



# UFC-Que Choisir du Bas-Rhin

EXPERT – INDÉPENDANT – MILITANT

La protection et la défense des consommateurs

## RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

UFC-Que Choisir du Bas-Rhin

1a place des orphelins

67000 STRASBOURG

03.88.37.31.26

[contact@basrhin.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@basrhin.ufcquechoisir.fr)



## Sommaire

<b>I.</b>	<b>Organiser la vie associative .....</b>	<b>5</b>
1.	Les adhérents .....	5
2.	L'assemblée générale .....	5
3.	Le conseil d'administration .....	6
4.	Les salariés .....	6
5.	Les équipes de bénévoles .....	6
6.	La formation .....	8
7.	Les relations au sein du mouvement UFC-Que Choisir .....	8
a)	Avec la Fédération .....	8
b)	Avec l'Union régionale.....	9
<b>II.</b>	<b>Aller à la rencontre des consommateurs .....</b>	<b>10</b>
1.	Les manifestations pour les 70 ans du mouvement .....	10
a)	Le concours Photogâchis .....	10
b)	La tournée du Van.....	10
c)	Le « Scanathon ».....	11
2.	Les « Rendez-vous Conso » .....	11
3.	La « Rentrée des associations » .....	11
<b>III.</b>	<b>Protéger et défendre.....</b>	<b>13</b>
1.	L'assistance juridique.....	13
a)	Les sollicitations par téléphone et sur place : 2330 au lieu de 2693.....	13
b)	Les courriels et courriers : 1470 au lieu de 1857 .....	13
c)	Dossiers litiges ouverts : 234 au lieu de 246.....	14
2.	Les actions en justice .....	14
3.	Défendre le pouvoir d'achat .....	14
<b>IV.</b>	<b>Enquêter .....</b>	<b>15</b>
<b>V.</b>	<b>Représenter et intervenir .....</b>	<b>16</b>
1.	Importance des représentations .....	16
2.	Exemple d'une représentation : le Représentant des Usagers Santé .....	16
a)	Bref historique .....	16
b)	La Commission des Droits des Usagers (CDU) .....	16
c)	Le Représentant des Usagers en CDU .....	17
d)	Les principaux mandats de représentation des Usagers dans le système de santé. 17	
<b>VI.</b>	<b>Communiquer .....</b>	<b>18</b>
1.	La Lettre d'information.....	18

2.	Le site Internet .....	18
3.	La page Facebook .....	19
4.	Instagram .....	19
5.	Dans les médias .....	19
6.	Communiqués de presse et interpellations des pouvoirs publics .....	19
7.	Autres communications .....	20
<b>VII.</b>	<b>Annexes .....</b>	<b>21</b>
	Annexe I : Composition du Conseil d'administration .....	21
	Annexe II : Statistiques du service juridique .....	21
	Annexe III : Liste des représentations .....	22
	Annexe IV : Interventions dans les médias .....	23
	Annexe V : Parutions dans les médias.....	23
	Annexe VI : Communiqués de presse .....	24
	Annexe VII : Rappel des missions de l'association .....	25
a)	L'objet statutaire.....	25
b)	La réalisation de l'objet social sur le terrain.....	25

# I. Organiser la vie associative

Créée en février 1976, l'Union Fédérale des Consommateurs « Que Choisir » du Bas-Rhin est une association à but non lucratif de droit local.

**1552 adhérents**  
**6 administrateurs élus**  
**1 salariée, plus des stagiaires**  
**55 bénévoles qui accomplissent un travail équivalent à 5,5 Equivalent Temps plein**

## 1. Les adhérents

En 2021 l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a enregistré 1552 adhérents soit une progression de près de 3 % par rapport à 2020 qui avait déjà connu une augmentation de 10 %. Cette évolution du nombre d'adhérents constitue donc un résultat plutôt satisfaisant, d'autant qu'il est supérieur aux 0,2% du mouvement UFC-Que Choisir au niveau national.

Le taux de renouvellement des adhésions est de 76 %, quasi identique à celui de 2020. La croissance du nombre d'adhérents est due la création de l'adhésion sympathisant qui a généré 82 nouvelles adhésions. Au global il y a eu 414 nouveaux adhérents, contre 453 en 2020, soit un recul de presque 9 %.

Différents facteurs expliquent cette situation. Non seulement 2021 devait être une année de transition au niveau de l'organisation de notre support juridique, mais de plus, les contraintes sanitaires ne nous ont bien évidemment pas facilité le travail. Notre activité « hors les murs » pour aller au contact du public, et donc gagner de nouveaux adhérents, a été quasi nulle. Enfin, 2021 était l'année des 70 ans d'existence de l'UFC-Que Choisir et nous nous attendions à une vraie campagne médiatique de la part de la fédération pour que les médias parlent du mouvement, et donc attirent de nouveaux adhérents. Cela n'a pas franchement été le cas. Ni le lancement de l'adhésion « Sympathisant », ni le concours photo « photogâchis », ni le tour de France du « Van des 70 ans », pour ne citer que les principales activités initiées par la fédération, n'ont eu un impact sensible sur les adhésions.

Au niveau administratif, notons que le noyau initial de cinq bénévoles qui gère les adhésions, a été rejoint par six bénévoles supplémentaires. La formation de toute cette équipe se poursuit.

## 2. L'assemblée générale

L'Assemblée Générale de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin s'est déroulée le 17 mars, non pas dans la grande salle de la Maison des Associations à Strasbourg, comme d'habitude, mais, Covid oblige, en visio-conférence. Une grande première autant pour les membres du Conseil d'administration que pour les adhérents qui y ont assisté.

Sur la trentaine de personnes inscrites, une vingtaine étaient effectivement "en ligne" lors de l'assemblée.

Malgré des bugs liés à des difficultés de connexions, le rapport moral, le rapport d'activité et le rapport financier ont été adoptés à l'unanimité des votes exprimés. Les deux administrateurs qui sollicitaient le renouvellement de leur mandat ont également été réélus.

### 3. Le conseil d'administration

Le conseil d'administration est composé de 6 administrateurs (voir Annexe I).

