



UFC-Que Choisir du Bas-Rhin

EXPERT – INDÉPENDANT – MILITANT

La protection et la défense des consommateurs

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

UFC-Que Choisir du Bas-Rhin

1a place des orphelins

67000 STRASBOURG

03.88.37.31.26

contact@basrhin.ufcquechoisir.fr

Sommaire

I. Organiser la vie associative	6
1. Les adhérents	6
2. L'assemblée générale	6
3. Le conseil d'administration	6
4. Les salariés	7
5. Les équipes de bénévoles	7
6. La formation	9
7. Les relations au sein du mouvement UFC-Que Choisir	10
a) Avec la Fédération	10
b) Avec l'Union régionale	10
II. Aller à la rencontre des consommateurs	11
1. Campagne Nutri-Score	11
2. Les « Rendez-vous Conso »	12
3. La « Rentrée des associations »	13
III. Protéger et défendre	14
1. L'assistance juridique	14
a) Les sollicitations par téléphone et sur place : 2 178 au lieu de 2 330	14
b) Les courriels et courriers : 1 233 au lieu de 1 470	14
c) Dossiers litiges ouverts : 237 au lieu de 234	14
2. Les actions en justice	15
3. Défendre le pouvoir d'achat	15
IV. Enquêter	17
V. Représenter et intervenir	19
1. Importance des représentations	19
2. Dans le domaine de la Santé	19
3. Dans le domaine de l'Environnement	20
VI. Communiquer	21
1. La Lettre d'information	21
2. Le site Internet	21
3. La page Facebook	22
4. Instagram	22
5. Dans les médias	22
6. Flyers	23
7. Communiqués de presse et interpellations des pouvoirs publics	23

8. Autres communications	23
VII. Annexes	25
Annexe I : Composition du Conseil d'administration	25
Annexe II : Statistiques du service juridique	25
Annexe III : Liste des représentations	26
Annexe IV : Interventions dans les médias	28
Annexe V : Parutions dans les médias.....	29
Annexe VI : Communiqués de presse	30
Annexe VII : Interpellations des pouvoirs publics	31
Annexe VIII : Rappel des missions de l'association	32
a) L'objet statutaire.....	32
b) La réalisation de l'objet social sur le terrain.....	32

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.

1537 adhérents
8 administrateurs élus
1 salariée, plus des stagiaires
58 bénévoles qui accomplissent un travail équivalent à 6 Équivalent Temps plein

1. Les adhérents

En 2022 l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a enregistré 1537 adhérents en baisse de 1 % par rapport à 2021. L'année 2022 est donc une année de stabilisation après les deux années 2020 et 2021 de progression du nombre d'adhérents. Ce résultat est plutôt satisfaisant, d'autant plus que le mouvement UFC-Que Choisir a perdu globalement près de 3 % d'adhérents.

Le taux de renouvellement des adhésions est de 77 %, un peu meilleur que celui de l'année 2021. Au global 357 adhérents de 2021 ou avant n'ont pas renouvelé leur adhésion en 2022 et 342 nouveaux adhérents nous ont rejoint. C'est le nombre de nouvelles adhésions le plus faible depuis 2018, surtout après 2020 et 2021 avec respectivement 451 puis 433 nouveaux adhérents.

Notre activité "hors les murs" (voir partie II pour plus de détails) sur le Nutri-Score et les "Rendez-vous Conso" n'ont eu aucun impact sur le nombre des adhésions. C'était prévu pour les Rendez-Vous Conso dont ce n'est pas l'objectif premier. Mais c'est plutôt frustrant pour la première campagne nationale sur Nutri-Score à propos des produits régionaux qui avait pourtant été bien relayée dans les médias.

2. L'assemblée générale

L'Assemblée Générale de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin s'est déroulée le 19 mars dans la grande salle de la Maison des Associations à Strasbourg, reprenant ainsi les pratiques habituelles interrompues par le Covid.

33 adhérents, représentant 37 votants, étaient présents et ont participé aux débats.

Le rapport moral, le rapport d'activité, le rapport financier et le budget prévisionnel ont été adoptés à l'unanimité des votes exprimés. Il était proposé de ramener la cotisation de la primo-adhésion à 30€. L'assemblée générale y fut favorable à l'unanimité. Enfin, concernant les mandats, l'administratrice qui sollicitait le renouvellement de son mandat a été réélue et deux nouveaux administrateurs ont également été élus.

