impliquer.



Les principales qualités pour gérer l'association : connaissances techniques, informatiques, comptables, sens de l'organisation.

2. Les outils à votre disposition

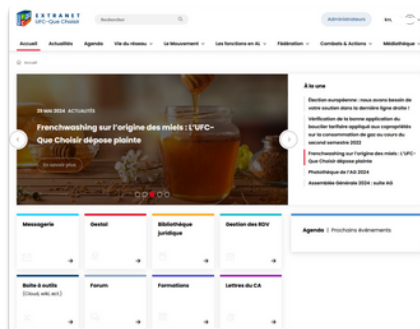
Différents outils sont à votre disposition pour vous aider.

2.1 Des outils pour s'informer et échanger

Extranet

C'est l'outil de base indispensable à tous les bénévoles.

Vous y trouverez les dernières actualités de la Fédération, de ses instances (Bureau, CA, AG), des informations sur les campagnes et événements, sur les AL, etc. Ce site regroupe les accès aux outils qui vous mettront en relation avec l'ensemble des bénévoles du réseau : Gestal, le Campus, le cloud, le forum, la messagerie, la bibliothèque juridique et le wiki gestal entre autres. Toutes les informations mises en ligne sont confidentielles et réservées aux bénévoles.



À partir de l'Extranet, vous pourrez accéder entre autres à la messagerie, le cloud ou le forum :

La messagerie électronique

La messagerie électronique permet à chaque bénévole de bénéficier d'une adresse e-mail construite selon le modèle : « @nomAL.ufcquechoisir.fr ». Grâce à cette adresse, vous êtes assuré de la confidentialité de vos échanges. L'usage des adresses personnelles faisant référence à un fournisseur d'accès (orange, hotmail, gmail, free, wanadoo, etc.) est à proscrire. Ces adresses ne sont pas pérennes (si leur propriétaire est empêché, personne n'a plus accès aux informations) et surtout pas sécurisées. Elles font l'objet d'attaques quotidiennes à l'origine de fuites de données et de propagation des virus et des liens malveillants.

Cloud

Cet espace dématérialisé est un outil indispensable pour partager et recevoir des fichiers volumineux.

Forum

Besoin d'échanger avec l'ensemble du réseau sur un sujet précis ? Connectez-vous au forum, et créez une discussion !

👉 *Le/la président/e de votre association vous en fournira les codes d'accès : <https://extranet.ufc-quechoisir.org/>*

Le site quechoisir.org

C'est le site internet officiel de la fédération et une mine d'informations pour les bénévoles.

Retrouvez la rubrique « Nos combats » pour connaître les prises de position, les actions fédérales, l'actualité consumériste et nos associations locales.

Sur la rubrique « Actualités », les enquêtes, les guides d'achat et des conseils.

Sur la rubrique « Services », les enchères inversés, les comparateurs et cartes interactives et la résolution des litiges.

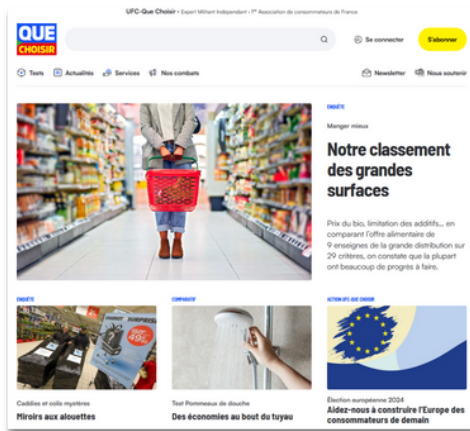
Et finalement sur la rubrique « Test », les test réalisés sur les différents sujets.

Votre association locale bénéficie d'un code d'accès pour consulter librement le site.

👉 *Rapprochez-vous de votre président/e pour pouvoir vous en servir.*

www.quechoisir.org

*Avec plus de 214 000 abonnés,
quechoisir.org est un des premiers sites
d'information payante en France.*



2.2 Des outils de gestion

Gestaf

Cette application en ligne est un outil incontournable dans l'organisation de l'activité des associations. C'est grâce à elle que les associations assurent le suivi des adhérents, procèdent à leurs relances, renseignent leurs litiges et les suivent au fil de l'eau, paramètrent l'outil de rendez-vous en ligne, envoient des lettres d'information, etc. C'est le support indispensable de tous les conseillers litiges et des personnes en charge de la gestion de l'association.