Il s'est réuni dix fois en 2021 : les 25 janvier, 23 février, 17 mars, 28 avril, 7 juin, 23 juin, 28 juin, 3 septembre, 11 octobre et 17 novembre. Les 2 premiers conseils de l'année et ceux du 28 avril et 7 juin se sont tenus en visioconférence, les autres en présentiel.

### 4. Les salariés

Christel Dagnello est la responsable du service juridique. A ce titre, avec le président, elle recrute, encadre et forme les stagiaires et bénévoles qui contribuent à l'accueil des consommateurs (essentiellement par téléphone) et participent à la gestion des litiges. Elle est en charge également des dossiers les plus complexes. Elle travaille pour l'association 23 heures par semaine.

Un CDD d'un mois et demi en fin d'année a été contracté avec une ancienne stagiaire afin de contribuer à apurer le nombre de dossiers.

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin accueille régulièrement des stagiaires dans le cadre de conventions passées avec des universités ou organismes de formation. Les stagiaires sont amenés à traiter de thèmes liés aux problèmes de consommation. Ces stages sont surtout une prise de contact avec le monde du travail et la mise en œuvre pratique des connaissances acquises lors du cursus universitaire. En 2021, 12 stagiaires se sont succédé au sein du service juridique, certains à temps plein, d'autres à temps partiel.

### 5. Les équipes de bénévoles

Voir le document « Organisation des équipes » page suivante

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

Didier CORNU · Président  
Hélène WOLFF · Vice- Présidente  
Brigitte TROUILLET · Secrétaire  
Daniel ERNST · Trésorier  
Jacques GREINER  
Corinne IBRAM

# UFC-QUE CHOISIR DU BAS-RHIN ORGANISATION

## ÉQUIPE

6 administrateurs bénévoles  
49 bénévoles  
1 salariée  
stagiaires

## ÉVÈNEMENTS

En fonction de l'actualité et des projets, avec la participation de tout ou partie de l'équipe

En 2021 : 70 ans de la fédération  
En 2022 : projet de mobilisation citoyenne

## ENQUÊTES

**Daniel ERNST**

32 enquêteurs

- Relevés de prix
- Enquêtes "client mystère"
- Questionnaires

[enquete@basrhin.ufcquechoisir.fr](mailto:enquete@basrhin.ufcquechoisir.fr)

## RENDEZ-VOUS CONSO

**Hélène WOLFF**

3 administrateurs

9 bénévoles

- Ateliers interactifs de consommateurs
- Thèmes abordés : consommer responsable, arnaques, alimentation

[rdvconso@basrhin.ufcquechoisir.fr](mailto:rdvconso@basrhin.ufcquechoisir.fr)

## REPRÉSENTATIONS

3 administrateurs

6 bénévoles  
salariée

- Représentants des usagers santé
- Commission départementale d'aménagement commercial
- Commissions consultatives des services publics locaux
- Commission de surendettement...

## EXPERTISE

3 bénévoles

- Environnement
- Santé
- Énergie

## CONSULTATIONS JURIDIQUES

**Didier CORNU**

*Christel DAGNELLO*

1 administrateur

6 bénévoles  
stagiaires

- Conseils auprès des consommateurs
- Résolution des litiges des adhérents

[contact@basrhin.ufcquechoisir.fr](mailto:contact@basrhin.ufcquechoisir.fr)

## ACTIONS POLITIQUES

**Jacques GREINER**

et le conseil d'administration

- Déclinaison des campagnes politiques à l'échelle départementale
- Interpellation des pouvoirs politiques

[campagnespolitiques@basrhin.ufcquechoisir.fr](mailto:campagnespolitiques@basrhin.ufcquechoisir.fr)

## COMMUNICATION

**Corinne IBRAM**

2 administrateurs

3 bénévoles  
stagiaires

- Animation des réseaux sociaux
- Newsletter
- Communication interne et externe

[communication@basrhin.ufcquechoisir.fr](mailto:communication@basrhin.ufcquechoisir.fr)

## GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE

**Daniel ERNST**

10 bénévoles

- Gestion des adhésions
- Paiements & encaissements
- Gestion des fournitures
- Informatique locale



décembre 2021

Parmi les adhérents à l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin, plus d'une cinquantaine ont choisi de s'engager régulièrement dans les différentes activités de l'association en tant que bénévoles.

Le total des heures que tous ces bénévoles consacrent à l'UFC-Que Choisir du Bas Rhin, bien souvent quelques heures par semaine, correspond à plus de quatre Equivalents Temps Plein (ETP). Ce qui démontre, si besoin était, que leur contribution est essentielle pour recevoir, informer, accompagner les consommateurs mais aussi gérer toutes les activités nécessaires au bon fonctionnement de l'association. Nous leur en sommes très reconnaissants.

Pour la première fois cette année, l'association a inauguré un nouveau format de rencontre des bénévoles, « La rentrée des Bénévoles ». Cette réunion, qui s'est déroulée le 30 septembre à la Maison des Associations, a réuni une trentaine de personnes, tous adhérents de l'UFC-Que choisir du Bas-Rhin, et tous prêts à s'engager ou à continuer de s'engager dans l'organisation et les activités de l'association.

Après une distanciation des liens physiques due à la pandémie, tous étaient heureux de se rencontrer, d'échanger et de conforter leur envie d'engagement citoyen à travers les activités proposées à court et moyen terme.

## 6. La formation

Les bénévoles apportent leur motivation et leur détermination pour accueillir, informer, accompagner les consommateurs mais aussi pour gérer toutes les activités nécessaires au bon fonctionnement de l'association. Toutes les actions réalisées par les bénévoles engagent l'association : de la qualité de l'accueil, du traitement des litiges, des enquêtes, des représentations dépendent l'image et la crédibilité du mouvement.

L'UFC-Que Choisir accorde donc une grande importance au développement des compétences des bénévoles. La fédération propose à tout bénévole, qu'il soit nouveau ou expérimenté, d'accéder à des temps de formation pour se perfectionner, échanger ses pratiques, connaître d'autres bénévoles. Notre association saisit ces opportunités.

Ainsi, le 22 novembre 2021, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a pu proposer à 19 nouveaux bénévoles (dont une personne venue de l'association UFC-Que Choisir du Haut-Rhin) la formation de base « Découvrir l'UFC-Que Choisir » animée par un administrateur national dans les locaux de la Maison des Associations de Strasbourg.