3. Le conseil d'administration

Le conseil d'administration est composé de 8 administrateurs (voir Annexe I).

Il s'est réuni huit fois en 2022, en présentiel uniquement : les 26 janvier, 23 février, 19 mars, 27 avril, 17 juin, 29 août, 19 octobre et 5 décembre.

4. Les salariés

Christel Dagnello, l'unique salariée de l'association, est la responsable du service juridique. À ce titre, avec le président, elle recrute, encadre et forme les stagiaires et les bénévoles de ce pôle. Toute l'équipe du service juridique contribue à l'accueil des consommateurs ainsi qu'à l'analyse de dossiers-litiges sous son contrôle. Elle travaille pour l'association 23 heures par semaine.

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 2022, 3 stagiaires se sont succédé au sein du service juridique ce qui a représenté une présence hebdomadaire de 58 à 93 heures de juristes selon les périodes.

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
Jacques GREINER · Secrétaire adjoint
Daniel ERNST · Trésorier
Alain DENOUAL · Trésorier adjoint
Piere-Jean DESSEZ
Corinne IBRAM

ÉVÉNEMENTS

En fonction de l'actualité et des projets, avec la participation de tout ou partie de l'équipe :
Nutri-Score, Rentrée des Consommateurs, Printemps des Consommateurs, Village des Associations...

REPRÉSENTATIONS

4 administrateurs
2 bénévoles
salariée

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

EXPERTISE

2 administrateurs
2 bénévoles

- Énergie
- Environnement
- Santé

UFC-QUE CHOISIR DU BAS-RHIN ORGANISATION

ENQUÊTES

Daniel ERNST

32 enquêteurs

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

enquete@basrhin.ufcquechoisir.fr

RENDEZ-VOUS CONSO

Hélène WOLFF

5 administrateurs

7 bénévoles

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

rdvconso@basrhin.ufcquechoisir.fr

CONSULTATIONS JURIDIQUES

Didier CORNU

Christel DAGNELLO

2 administrateurs

8 bénévoles

stagiaires

- Conseils auprès des consommateurs
- Résolution des litiges des adhérents

contact@basrhin.ufcquechoisir.fr

ACTIONS POLITIQUES

Hélène WOLFF

et le conseil d'administration

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

campagnespolitiques@basrhin.ufcquechoisir.fr

GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE

Daniel ERNST

1 administrateur

6 bénévoles

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

adhesions@basrhin.ufcquechoisir.fr

ÉQUIPE

8 administrateurs bénévoles

58 bénévoles

1 salariée

stagiaires

COMMUNICATION

Corinne IBRAM

2 administrateurs

4 bénévoles

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

communication@basrhin.ufcquechoisir.fr



décembre 2022

L'association a eu le plaisir de recruter de nouveaux adhérents qui ont accepté de s'engager dans les différentes activités de l'association en tant que bénévoles. Ainsi, c'est plus d'une cinquantaine de bénévoles qui se sont mobilisés en 2022.

Le total des heures que tous ces bénévoles consacrent à l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin, pour certains quelques heures dans l'année, pour d'autres plusieurs heures par semaine, correspond à plus de six Équivalents 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. Le conseil d'administration leur est très reconnaissant.

Comme l'année précédente qui inaugurait ce type de rencontre, les bénévoles ont été conviés à la « Rentrée des Bénévoles ». Cette réunion, qui s'est déroulée le 21 septembre à la Maison des Associations, a réuni une trentaine de personnes. Ce fut l'occasion de faire le bilan des activités menées sur l'année 2021-2022 et de solliciter les bénévoles sur les projets en cours ou à développer. Les participants ont été ravis de prolonger leurs échanges autour d'un sympathique dîner dans un restaurant voisin.

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.

Cette année encore le panel des formations proposées était large. Les lieux de formation ont été pour la plupart distribués dans les principales villes de l'Union régionale du Grand Est. Plus d'un bénévole sur quatre a suivi une formation :

- « Découvrir l'UFC-Que Choisir » en janvier, à Nancy, pour 3 bénévoles, et en octobre, toujours à Nancy, pour 1 bénévole
- « Initiation au traitement des litiges », à Dijon, pour 1 bénévole
- « Représenter les associations dans les instances de démocratie locales », à Reims, pour 2 bénévoles
- « Animer des Rendez-vous Conso » organisée à Strasbourg pour 18 bénévoles dont 8 de notre association.