Bleeez

Un outil en ligne qui permet d'assurer la comptabilité de l'AL. Les avantages :

- Accessible en ligne de partout et toujours à jour sans coût supplémentaire.
- Gain drastique sur le temps consacré à la comptabilité. La solution permet de passer de un à plusieurs jours par semaine de saisie à seulement quelques heures par mois.
- Un coût très faible par rapport aux logiciels du marché.
- Compatible zéro papier avec la gestion électronique des documents et la numérisation des factures et notes de frais.

2.3 Des outils pour mieux accompagner les consommateurs dans la résolution de leurs litiges

Une permanence juridique pour les AL (PJAL) :

Cette permanence réservée aux membres de l'AL permet aux conseillers litiges de s'entretenir par téléphone avec un juriste de la Fédération en cas de difficulté sur un litige complexe. Coordonnées indiquées à la fin du livret.

La bibliothèque juridique (BJ) :

Accessible via l'extranet et alimentée par les juristes du DIJ (Département d'information juridique). Vous y trouverez les réponses juridiques aux questions les plus couramment posées par les consommateurs mais aussi des outils (retard livraison, faillite des entreprises, etc.), des FAQ, etc.

Les autres outils juridiques sur extranet :

Les kits de la PJAL (consultables aussi sur la BJ), les kits litiges sériels, les bulletins juridiques, les dossiers juridiques en cours (ex : Free mobile, moteurs Renault, etc.) et leurs actualités etc.

2.4 Des outils pour se former

Participer à des formations internes

La Fédération organise chaque année des formations en présentiel, à Paris et en région, et en distanciel. Sur le plan régional, les formations sont organisées par les référents régionaux de formation. Pour démarrer, le stage « Découverte de l'UFC-Que Choisir », obligatoire pour tout nouveau arrivant, vous est particulièrement destiné ! Vous pouvez vous y inscrire avec l'accord de votre président/e. Le catalogue et le calendrier de formations sont disponibles sur l'Extranet dans la rubrique « Les fonctions en AL > Formation > Participer à une formation ».

Se former en ligne sur Le Campus

La Fédération a mis en place un espace de formation en ligne accessible à tous les bénévoles disposant d'un identifiant Gestal : Le Campus. Vous y trouverez des modules de formation au traitement des litiges et à l'utilisation de Gestal, accessibles librement depuis la boîte à outils extranet.



2.5 Des outils pour communiquer et développer l'AL

Le site Internet de l'AL :

La Fédération met à disposition des associations un modèle de site Internet qui permet de renforcer leur visibilité sur le Web. Grâce à une charte graphique commune, le réseau gagne en cohérence et en unité. Cet outil est entièrement gratuit et son appropriation est simple.

Les sites offrent par ailleurs aux internautes la possibilité d'adhérer, de faire un don ou de soumettre un litige en ligne.

Les mallettes pédagogiques

Les AL sont invitées à diversifier leurs activités, à anticiper les attentes des consommateurs, à prendre des initiatives, comme l'organisation d'événements favorisant l'éducation du consommateur et la prévention.

Pour animer des ateliers d'éducation et de formation des consommateurs appelés « Rendez-vous Conso », la Fédération met à la disposition des AL des mallettes pédagogiques. Il en existe actuellement trois :

- **Pièges et arnaques** : avec les rendez-vous conso Achats sur internet, Pièges et sollicitations commerciales, Crédits à la consommation et Garanties,
- **Consommer responsable** : avec les rendez-vous conso Économiser l'eau, Réduire les déchets, Limiter sa consommation d'électricité, Respirer un air sain et en bonus l'en-jeu conso : des écogestes à portée de main,
- **Mieux manger** : avec les rendez-vous conso Cuisiner équilibré, Manger équilibré au juste prix, Ne pas gaspiller, Aliments enrichis ou allégés, Les fruits, Les aliments du petit-déjeuner et Manger malin dès le matin.