Les bénévoles du groupe Communication ont, quant à eux, pu suivre plusieurs formations organisées par la Fédération, en distanciel vu la pandémie, afin de se perfectionner dans les techniques de communication liées aux nouveaux modes de communication (réseaux sociaux, visio).

Par ailleurs, des formations en interne sont dispensées en flux continu en fonction des besoins afin d'acquérir ou d'actualiser les connaissances. C'est le cas pour les équipes des bénévoles juristes, des bénévoles administratifs ou ceux ayant rejoint l'équipe « Rendez-vous Conso ».

## 7. Les relations au sein du mouvement UFC-Que Choisir

### a) Avec la Fédération

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin fait partie d'une fédération et est donc soumise aux droits et obligations qui en découlent.

L'association, avec 3 délégués dont le président, a participé à la « journée du mouvement » en distanciel, le 4 juin 2021. Différents thèmes ont été abordés dont l'évolution de l'objet social, la mutualisation des moyens, l'adhésion sympathisant etc.

Elle était également présente à l'assemblée générale ordinaire et à l'assemblée extraordinaire, les 9 et 10 octobre 2021, à Gien. Le nombre de délégués (3 personnes dont le président) et le nombre de voix de l'association sont proportionnels au nombre d'adhérents de l'association en 2020. L'association de l'UFC-Que Choisir du Haut-Rhin lui avait donné son pouvoir.

#### b) Avec l'Union régionale

L'UFC-Que Choisir adhère à l'Union Régionale Grand Est, dénommée UREGÉ, depuis sa création fin 2019. Les Unions régionales sont les courroies de transmission privilégiées entre la fédération et les associations locales. L'essentiel de leurs missions est consacré à la formation, la santé, l'environnement et Gestal (outil informatique). A cette fin des référents régionaux et des correspondants dans chaque association ont été créés, postes non encore tous pourvus.

Le président de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin est membre du conseil d'administration de l'UREGE. Mais cette dernière n'a guère eu d'activités en 2021.

## II. Aller à la rencontre des consommateurs

Informers, sensibiliser, prévenir les consommateurs sont la raison d'être du mouvement UFC-Que Choisir. Et pour cela, il est indispensable de créer des occasions de rencontres et de discussions avec les consommateurs. Aussi, en cette année où la pandémie a encore compliqué les échanges, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a saisi toutes les opportunités offertes, soit par les activités proposées par la fédération, soit par des activités menées directement sur le territoire pour aller à la rencontre des consommateurs.

### 1. Les manifestations pour les 70 ans du mouvement

#### a) Le concours Photogâchis

Ce concours, organisé dans le cadre du 70<sup>e</sup> anniversaire de la fédération UFC-Que Choisir, avait pour but de dénoncer les méfaits et les dérives de la surconsommation. Il se déroulait en 2 étapes, une départementale et une nationale.

La première, ouverte du 22 mars au 1er mai 2021, a connu un véritable succès. Le jury, constitué des photographes Guillaume Chauvin et Alain Willaume, ainsi que du journaliste Dominique Jung, a départagé les candidats et décerné 3 prix du jury. Le premier prix est allé à Marc Sommer pour sa photo *L'Éveil du nouveau-né*, le deuxième à Justine Viéville pour sa photo *Vomi Publicité*, et le troisième à Joël Gonçalves pour sa photo *Enfant et surconsommation*. Précisons que Justine Viéville a également obtenu le prix du public, puisque ce dernier avait été invité à voter en ligne. La remise des prix aux trois lauréats a eu lieu le 23 juin à la maison des Associations de Strasbourg.

Marc Sommer, en tant que Premier prix du jury, a participé, quant à lui, à la finale nationale, seconde étape du Concours Photogâchis qui s'est déroulée du 1<sup>er</sup> septembre au 29 octobre 2021. Il a fait un très beau parcours puisqu'il a été sélectionné parmi les finalistes et, à ce titre, a également été primé.

#### b) La tournée du Van

Toujours pour fêter ses 70 ans, la Fédération UFC-Que Choisir a entrepris d'organiser un tour de l'Hexagone en Van. L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin avait proposé, et obtenu, que son parcours inclue des étapes à Strasbourg, Obernai et Haguenau, les 23, 24 et 25 octobre. Nécessitant un très gros investissement des bénévoles de notre association, l'opération a été une réussite grâce à la bonne visibilité qu'elle en a tirée.

Des bénévoles de l'association sont allés à la rencontre des habitants pour leur proposer de consommer plus sobre, plus sain et plus responsable. Nombreux sont les Bas-Rhinois à s'être rapprochés de nos équipes pour en savoir plus sur les actions et les outils de l'UFC-Que choisir. L'association a enregistré plus de 300 contacts, mais aussi des adhésions immédiates, des dizaines de signatures de pétitions (notamment pour les campagnes « Stop à la TVA sur les taxes énergétiques » et « En finir avec le glyphosate en Europe... enfin »), ainsi que de très nombreux chargements de l'application **Quelproduit**.

Les retombées presse importantes ont contribué à faire connaître ou redécouvrir les combats en faveur des consommateurs que mène sans relâche depuis 70 ans, la Fédération de l'UFC-Que Choisir.

### c) Le « Scanathon »

Les 19 et 20 novembre, Strasbourg a accueilli l'un des Scanathons organisés par l'UFC-Que Choisir simultanément dans 10 villes de France. A cette occasion, des intérimaires sont allés à la rencontre des habitants pour leur présenter l'application **Quelproduit** et faire la promotion de l'adhésion Sympathisant auprès des consommateurs désireux de rejoindre l'association.

## 2. Les « Rendez-vous Conso »

Les consommateurs sont de plus en plus nombreux à se préoccuper de leur pouvoir d'achat mais également de l'impact de leur consommation sur la planète. Pour eux, l'UFC-Que Choisir a créé les Rendez-vous Conso, ateliers interactifs, animés par des bénévoles de l'association.

A partir de mallettes pédagogiques créées et mises à disposition par la fédération, l'équipe en charge de ce projet s'est formée, documentée et emparée des sujets proposés.