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 ».

Enfin, des formations destinées aux représentants des usagers santé sont également proposées par France Assos Santé.

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. Le nombre de délégués (3 personnes) et le nombre de voix de l'association sont proportionnels au nombre d'adhérents de l'association en 2021.

Trois administrateurs, dont le président, ont représenté l'association à l'assemblée générale ordinaire les 21 et 22 juin 2022 à Seignosse. La vice-présidente de notre association y a été élue administratrice fédérale.

Notre association, avec 3 délégués dont le président, a également participé le 19 novembre à Paris à une assemblée générale consacrée au rapport d'orientation 2022-2027.

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). À cette fin des référents régionaux et des correspondants dans chaque association ont été nommés. Le référent régional environnement est un administrateur de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin.

L'Assemblée générale s'est tenue le 23 mars 2022 à Nancy et 3 bénévoles de notre association s'y sont rendus. Deux conseils d'administration et des réunions thématiques (Gestal, formation, rapport d'orientation) ont eu lieu tout au long de l'année, la plupart en visio. L'association y était présente systématiquement.

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, cette année l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a profité de la grande campagne nationale proposée par la fédération sur le Nutri-Score et des Rendez-vous Conso pour aller à la rencontre des consommateurs.

1. Campagne Nutri-Score

En mai et septembre, l'UFC-Que Choisir a lancé deux vastes opérations de sensibilisation au Nutri-Score dans toute la France. Et naturellement, les équipes de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin, se sont mobilisées, au plus près des consommateurs de notre département pour mieux faire connaître le Nutri-Score.

Établi avec le concours de scientifiques, le Nutri-Score, est un étiquetage affiché directement sur les emballages de produits alimentaires qui permet d'identifier en un clin d'œil l'intérêt nutritionnel d'un aliment. La malbouffe n'est malheureusement pas une fiction. Les statistiques nous disent que le nombre de personnes touchées par le surpoids, voire l'obésité, sources de pathologies graves, a été multiplié quasiment par six depuis les années soixante. Et parmi ces obèses, figurent de plus en plus d'enfants ! Il est donc crucial pour les consommateurs de pouvoir discerner, dans le cadre de leur consommation quotidienne, les produits ayant la meilleure qualité nutritionnelle. Et cela n'est pas évident quand il s'agit d'aliments industriels dont la composition affichée est tout sauf simple à comprendre.

L'un des arguments des détracteurs du Nutri-Score (les lobbies de l'alimentaire) est de claironner que les produits locaux traditionnels ont tous un mauvais score et donc que le Nutri-Score dénigre la tradition culinaire ancestrale.

En mai il a donc été demandé aux associations locales qui ont bien voulu y participer, de photographier un maximum de produits vraiment locaux emballés (hors des grandes marques de distribution). Le Bas-Rhin y a participé et photographié près d'une centaine de produits.

Le Bas-Rhin a été l'association la plus active (127 photos et 41 produits alsaciens). Environ 1/3 des produits avaient effectivement un score à D ou E (munster, palette à la diable etc.). A l'inverse, un autre petit tiers était A ou B. Autrement dit, le Nutri-Score ne "dénigre" pas les produits locaux. Il dit juste que manger tous les deux jours 100g de munster n'est pas recommandé !

Cette action nationale a été largement relayée sur tous les médias.

Lors de la seconde campagne nationale, la participation de quelques supermarchés était nécessaire. Parmi les supermarchés sollicités, seuls les magasins E. Leclerc de Geispolsheim et de Sélestat ont répondu positivement.

Nos bénévoles se sont donc rendus successivement dans ces deux magasins pour y inviter les consommateurs à participer à des quiz ludiques qui démontrent, grâce à quelques exemples, l'intérêt du Nutri-Score pour s'alimenter plus sainement. Une manière de battre en brèche les arguments marketing fallacieux des industriels qui tentent de le décrédibiliser en ne l'affichant

pas sur leurs produits. Et nombreux sont les consommateurs que nous avons rencontrés, déjà sensibilisés au Nutri-Score pour certains, qui tombaient des nues en constatant les informations trompeuses affichées sur l'emballage de certains produits alimentaires. Raison pour laquelle nos bénévoles leur ont aussi présenté **Quelproduit**, l'application gratuite de l'UFC-Que Choisir qui permet de révéler le Nutri-Score même s'il n'est pas affiché.