Vous y trouverez tous les supports nécessaires pour promouvoir vos événements, vous approprier les thématiques et animer facilement des « Rendez-vous conso ».



Les outils de communication :

La Fédération met à disposition des AL du matériel bureautique et de communication. Vous trouverez notamment des affiches, des plaquettes, des outils de visibilité, entre autres.

☞ Vous pouvez trouver sur le site de routage :

<https://www.123log.fr/boutique>

les mallettes, les outils pour les campagnes de communication, de promotion ou de développement mais aussi les cartes d'adhérents et le papier à en-tête. L'accès est géré par une personne à l'AL.

Les lettres d'information :

- **La Lettre Hebdomadaire quechoisir.org** : adressée au grand public, cette lettre paraît chaque fin de semaine et vous permet de recevoir gratuitement les dernières informations en provenance de la Fédération.
- **La Lettre du Mouvement** : Cette lettre électronique mensuelle est adressée aux sympathisants, souhaitant recevoir de l'information sur nos combats et victoires.
- **La lettre Que Choisir Demain** : Lettre électronique mensuelle adressée à nos abonnés pour consommer responsable.

☞ *La personne doit avoir accepté de recevoir les newsletters via son compte sur le site quechoisir.org*

- **La lettre du CA** : Lettre électronique adressée uniquement aux bénévoles du réseau, pour les informer des derniers échanges et informations du conseil d'administration. Elle est diffusée dans les jours qui suivent chaque CA.

QUE CHOISIR
L'actualité de l'UFC-Que Choisir

QUE CHOISIR POUR DEMAIN

UFCV QUE CHOISIR
Première association de consommateurs de France
Ensemble pour une consommation responsable

UFCV QUE CHOISIR
LA LETTRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
Lettre n°106 - Mardi 30 avril 2024

3. Des droits et des devoirs réciproques

L'activité bénévole est librement choisie. Au sens du droit du travail, il n'y a donc pas de lien de subordination entre l'association et ses bénévoles. Cela n'exclut évidemment pas le respect des règles et consignes fixées par les instances dirigeantes. Les dirigeants et les membres de l'équipe mettront tout en œuvre pour que vous vous sentiez accueilli/e au sein de l'association et y trouviez votre place. Les remerciements, les signes de reconnaissance pour le temps passé et les compétences apportées sont aussi indispensables que la possibilité d'avoir voix au chapitre : des réunions régulières, une information diffusée et partagée, des échanges vrais sont autant de garanties de mise en œuvre effective de la démocratie.

3.1 Les engagements de votre association

Votre association s'engage à votre égard à :

Accueil et intégration

- Vous accueillir et vous considérer comme un collaborateur à part entière, car chaque bénévole est unique.
- Vous confier, en fonction des besoins, des missions adaptées à vos compétences, vos motivations et disponibilités.

Information

- Vous informer sur son projet associatif, son fonctionnement, les objectifs de l'année, la répartition des principales responsabilités, la conduite des projets et leurs résultats.
- Faciliter les rencontres avec les dirigeants, les autres bénévoles, les salariés et les adhérents.

Gestion et développement de compétences

- Assurer votre intégration et votre formation par tous les moyens adaptés à la taille de l'association : formation, tutorat, travail en binôme ou groupe de projet, constitution d'équipes thématiques ou transversales, etc.
- Organiser des rencontres au cours desquelles vous pourrez échanger sur vos centres d'intérêt, les compétences acquises et les éventuelles difficultés rencontrées.

Assurance

- Vous garantir la couverture et le bénéfice d'une assurance responsabilité civile dans le cadre des activités qui vous sont confiées.

3.2 Vos engagements vis-à-vis de votre association

Vous vous engagez envers l'association à :

Votre adhésion à l'UFC-Que Choisir

- Adhérer aux principes, valeurs et objectifs de votre association et de l'UFC-Que Choisir.
- Prendre connaissance des statuts et du règlement intérieur de votre association et de l'UFC-Que Choisir, documents qui vous seront remis lors de votre arrivée en tant que bénévole.