Le groupe de bénévoles n'a cessé de s'étoffer tout au long de l'année, passant du noyau initial constitué de 3 administrateurs à un groupe de 12 bénévoles, tous spécialisés sur une ou plusieurs des thématiques abordées dans la mallette « Les bons réflexes pour consommer responsable » pour aider les consommateurs à effectuer les meilleurs choix pour leur budget, leur santé et l'environnement.

Le premier Rendez-vous Conso organisé par l'UFC-Que choisir du Bas-Rhin dans ce cadre s'est déroulé début décembre, dans une église à Strasbourg. En effet, certaines communautés chrétiennes sont désormais engagées dans le cadre d'« Église Verte », une démarche vers la « conversion écologique ». Une quinzaine de personnes ont répondu à l'invitation de la Paroisse protestante du Neuhof-Stockfeld, partenaire de cette initiative, encadrée par trois bénévoles de notre association. Le premier rendez-vous, « Des écogestes à portée de main », est conçu sous la forme d'un quiz de 20 questions auxquelles les participants sont invités à répondre. Il nous interpelle sur des comportements simples que nous pouvons tous mettre en œuvre pour protéger notre santé, notre environnement et faire des économies. Cette introduction, très ludique, sera suivie par d'autres Rendez-vous Conso qui exploreront les thématiques suivantes : « J'économise l'eau à la maison », « Je limite ma consommation d'électricité », « Je respire un air sain chez moi ».

Par ailleurs, des ateliers sont également proposés fondés sur une autre mallette pédagogique « Les bons réflexes pour déjouer Pièges et Arnaques ».

Ainsi, à l'invitation de l'IRCEM-Retraite, qui a conclu une convention de partenariat avec l'UFC-Que Choisir, le président de notre association a animé 2 séances, en octobre et novembre, sous forme d'ateliers consacrés aux méthodes de ventes agressives. Le public d'une vingtaine de personnes était constitué de particuliers-employeurs et salariés retraités.

En partant d'exemples concrets proposés par les participants ou par l'animateur afin d'analyser les pièges tendus par des professionnels aguerris dans le domaine des sollicitations commerciales par téléphone, internet en démarchage à domicile ou en magasin, des conseils préventifs sont donnés. Face à la complexité des situations, il est rappelé les recours possibles et notamment le rôle de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin pour aider au règlement des litiges éventuels.

## 3. La « Rentrée des associations »

Comme chaque année en septembre, l'association a participé pendant deux jours à la Rentrée des Associations organisée par la Maison des Associations de Strasbourg. Les bénévoles et salariés ont accueilli sur le stand de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin la centaine de personnes

intéressées par les questions de consommation. Ils ont présenté les actions, les projets de l'association et répondu aux questions.

### III. Protéger et défendre

#### 1. L'assistance juridique

L'accueil téléphonique et dans les bureaux, les réponses aux courriels et aux courriers, l'analyse des litiges et les interventions auprès des professionnels ont été assurés par des juristes salariés et stagiaires ainsi que par des bénévoles sous la responsabilité de la responsable juridique et du président de l'association. Au total, 23 personnes, représentant environ une centaine d'heures de juristes par semaine en moyenne, ont contribué à la bonne marche du service.

L'équipe juridique a répondu à 3 800 sollicitations en 2021, (4 550 en 2020). Cette baisse de 17 % est due à plusieurs facteurs. Les conditions sanitaires ont modifié l'ouverture des bureaux et le télétravail a été rendu obligatoire certaines périodes de l'année. La réception des appels du standard, les mercredis et vendredis, n'a pas pu être assurée. En revanche, la ligne réservée aux adhérents a été préservée.

De plus, il faut noter la tendance, peut-être accélérée par la pandémie, des consommateurs à essayer de trouver des solutions à leurs litiges sur Internet et à se tourner vers l'association uniquement en cas d'échec. Les cas soumis deviennent de plus en plus complexes et nécessitent l'analyse par un juriste expérimenté.

Les sollicitations concernant les « voyages » ont été moins nombreuses après un fort accroissement en 2020. En revanche les dossiers ouverts contre des professionnels se maintiennent au niveau de 234 (contre 246 en 2020).

##### a) Les sollicitations par téléphone et sur place : 2330 au lieu de 2693

21 % des appels reçus sur le standard sont pris en charge par les bénévoles, ce chiffre est en forte croissance.

La répartition des sollicitations par secteurs de consommation figure en annexe II. Les services marchands avec 788 appels représentent 33 % des sollicitations contre 42 % en 2020 et devançant les opérateurs téléphoniques et le logement.

Un nombre croissant d'appels (164) concernent des questions relatives aux abonnements aux magazines Que Choisir et aux adhésions, sans lien avec une question juridique. Ils sont transférés soit à la fédération, soit traités par les bénévoles administratifs de l'association.

Le nombre de rendez-vous est passé de 114 à 130 et est assuré essentiellement par la salariée et les stagiaires.

La procédure de réponse aux sollicitations est constituée de plusieurs niveaux :

- Ecoute, orientation, réponse générale si le consommateur n'est pas adhérent.
- Si le dossier est constitué par le demandeur (contrat, courrier de réclamation, par exemple) une proposition d'intervention est faite sous réserve d'adhésion. Une proposition d'adhésion est alors adressée par courriel au moyen d'une lettre type.
- Une fois l'adhésion reçue, l'aide à la constitution d'un dossier litige est mise en place.

##### b) Les courriels et courriers : 1470 au lieu de 1857

Ces sollicitations écrites sont en nette diminution par rapport à 2020 (-21 %) avec pour cause principale la diminution du nombre de litiges liés aux voyages 407 en 2020, 177 en 2021 et 42 en 2019.

Les réponses sont faites par des juristes qui peuvent s'appuyer sur les réponses types proposées par la fédération, dans le cadre de la convention passée avec elle. Là encore, une proposition d'adhésion faite par un courrier type devrait systématiquement précéder la réponse. D'autant plus que les réponses nécessitent parfois une recherche approfondie pour apporter une réponse adéquate aux consommateurs.