2. Les « Rendez-vous Conso »

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a souhaité développer son action sur le terrain au travers des « Rendez-vous Conso ».

L'objectif est double. Tout d'abord promouvoir, à partir de thématiques du quotidien, une consommation responsable, plus saine, respectueuse de l'environnement, éthique et locale. Mais la problématique de plus en plus prégnante du pouvoir d'achat doit elle aussi être prise en compte. Il s'agit in fine de proposer des solutions pratiques et pragmatiques pour aider les participants des ateliers à mieux consommer, tout en optimisant leurs dépenses.

À 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. Des ateliers, animés par un binôme de bénévoles, sont proposés sur les thèmes suivants :

Consommation responsable :

- En-jeu conso : des éco-gestes à portée de main,
- J'économise l'eau à la maison,
- Je limite ma consommation d'électricité,
- Je respire un air sain chez moi.

Neuf Rendez-vous Conso (contre 3 en 2021) ont eu lieu chez cinq partenaires (Centre socio-culturel de Sarre-Union, MJC de Mutzig, MJC de Marckolsheim, Paroisse du Neuhof Stockfeld à Strasbourg, service social de la ville de Strasbourg). Près de 150 personnes (jeunes, adultes et seniors) y ont participé. Les retours sont excellents avec des taux de satisfaction proches de 90 %.

En 2023 l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin souhaite élargir ses partenariats et atteindre un public moins averti, davantage aux prises avec les difficultés du quotidien. Pour cela, deux nouvelles thématiques se sont rajoutées fin 2022 aux thèmes déjà proposés :

Mieux manger :

- Je mange équilibré au juste prix,
- Je m'organise pour ne pas gaspiller.

Et le sujet des arnaques sera certainement abordé d'ici la fin de l'année 2023.

Pour arriver à ses objectifs, l'équipe « Rendez-vous Conso » s'est étoffée avec l'arrivée de nouvelles bénévoles, en cours de formation.

3. La « Rentrée des associations »

Une équipe de 9 personnes essentiellement membres du service juridique s'est relayée pendant deux jours en septembre en accueillant plus de 120 personnes sur son stand. De nombreux documents ont été remis gratuitement aux personnes qui se sont arrêtées. Les bénévoles ont pu répondre aux demandes formulées concernant nos activités et faire connaître les actions de l'association. Notre présence a permis de montrer au public que l'UFC-Que Choisir est aussi active dans le Bas-Rhin en relayant les campagnes initiées par la fédération.

Ce fut aussi l'occasion de nouer des contacts informels avec d'autres associations partageant avec nous les mêmes préoccupations dans le domaine juridique (aides aux victimes, logement, arnaques) et environnemental (recyclage, pro nucléaire).

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, 15 personnes, représentant entre 60 et une centaine d'heures de juristes par semaine en moyenne, ont contribué à la bonne marche du service.

L'équipe juridique a répondu à 3 411 sollicitations en 2022 contre 3 800 en 2021. Cette baisse de 11 % est due à plusieurs facteurs. Comme en 2021, la réception des appels téléphoniques les mercredis et vendredis, n'a pas pu être assurée. 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. En revanche les dossiers ouverts contre des professionnels se maintiennent au niveau de 237 (contre 234 en 2021).

a) Les sollicitations par téléphone et sur place : 2 178 au lieu de 2 330

La répartition des sollicitations par secteurs de consommation figure en annexe II. Les services marchands qui regroupent les achats et services divers représentent 30 % des sollicitations et devançant les opérateurs téléphoniques et le logement. Un nombre important d'appels concerne 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 personnes reçues est passé de 130 à 146 et leur accueil est essentiellement assuré par la salariée et les stagiaires.

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

- Écoute, 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 : 1 233 au lieu de 1 470

Ces sollicitations écrites sont encore en baisse par rapport à 2021.

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 : 237 au lieu de 234

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 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.

Le travail de l'équipe juridique a permis aux consommateurs pour lesquels l'association est intervenue de récupérer une somme globale de 225 000€ dont 85 000€ d'économisés à la suite de contrats que nous avons réussi à faire annuler.