Votre activité

- Considérer que le consommateur et en particulier l'adhérent est au centre de toute l'activité de l'UFC-Que Choisir.
- Vous conformer aux principes de gestion et d'organisation de votre association.
- Signer l'engagement de confidentialité si vous utilisez Gestal.
- Rendre compte régulièrement de votre activité.
- Collaborer loyalement avec tous les autres acteurs de l'UFC-Que Choisir.
- Suivre les actions de formation proposées.
- Prévenir votre association au plus tôt, en cas d'empêchement ponctuel, afin qu'elle ait le temps de s'organiser en conséquence.
- Respecter un préavis raisonnable lorsque vous souhaitez mettre un terme à votre engagement bénévole.

Vos représentations

- Ne pas agir en votre nom propre.

✎ *Les représentations sont données par délégation officielle de votre Conseil d'administration. C'est dans le respect de ce cadre que les bénévoles peuvent accepter de faire partie de Commissions ou de groupes de réflexion externes. La participation d'un bénévole, au titre de l'UFC-Que Choisir, à des manifestations extérieures est également soumise à l'accord préalable du Conseil d'administration. La participation à des jurys est généralement exclue. Rendre compte des représentations est indispensable.*

Vos relations avec les professionnels

- Ne jamais demander un produit à l'essai, refuser les dons et les cadeaux.
- Renvoyer à l'expéditeur tout produit reçu à moins qu'il ne s'agisse d'un échantillon distribué largement.

✎ *L'association UFC-Que Choisir est indépendante de tout pouvoir, de tout groupe de pression, de tout opérateur faisant le commerce des biens et des services.*

Vos relations avec la presse

- Ne pas s'improviser porte-parole de l'association sans avoir été expressément mandaté pour le faire.

☛ *L'expression politique de l'association vers l'extérieur et son exercice relèvent de votre président/e. Lorsqu'il ne peut répondre, des bénévoles missionnés spécialement interviennent dans les médias. La coordination et la responsabilité de ces interventions sont cependant assurées par votre président/e.*

Obligation de réserve

- Taire publiquement vos opinions si elles ne sont pas conformes à celles publiquement exprimées par votre association ou par la Fédération.

☛ *Pour contribuer à l'élaboration des prises de position de l'association, vos propres idées et réflexions sont les bienvenues. Et, lorsqu'une position est adoptée, n'hésitez pas à demander les informations et arguments vous permettant de bien la comprendre et de la relayer*

Confidentialité

- Garder la confidentialité sur les dossiers en cours d'exécution. Une fois publiés, les méthodes et les résultats du travail de l'UFC-Que Choisir sont publics. Mais l'élaboration, les procédures de recherche, les personnes contactées, les documents transmis et les dossiers juridiques doivent rester confidentiels.

☛ *L'association conserve le droit d'interrompre l'activité et la mission d'un bénévole, en respectant dans toute la mesure du possible, des délais de prévenance raisonnables, et en justifiant cette interruption. La décision est prise par le CA de l'Association locale.*

PLONGÉE AU CŒUR DE LA FÉDÉRATION UFC-QUE CHOISIR

1. L'organisation de la Fédération

1.1. L'Assemblée générale (AG)

À la tête de la Fédération, l'Assemblée générale réunit une fois par an les délégués des associations affiliées. Elle débat des activités de l'UFC-Que Choisir et détermine ses orientations. Elle vote le rapport d'activité et les comptes de l'exercice précédent. Elle procède à l'élection des membres du Conseil d'administration.

1.2. Le Conseil d'administration (CA)

Il est composé d'au moins dix membres titulaires et dix membres suppléants (maximum quinze) élus par l'Assemblée générale parmi les délégués des associations locales pour trois ans renouvelables. À leurs côtés, deux administrateurs titulaires et deux suppléants sont issus du personnel salarié de la Fédération et élus par lui.

Le Conseil d'administration se réunit au moins dix fois par an.

Le Bureau est composé d'un/une président/e, de deux vice-présidents/es, d'un/une trésorier/ère, d'un/une trésorier/ère adjoint/e, et d'un/une secrétaire. Les membres du Bureau sont élus chaque année par le Conseil d'administration pour une durée d'un an.