### c) Dossiers litiges ouverts : 234 au lieu de 246

Le nombre de dossiers ouverts (c'est-à-dire nécessitant une interpellation argumentée auprès du professionnel mis en cause) est sensiblement le même que les années précédentes (246 en 2020, 218 en 2019) et nécessite toujours un temps minimum de traitement variant d'une heure à 10h et plus ! Il faut en effet tenir compte de la complexité croissante des litiges et l'obligation d'avoir une argumentation la plus solide possible. De plus, le fort turn-over lié aux périodes de stage implique un suivi assez lourd de ces dossiers qui se gèrent souvent sur de longues périodes. La répartition de ces dossiers par secteurs figure en annexe II.

La procédure se déroule en plusieurs étapes :

- Analyse de la demande et des pièces fournies (contrat, courriers échangés, preuves apportées...).
- Recherche de textes applicables à la situation (lois, jurisprudence...).
- 1er courrier soumis pour validation au consommateur puis relance 3-4 semaines plus tard en cas de non-réponse ou de réponse non satisfaisante.
- Lettre de mise en demeure si le litige n'est pas résolu.
- Conseils pour aller plus loin (conciliation, médiation, saisine du tribunal...).

## 2. Les actions en justice

Une constitution de partie civile a été introduite par l'avocate de l'association, Me Annick Firobind, contre la société Espace Cuisine (environ 100 « victimes ») pour une audience prévue en octobre 2021. Mais celle-ci a été reportée aux 19 et 20 octobre 2022 pour supplément d'information.

## 3. Défendre le pouvoir d'achat

Défendre l'intérêt des consommateurs c'est aussi penser à son porte-monnaie. L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin relaie les campagnes de la fédération concernant l'énergie.

Ainsi la campagne « [Choisir son fioul](https://basrhin.ufcquechoisir.fr/) » est promue, notamment sur le site <https://basrhin.ufcquechoisir.fr/>. En 2021, 4351 Bas-Rhinois se sont inscrits aux appels d'offre lancés deux fois par mois. Le gain moyen par souscripteur a été de 73 euros, soit un gain global sur le Bas-Rhin de 71 081 euros (contre 128 418 euros en 2020).

La campagne « [Énergie moins chère ensemble](#) » 2021 quant à elle n'a pas pu être menée à son terme. En effet, depuis le lancement de la campagne, les prix sur les marchés du gaz et de l'électricité ont explosé atteignant des niveaux record. L'objectif d'obtenir les offres les plus attractives possibles dans des conditions sécurisées n'étant pas atteignable, l'enchère a dû être repoussée au 2<sup>e</sup> semestre 2022.

## IV. Enquêter

Les enquêtes ont été fortement ralenties par le contexte sanitaire et les contraintes sanitaires induites. Seulement 4 enquêtes de terrain ont eu lieu en 2021.

Parmi celles-ci, seule la première a fait l'objet d'une publication dans Que Choisir, ce qui est toujours un peu frustrant pour les enquêteurs qui ont participé aux autres enquêtes. C'est malheureusement un effet induit des contraintes sanitaires qui incitaient tout un chacun à éviter de fréquenter les grandes surfaces quand cela n'est pas indispensable. Il y a donc souvent eu peu d'associations locales participantes, induisant des résultats dont la représentativité nationale n'était pas garantie.

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a proposé toutes les enquêtes aux enquêteurs, et à chaque fois plusieurs d'entre eux y ont participé.

### ➤ Février : Camemberts avec appellation trompeuse

Cette enquête a repris le schéma utilisé en 2020 : observer un point particulier lors des déplacements personnels des enquêteurs.

En janvier, il s'agissait d'identifier les camemberts qui n'ont pas l'AOP, mais portant des appellations comme "Fabriqué en Normandie", interdites depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021.

Une dizaine d'enquêteurs du Bas-Rhin y ont participé et au niveau national plus de 500 points de vente ont été observés.

Résultat : 85 % des grandes surfaces proposent des camemberts dorénavant interdits.

### ➤ Septembre : Relevé de prix

Une dizaine d'enquêteurs ont bien voulu participer à ce classique, toujours un peu fastidieux, dont c'était le grand retour depuis janvier 2020. Un peu plus de 40 enseignes ont été visitées.

Les résultats viennent d'être publiés dans le Que Choisir de mars 2022.

### ➤ Octobre : le rappel de produits

Enquête de type « sondage » pour cerner comment les rappels de produits sont mis en évidence dans les grandes surfaces.

Résultats non publiés.

### ➤ Novembre : le 100 % santé des prothèses auditives

Enquête de type client mystère dont c'était également la première depuis celle des EHPAD en septembre 2019.

Il s'agissait de voir comment ce « zéro à charge », moins rémunérateur que les équipements libres, était mis en évidence et proposé plus ou moins spontanément.

Résultats non (encore ?) publiés.

## V. Représenter et intervenir

### 1. Importance des représentations

Certains bénévoles de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin représentent les usagers des services publics en siégeant dans les instances de démocratie locale. Les sujets qu'on y aborde sont au cœur des préoccupations de l'association : défense du consommateur abusé par les crédits trop faciles, action pour l'environnement (protection de l'eau, gestion des déchets, assainissement) ...

Les représentants des usagers (RU) interviennent dans les établissements de santé et dans différentes instances de santé publique. Ils agissent en tant que porte-parole de tous les usagers. Ils défendent la qualité des soins et de la sécurité des patients et jouent un rôle de médiateur entre les usagers et les professionnels de santé.

Le rôle des mandatés varie en fonction des instances. Il peut être décisionnel, au sein d'une commission départementale d'activité commerciale (CDAC) ou de la commission de surendettement de la Banque de France. Les représentants peuvent émettre aussi des avis. C'est le cas dans les commissions consultatives des services publics locaux (CCSPL).

Les missions à remplir au sein de ces multiples instances sont donc diverses et souvent passionnantes. Les représentants désignés par l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin ont participé à des dizaines de réunions dans les instances de représentations tout au long de l'année 2021. Ces missions génèrent parfois une charge de travail lourde ; étudier un dossier peut prendre une journée dans le cadre de la CDAC.