Le Bureau se réunit entre deux Conseils d'administration pour en préparer les travaux, mettre en œuvre les décisions et gérer les affaires courantes. Le/la président/e, également directeur des publications, dispose d'attributions spécifiques. Il/elle décide de toute action en justice et de la communication politique de l'association.

1.3. Les commissions du CA

Le CA s'appuie sur plusieurs commissions pour remplir ses missions. Les Commissions thématiques sont des instances de réflexion, de débat et de proposition. Elles assurent une veille dans leurs domaines respectifs et ont un rôle d'alerte sur les questions d'actualité et celles émanant du réseau des AL. Elles effectuent un recensement des positions de l'UFC-Que Choisir, en proposant le cas échéant une actualisation, une évolution.

Mises en place par le Conseil d'administration, elles lui rendent compte de leurs travaux. Elles sont en nombre de cinq :

- **Agriculture et Alimentation :**
agriculturealimentation@federation.ufcquechoisir.fr
- **Commerce et Services :** commerceservices@federation.ufcquechoisir.fr
- **Banques, Finances et Assurances :**
banquefinances@federation.ufcquechoisir.fr
- **Logement et Énergie :** logement@federation.ufcquechoisir.fr
- **Santé :** sante@federation.ufcquechoisir.fr

Quatre autres commissions non thématiques existent, tournées vers le fonctionnement du réseau :

- Formation
- Vie du réseau : cvr@quechoisir.org
- Animation Politique
- Conflits

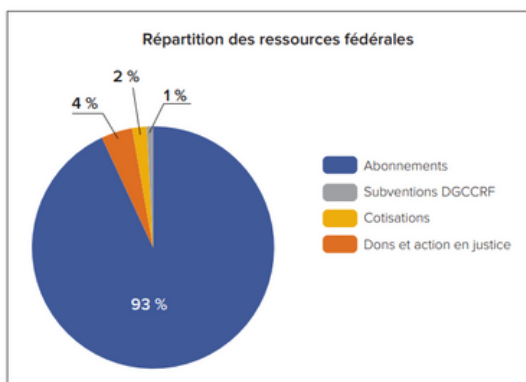
Deux réseaux thématiques, Environnement et Santé, et un réseau axé sur les Campagnes prioritaires sont animés par des administrateurs et sont constitués de référents régionaux. Ils contribuent au partage d'expérience, à la remontée de sujets communs, à l'appropriation des décisions fédérales et à la coordination des positions dans les représentations.

1.4 L'équipe salariée

La Fédération peut compter sur une équipe salariée de 135 personnes, pilotée par un Directeur général délégué et une équipe de direction, qui permet à l'UFC-Que Choisir d'intervenir dans l'ensemble des domaines relatifs à son projet associatif et d'assurer le bon fonctionnement quotidien de la Fédération.

2. Les ressources de la Fédération

Nous ne dépendons financièrement que des consommateurs eux-mêmes. L'essentiel des ressources de la Fédération provient en effet des abonnements et ventes au numéro des revues Que Choisir, et des abonnements au site internet quechoisir.org. Les autres ressources sont les parts fédérales que les associations reversent à la Fédération au titre des adhésions, les dons faits par les consommateurs, les gains des actions en justice menés à niveau national et la subvention que la Fédération reçoit de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).



3. Les missions et les services de la Fédération

3.1. Informer et conseiller les consommateurs

La Rédaction

La rédaction assure le contenu et la publication des magazines de l'UFC-Que Choisir ainsi que le contenu de quechoisir.org. Elle est composée d'une équipe de journalistes et secrétariat de rédaction, qui travaille en lien avec les départements de la fédération.

👉 Les revues

L'UFC-Que Choisir édite les mensuels Que Choisir et Que Choisir Santé et les trimestriels Que Choisir Argent et Que Choisir Pratique. Les revues de l'UFC-Que Choisir ne comprennent aucune publicité et ne vivent que par leurs abonnés et acheteurs au numéro. Ce qui garantit leur indépendance.