Tous ces mandats de représentations sont d'abord soumis au conseil d'administration pour validation avant d'être proposés aux instances. De plus, ils font l'objet de formations internes dispensées par la fédération, et parfois en externe, par France Assos Santé (dont fait partie l'UFC-Que Choisir) pour les représentants des usagers Santé. Elles sont nécessaires pour acquérir les compétences indispensables à ces mandats.

Les représentations contribuent également à augmenter la visibilité de l'association.

Les listes des représentations figurent en annexe III.

### 2. Exemple d'une représentation : le Représentant des Usagers Santé

#### a) Bref historique

1976 : Simone Weil, ministre de la Santé, crée la première Charte du Malade hospitalisé

1996 : Les Ordonnances Juppé mettent en place les Questionnaires de satisfaction sur la prise en charge et instituent les Commissions de Conciliations

2002 : Création des Représentants des Usagers dans la loi sur le Droit des patients

2016 : Création de La Commission des Droits des Usagers

#### b) La Commission des Droits des Usagers (CDU)

Elle se réunit 4 fois par an et comprend obligatoirement le Directeur de l'établissement ou son représentant, 2 Représentants des Usagers, le responsable Qualité ou le Chargé des relations avec les usagers, le médiateur médical et le médiateur non médical.

Elle a compétence pour :

- garantir la qualité de l'information donnée,
- garantir le droit de se plaindre,
- accompagner l'utilisateur en médiation,
- améliorer / promouvoir la sécurité des patients,
- contribuer à améliorer la qualité,
- veiller au bon déroulement des parcours,
- développer la prévention.

### c) Le Représentant des Usagers en CDU

Le Représentant des Usagers en Commission des droits des usagers :

- transmet le besoin des usagers et propose des améliorations,
- consulte et analyse les plaintes et réclamations,
- suit la mise en œuvre des décisions prises,
- étudie les événements indésirables et des actions correctrices mises en place,
- suit les demandes d'accès au dossier médical et les délais mis à fournir ces données.

Pour être nommé Représentant des Usagers, il faut faire partie d'une association d'utilisateurs agréée en santé telle que l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin, candidater à un poste et être nommé par le Directeur de l'Agence régionale de santé pour 3 ans, renouvelables.

La compétence d'un Représentant des Usagers se construit et s'apprend. Une formation obligatoire (2 jours en présentiel et 1 jour en visio conférence) doit avoir lieu dans les premiers 6 mois de la prise de mandat. Ensuite le cursus de formation dépendra des besoins ressentis par les Représentants des Usagers. France Asso Santé assure ces formations. Des formations internes au mouvement UFC-Que Choisir sont également proposées pour appréhender le positionnement de l'UFC-Que Choisir dans le domaine de la santé, connaître ses positions et réfléchir aux moyens de les faire avancer.

### d) Les principaux mandats de représentation des Usagers dans le système de santé

Au niveau local :

- La Commission des Droits des Usagers
- Le conseil de surveillance ou d'administration

Au niveau territorial et régional :

- La CPAM
- Le conseil territorial de santé
- La conférence régionale de la santé et de l'autonomie

Spécialisé :

- La commission de conciliation et d'indemnisation des victimes
- Le comité de protection des personnes.

## VI. Communiquer

Dans le contexte de crise sanitaire que nous subissons depuis deux ans, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a pu continuer à diffuser régulièrement ses informations vers un large public, grâce à la messagerie numérique et aux réseaux sociaux notamment.

### 1. La Lettre d'information

La Lettre d'information, « **Les dernières nouvelles de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin** », est un bimestriel diffusé par courriel, principalement aux adhérents. Sur l'année, elle a été diffusée à 8 935 adresses mails. Sa maquette a été revue en cours d'année pour être plus lisible et plus agréable à lire sur tous supports (numérique ou papier).

Les six Lettres ont apporté aux lecteurs des nouvelles de l'engagement et des activités de l'association via le compte-rendu d'actions locales (Concours Photogâchis et le Van des 70 ans, Assemblée générale, Rentrée des bénévoles...) ainsi que des conseils juridiques issus de litiges traités pour les adhérents. Les Lettres permettent aussi des rappels sur les actions du mouvement au niveau national (lancement de l'application **Quelproduit** ; les achats groupés de fioul ; actions en justice...). Elles peuvent également intégrer des articles de fond (par exemple sur l'explosion des prix du gaz et de l'électricité) et des actualités. Enfin, elles comprennent toujours un appel au bénévolat grâce auquel plusieurs adhérents ont rejoint en cours d'année l'équipe de bénévoles.

La crise sanitaire démarré en 2020 ayant créé un besoin d'informations spécifiques, la fédération y avait répondu en proposant à ses associations locales de diffuser des « **Lettres de confinement** ». Pour continuer, voire renforcer les liens avec les adhérents, sympathisants et contacts du mouvement, les Lettres se sont transformées en « **Lettre d'informations locale sur nos actions** ». L'UFC-Que choisir du Bas-Rhin a fait suivre la 15<sup>e</sup> Lettre de confinement diffusée en janvier puis les 6 Lettres d'informations locale, en y ajoutant parfois des informations liées aux activités sur le territoire, atteignant ainsi une diffusion à 11 177 contacts.

### 2. Le site Internet

Depuis 2017, l'association dispose d'un site Internet, que l'on peut trouver à l'adresse : <https://basrhin.ufcquechoisir.fr>

Ce site est hébergé et administré pour la partie technique par la fédération, ce qui rend son utilisation plus facile et son coût moindre. En 2021, 357 articles ont paru, soit un par jour en moyenne. L'abonnement à Google Analytics n'ayant pas été reconduit par la fédération, des statistiques plus fines ne sont pas disponibles.

Le site propose des informations variées à retrouver dans des rubriques consommation (alimentation, banque-assurance, commerce, eau, énergie, internet-téléphonie, santé-bien-être, vélo-auto-moto, etc.) ou des rubriques relatives aux actions de l'association (vie de l'association, conseils juridiques). D'autres informations utiles sont également relayées dans le menu du site (présentation de l'association, recherche de bénévoles, communiqués de presse).

### 3. La page Facebook

L'association dispose d'une page Facebook à l'adresse :

[www.facebook.com/basrhin.ufcquechoisir](http://www.facebook.com/basrhin.ufcquechoisir)

Cette page qui constitue un canal d'information complémentaire pour les adhérents et sympathisants de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin compte 1456 abonnés.

Elle est aussi, pour notre association, l'opportunité d'élargir son public grâce aux partages récurrents d'infos conso sur le réseau Facebook. Afin d'impulser une nouvelle dynamique à notre compte Facebook, deux membres de notre association ont suivi la formation spécifique organisée par la fédération à cet effet.

### 4. Instagram

Le compte Instagram de l'association UFC-Que Choisir du Bas-Rhin, [https://www.instagram.com/ufc\\_que\\_choisir\\_bas\\_rhin/](https://www.instagram.com/ufc_que_choisir_bas_rhin/), a été créé en 2020 par un groupe d'étudiantes en Communication à l'IUT d'Illkirch en stage dans notre association. Les étudiantes ont pu l'animer jusqu'à la fin de leurs stages, en juillet 2021, créant des posts liés aux thématiques de la consommation.

Ce fut une belle opportunité pour rajeunir le public de notre association et initier des liens avec une population moins touchée par les communications classiques. Depuis l'été, le compte Instagram a été laissé en jachère mais 2022 devrait voir la réactivation du compte.

En attendant, d'autres associations locales se sont inspirées de notre modèle. Dans le cadre des échanges de bonnes pratiques, la responsable Communication de l'association a été sollicitée sur ce sujet pour prodiguer quelques conseils.

### 5. Dans les médias

Les médias ont sollicité l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin tout au long de l'année. L'association essaie de leur répondre dans la mesure du possible, mais l'absence d'expertise sur certains sujets nous oblige à renvoyer les journalistes vers la fédération dans certains cas.

La responsable de la communication a été interrogée, en direct et en visio, sur France 3 Grand Est au sujet des soldes.

Le président a participé trois fois à l'émission « Les experts » de France Bleu Alsace, où il est intervenu sur des thèmes variés. Plusieurs pages de Facebook de France Bleu Alsace ont ensuite relayé les sujets traités.

La liste des interventions figure en annexe IV.

Les activités, notamment celles liés aux 70 ans du mouvement, ont fait l'objet de nombreuses publications dans la presse. La liste des parutions figure en annexe V.

### 6. Communiqués de presse et interpellations des pouvoirs publics

Pour renforcer la visibilité de l'association il a été décidé de relayer, en 2021, au maximum les communiqués de presse émis par la fédération et déclinés au niveau local. Ainsi huit communiqués de presse (voir liste en annexe VI) ont été diffusés, et certains relayés dans les médias.

## 7. Autres communications

Outre les Lettres d'information adressées régulièrement aux adhérents et contacts, des courriels ont été envoyés en fonction des actualités.

Ainsi, l'association a relayé deux enquêtes de l'Observatoire de la Consommation, l'un sur la déprogrammation des opérations chirurgicales liée à la pandémie, l'autre sur les équipements en chauffage central. Elle a également relayé l'enquête menée notamment par la Région et l'Agence régionale de la Santé (ARS) dans le cadre de l'élaboration du futur Plan régional Santé Environnement (PRSE).

De même, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a annoncé à tous ses contacts les activités liées au 70 ans du mouvement en les appelant à voter pour le prix du public du concours photo et en les invitant à rejoindre le Van des 70 ans lors de ses trois haltes dans le département.

Enfin, afin d'aider les consommateurs qui se préoccupent de leur pouvoir d'achat, des informations sur les prix des drives du Bas-Rhin et la campagne Energie moins chère ensemble ont été diffusées à grande échelle.

Au total, 13 532 mails ont été adressés sur ces sujets.

## VII. Annexes

### Annexe I : Composition du Conseil d'administration

#### Bureau

Président : Didier CORNU

Vice-présidente : Hélène WOLFF

Secrétaire : Brigitte TROUILLET

Trésorier : Daniel ERNST

#### Administrateurs

Jacques GREINER

Corinne IBRAM

### Annexe II : Statistiques du service juridique

#### Répartition des sollicitations par téléphone et sur place

	2020		2021	
services marchands	1090	42%	788	34%
télécommunications	269	10%	330	14%
logement	371	14%	304	13%
assurances	164	6%	208	9%
banques	155	6%	190	8%
autres secteurs	153	6%	164	7%
énergies	130	5%	135	6%
automobiles	166	6%	134	6%
administration	35	1%	35	2%
santé	26	1%	22	1%
alimentation	20	1%	20	1%
<b>Total</b>	<b>2579</b>	<b>100%</b>	<b>2330</b>	<b>100%</b>
visites sur place	114		130	

#### Secteurs d'intervention principaux des dossiers litiges ouverts :

Services marchands	92 dont 20 « voyages » contre 36 en 2020
Opérateurs téléphoniques	47
Assurances	26
Logement	24
Energie	15
Banque	13
Automobile	12

## Annexe III : Liste des représentations

Liste des représentations (hors Santé) de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin au 31/12/2021

Mandat	Représentant	au titre de	Titulaire Suppléant
Commission Consultative de Service Public Local de Brumath (CCSPL)	Daniel Ernst	Personne qualifiée en matière de consommation et de protection des consommateurs	Titulaire
Commission Consultative de Service Public Local de Haguenau (CCSPL)	Daniel Ernst	Personne qualifiée en matière de consommation et de protection des consommateurs	Titulaire
Commission de surendettement des particuliers du Bas-Rhin	Jacques Greiner	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC)	Daniel Ernst	Personne qualifiée en matière de consommation et de protection des consommateurs	Titulaire
Commission locale des transports publics particuliers de personnes (CLT3P)	Daniel Ernst	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Titulaire
Commission locale des transports publics particuliers de personnes (CLT3P)	Jean Levy	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant

Liste des représentants des usagers santé de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin au 31/12/2021

Mandat	Représentant	au titre de	Titulaire Suppléant
Centre hospitalier de Saverne	Liliane Klein	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
Clinique de l'Orangerie - Strasbourg	Michèle Ammerich	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Titulaire
Clinique du Ried - Schiltigheim	Christine Hay	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Titulaire
Clinique Rhéna - Strasbourg	Jean Levy	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Titulaire
Commission de Conciliation et d'Indemnisation	Alain Denoual	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
Conférence Régionale de Santé et de l'Autonomie	Alain Denoual	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
Hôpital d'Erstein Ville	Alain Denoual	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
Hôpital de jour de l'Abrapa	Alain Denoual	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
Ugecam Alsace	Martine Tresch	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Titulaire