Tous les bénévoles de l'association peuvent accéder au Que Choisir mensuel et Que Choisir santé avec un abonnement à un tarif préférentiel.



L'édition

Ses missions sont la conception, la réalisation et la vente d'ouvrages pratiques pour les consommateurs. Des sujets variés qui vont du jardinage, des recettes, des conseils santé en passant par des conseils de réparation pour la maison. C'est à ce service que l'on doit notamment « Tous les droits des consommateurs » ouvrage que les conseillers litiges gardent à portée de main !



La diffusion et l'e-marketing

Ce service a notamment en charge la gestion des abonnements, les ventes en kiosque des revues, la commercialisation des ouvrages édités par Que Choisir Édition, la promotion, le développement de quechoisir.org et le développement du parc d'abonnés.

L'observatoire de la consommation (ODLC)

L'observatoire de la consommation élabore les enquêtes qui peuvent être faites par visites mystères ou par téléphone (menées par les enquêteurs bénévoles des AL) ou par questionnaires directement auprès des consommateurs. Il met également en place les comparateurs et les cartes interactives sur le site Internet (fracture sanitaire, énergie, mutuelles, etc.).

Le département d'information juridique (DIJ)

Ce service téléphonique, composé de juristes, est réservé aux abonnés. Il les renseigne et leur indique ce que dit la loi ou la jurisprudence, mais n'intervient pas dans le traitement des litiges, qui reste la prérogative des associations locales.

Les essais comparatifs

Les essais comparatifs constituent la base de l'expertise de l'UFC-Que Choisir. Les résultats des essais sont exploités dans le magazine Que Choisir et sur quechoisir.org. L'expertise issue de ces essais est mise au service des actions politiques de l'association.

3.2. Défendre et promouvoir les intérêts des consommateurs

Le service des études et du lobby

Les chargés de mission de ce département produisent les analyses sur lesquelles se fondent les positions politiques de l'UFC-Que Choisir, en lien avec les commissions thématiques du CA. Ils travaillent principalement sur l'environnement, les libertés numériques, l'énergie, le logement, la banque, la santé, les transports et services publics ou encore l'alimentation.

Les lobbyistes s'attachent à obtenir la traduction législative et réglementaire, au niveau national comme européen, des positions du Conseil d'administration.

Le service juridique

Il a pour principale mission de lancer et gérer des procédures exercées dans l'intérêt collectif des consommateurs.

Ses juristes ont également un rôle d'expertise dans l'appui aux actions du département de l'action politique auprès des pouvoirs publics français et européens pour faire évoluer la législation.

Le service communication

Il élabore la communication et prévoit la mobilisation qui découle des campagnes prioritaires. Ce service organise aussi les relations presse avec les médias traditionnels et gère les communications sur les réseaux sociaux de la Fédération.

👉 Vous pouvez retrouver tous nos **communiqués de presse** dans la « salle de presse » accessible via le site quechoisir.org :

<https://www.quechoisir.org/salle-de-presse/>

ou depuis extranet:

<https://extranet.ufc-quechoisir.org/federation/dans-les-medias/communique-presse/>

Et les **communications pour les réseaux sociaux** sur l'extranet :

<https://extranet.ufc-quechoisir.org/les-fonctions-en-al/animation-communication/reseaux-sociaux/>

3.3. Fédérer et soutenir le mouvement

Le service de l'engagement et des relations associatives (SERA)

C'est la principale porte d'entrée pour les bénévoles qui veulent s'adresser à la Fédération.

- Il organise des événements pour l'animation du Réseau tels que La Semaine du Mouvement initiée depuis 2024.
- Il soutient les associations dans la promotion de leurs activités à travers la création d'outils et de supports de communication.
- Il participe à l'organisation de campagnes de communication et de recrutement de bénévoles et d'adhérents.
- Il appuie le réseau et concourt à son développement à travers la formation des bénévoles.
- Il participe à la gestion des instances de la Fédération en contribuant à l'organisation de la vie statutaire. Il prépare le Bureau, le Conseil d'administration, l'Assemblée générale annuelle, et assure leur suivi.