Autres représentations au 31/12/2021

Agence départementale pour l'information sur le logement (ADIL)	Christel Dagnello	l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin est adhérente et membre du CA	Titulaire
France Bénévolat		l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin est adhérente	
France Assos Santé		l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin est adhérente	

## Annexe IV : Interventions dans les médias

Média	Date	Thème
France 3 Grand Est, Grand Est	3 février	Les soldes
France Bleu Alsace Les Experts	21 avril	Achats sur Internet
France Bleu Alsace Les Experts	7 juin	Les garanties
France Bleu Alsace Circuit bleu - côté Experts	16 septembre	Les litiges des consommateurs

## Annexe V : Parutions dans les médias

Média	Date	Thème
DNA	5 février	Campagne Choisir son fioul
DNA site	13 avril	Photogâchis
DNA	16 avril	Chartes départementales d'épandage invalidées
DNA	20 avril	Photogâchis
DNA	25 avril	Qualité de l'eau du robinet
DNA	20 octobre	70 ans de l'UFC-Que Choisir
DNA	22 octobre	Pour ses 70 ans, l'UFC-Que Choisir à la rencontre des habitants
DNA	23 octobre	Obernai – UFC-Que Choisir
DNA	25 octobre	Obernai – L'UFC-Que Choisir sensibilise les passants à l'éco-consommation.
DNA	20 novembre	Vite dit : un scanathon géant UFC-Que Choisir

## Annexe VI : Communiqués de presse

Thème	Date	Titre
Campagne Choisir son fioul	4 février	Fioul : Poursuivre les achats groupés en 2021 pour faire le plein d'économies
Journée mondiale des droits des consommateurs	15 mars	Agir avec l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin
Chartes départementales d'épandage	15 avril	Chartes départementales d'épandage invalidées : l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin interpelle la Préfète du Bas-Rhin et la Chambre d'agriculture Alsace
Eau du robinet	20 avril	Carte interactive UFC-Que Choisir sur l'eau du robinet : les pesticides se la coulent douce dans le Bas-Rhin !
Campagne Energie moins chère ensemble	15 juin	La nouvelle campagne de l'UFC-Que Choisir pour faire baisser la facture d'énergie des Bas-Rhinois
Queldébit	29 juin	Lancement de Queldébit, l'application gratuite et collaborative sur la qualité de l'internet mobile »
70 ans du mouvement	13 octobre	70 ans de l'UFC-Que Choisir : un van à la rencontre des habitants à Strasbourg, Obernai et Haguenau
Scanathon	18 novembre	Un Scanathon géant à Strasbourg autour de Quelproduit, l'appli pour consommer plus sain

## Annexe VII : Rappel des missions de l'association

### a) L'objet statutaire

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a pour mission :

- de **promouvoir**, d'appuyer et de relier entre elles les actions individuelles ou collectives des consommateurs, usagers ou contribuables.
- de **garantir** la reconnaissance et le respect de leurs droits, la libre expression de leurs opinions et la défense de leurs intérêts tant individuels que collectifs.
- de **favoriser** la prise en charge des problèmes de consommation par les consommateurs, usagers ou contribuables eux-mêmes.
- de **représenter** les groupements et personnes qui se préoccupent de définir et de soutenir l'action des consommateurs, usagers, contribuables en vue de leur permettre de conquérir et d'exercer leur pouvoir dans la société, afin d'aboutir à une amélioration de leurs conditions de vie dans tous les domaines : production, distribution, services publics, privés, marchands ou non marchands, environnement, santé, etc.
- **d'agir** en vue de la prévention, de la protection et de la défense de la nature et de l'environnement
- de **réaliser** ou **promouvoir** toutes actions, études, recherches, essais comparatifs de biens ou de services, soit à sa propre initiative, soit en collaboration avec d'autres associations ou organismes, permettant de fournir aux consommateurs, usagers, contribuables, les informations et éléments de jugement utiles
- de **diffuser** les dites informations, notamment par des articles de presse et d'édition, et autres médias
- de **mettre à la disposition** des consommateurs, usagers, contribuables, les moyens d'information et de formation qui leur sont utiles, de présenter en tous lieux et auprès de toutes instances, et notamment en justice, les intérêts moraux des consommateurs, usagers, contribuables.

L'association est complètement indépendante des fabricants, des commerçants, des syndicats, des groupes de presse ou financiers, des partis politiques, et plus généralement, de tout intérêt ou groupement autre que celui des consommateurs.

### b) La réalisation de l'objet social sur le terrain

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin engage diverses formes d'actions à destination des consommateurs :

1. les actions d'information : elles ont pour objet de guider, orienter et conseiller utilement les consommateurs.
2. les actions de défense : elles visent à intervenir, en cas de litige, auprès d'un professionnel, d'un organisme social ou d'une administration.

Ces actions peuvent revêtir plusieurs formes :

- ✓ rédaction de courriers juridiques au nom et pour le compte du consommateur,
  - ✓ rédaction de protocoles d'accord en cas de conciliation,
  - ✓ participation aux négociations et/ou
  - ✓ représentation des consommateurs devant des instances de conciliations spécialisées,
  - ✓ conseils et informations sur la procédure à suivre en cas d'action judiciaire
3. les actions de prévention et de formation : elles ont pour but de sensibiliser les personnes les plus vulnérables sur les comportements de consommation
  4. les actions d'assistance : elles ont pour mission d'apporter une aide à la rédaction de courriers ainsi qu'une assistance aux démarches administratives
  5. les actions de représentation : elles visent à représenter la collectivité des consommateurs au sein d'instances spécialisées ou groupes de travail
  6. les actions de négociation : elles ont pour objet d'intervenir auprès d'un professionnel quand un consommateur se trouve confronté à une situation juridiquement incontestable, mais moralement choquante. Notre association tente alors d'obtenir une solution humainement acceptable (obtention de délais de paiement, remise de dettes, etc.).