Plus généralement, ce département assure le lien direct entre le réseau et la Fédération, et accompagne les associations en cas de difficulté.

Ce service, avec le service Études, Juridique et Communication, fait partie de la Direction de l'Action Politique.

La permanence juridique téléphonique pour les AL (PJAL)

Ce service permet aux associations de s'entretenir par téléphone avec un juriste sur les dossiers litiges de leurs adhérents.

Le service informatique (DSII)

Il développe et assure la maintenance des différentes applications à destination de la Fédération et des associations locales. C'est à cette équipe que l'on doit notamment Gestal, notre application commune de gestion des associations locales et des litiges, les sites Internet ou encore les boîtes e-mail standardisées. C'est également le service informatique qui gère techniquement le site Internet quechoisir.org.

3.4. Faire fonctionner la Fédération

Finance, administration

Ce service assure l'ensemble des fonctions comptables et financières de la fédération.

Ressources humaines

La direction des ressources humaines gère la gestion administrative et RH du personnel de la fédération.

Logistique et achats

Les services généraux s'occupent du bon fonctionnement des locaux de la Fédération grâce à la maintenance des infrastructures et des équipements, la sécurité des biens et des personnes et la qualité de l'environnement de travail des collaborateurs.



LES ABRÉVIATIONS UTILISÉES A L'UFC-QUE CHOISIR

UFC :	Union Fédérale des Consommateurs
AL :	Association Locale
UR :	Union Régionale
CA :	Conseil d'Administration
AG :	Assemblée Générale
SERA :	Service de l'Engagement et des Relations Associatives
PJAL :	Permanence Juridique téléphonique pour les Associations Locales
BJ :	Bibliothèque Juridique
DIJ :	Le Département d'Information Juridique
ODLC :	L'Observatoire De La Consommation
CVR :	Commission Vie du Réseau
DGCCRf :	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes

COORDONNÉES UTILES AU SEIN DE LA FÉDÉRATION

Numéros strictement réservés aux AL, ne pas divulguer à l'extérieur.

Siège

233, boulevard Voltaire, 75011 PARIS

Tél. : 01 43 48 55 48

www.quechoisir.org

Service de l'engagement et des relations associatives (SERA)

Du lundi au vendredi de 9h00 à 17h00

Tél. : 01 44 93 19 40

reseau.al@quechoisir.org

Permanence juridique téléphonique (PJAL)

Tél. : 01 44 93 18 80

Du lundi au vendredi de 9 h 50 à 12 h 15 et de 14 h à 15 h 45

Observatoire de la consommation (ODLC)

Tél. : 01 44 93 18 81

enquetes@quechoisir.org

Département juridique et actions judiciaires

aljudiciaire@quechoisir.org

CE LIVRET APPARTIENT À :

INFORMATIONS UTILES SUR L'ASSOCIATION

AL Nro : _____

Nom : _____

Adresse : _____

Jours et heures d'ouverture : _____

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

Site Internet : _____

L'AL est membre de l'Union régionale _____

Périmètre : Département ou communes : _____

Nombre d'adhérents : _____ Nombre de bénévoles : _____

Nombre de litiges traités par an : _____

Principales représentations : _____

Titre du bulletin local : _____

L'AL effectue des enquêtes nationales : ☐ oui ☐ non

L'AL effectue des enquêtes locales : ☐ oui ☐ non

L'AL dispose de l'agrément justice : ☐ oui ☐ non

L'AL dispose de l'agrément environnement : ☐ oui ☐ non

L'AL dispose de l'agrément santé : ☐ oui ☐ non

Ses grands axes de travail et projets :

LE BUREAU DE L'ASSOCIATION LOCALE

Président/e : _____

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

Vice/président/e : _____

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

Vice/président/e : _____

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

Secrétaire :

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

Trésorier/ère :

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

Trésorier/ère adjoint/e :

Numéro de téléphone : _____

Courriel : _____

FORMATIONS SUIVIES

Nom de la formation : _____

Dispensée par : _____

Durée : _____ Date : _____

Nom de la formation : _____

Dispensée par : _____

Durée : _____ Date : _____