Il s'agit de 110 dossiers réglés à l'amiable sur 162 clos en 2022 et il reste 75 dossiers en cours. Pour les dossiers clos sans règlement amiable, après 3 interventions de la part de l'équipe juridique, des suites sont possibles devant un médiateur ou un conciliateur de justice ou en procédure judiciaire. Dans certains cas, le consommateur peut abandonner toute procédure. En effet certaines entreprises refusent tout règlement amiable ou même disparaissent à la suite d'une faillite... À noter aussi les fraudes bancaires où il est parfois difficile de proposer une intervention devant le refus de coopérer à l'amiable de la plupart des banques (la fédération UFC-Que Choisir a d'ailleurs déposé plainte, en juin 2022, contre 12 banques pour pratiques commerciales trompeuses), et les sites Internet éphémères où une intervention amiable est impossible.

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

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin s'était constituée partie civile en 2021 par l'intermédiaire de son avocat Annick Firobind contre deux anciens dirigeants d'un cuisiniste, Espace Cuisines. L'affaire a été reportée en 2022 et l'association a obtenu une somme de 2 000 €. Les plaintes des consommateurs remontent à plusieurs années et l'entreprise condamnée n'existe plus. Le jugement est en cours d'exécution.

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 la campagne « [Choisir son fioul](https://basrhin.ufcquechoisir.fr/) » de la fédération sur le site <https://basrhin.ufcquechoisir.fr/>. Deux fois par mois, les consommateurs peuvent s'inscrire en précisant le volume de fioul qu'ils souhaitent acheter. A l'issue d'enchères inversées proposées aux fournisseurs potentiels, le fournisseur garantissant le meilleur tarif est retenu. Les consommateurs qui se sont inscrits reçoivent l'offre correspondante au prix retenu et peuvent alors y souscrire.

Dans le contexte actuel de la crise énergétique, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin, avec l'aide de deux bénévoles experts dans ce domaine, tente de répondre aux questions des

consommateurs. À cet effet elle a notamment édité le livret « Energie – carburants, gaz, électricité, fuel » qui apporte des solutions à la nécessaire sobriété énergétique. Nos experts se penchent également sur la question de la fin des contrats de gaz aux tarifs réglementés toujours planifiée pour le 30 juin 2023.

Enfin, les fidèles lecteurs de la revue « Que Choisir » ou les abonnés de sa version numérique le savent, les tests de produits mis en avant chaque mois dans la revue phare du mouvement, sont une arme anti-inflation. Ils prouvent régulièrement que les meilleurs produits ne sont pas forcément les plus chers.

IV. Enquêter

En 2022, les enquêtes lancées par la fédération ont enfin retrouvé un rythme soutenu, et notre association a, bien entendu, participé à l'ensemble des 8 enquêtes proposées.

En 2020 et 2021, un nouveau type d'enquête avait été introduit. Il ne s'agissait plus d'enquêtes très détaillées et/ou scénarisées comme les enquêtes "client mystère", mais plutôt de sondages. Ceux-ci portaient sur l'observation de quelques particularités plus ou moins liées à l'actualité (respect du non-accès aux rayons fermés à la vente ; respect de l'étiquetage des camemberts etc.).

Comme on pouvait s'y attendre, ce mode de fonctionnement a été reconduit et continuera à être utilisé. Il a l'avantage d'être beaucoup plus facile à mettre au point, tout en donnant des indications statistiquement fiables puisqu'effectués par un plus grand nombre de personnes.

En 2022, ce sont les sondages qui ont été le type d'enquête le plus fréquent :

- Visibilité de la presse Que Choisir (1^{er} trimestre)
- Assurance auto ou habitation suite à sinistre (2^{ème} trimestre)
- Modification de recettes suite à la pénurie d'ingrédients (2^{ème} trimestre)
- Ordonnances multi-médicaments (4^{ème} trimestre)

Deux enquêtes "relevé de prix" ont été effectuées :

- Chez les Hard-discounters (3^{ème} trimestre)
- Sur les circuits courts (4^{ème} trimestre)

Les enquêtes "conseils-client mystère" ont, elles aussi, été au nombre de deux

- Concessionnaires auto : recommandations en type de motorisation (1^{er} trimestre)
- Vente de produits à base de cannabidiol (CBD) en pharmacies et boutiques spécialisées (2^{ème} trimestre)

Cette dernière enquête a véritablement été un rôle de composition pour les enquêteurs du Bas-Rhin, dont bon nombre ignoraient même de quoi il s'agissait.

Les résultats de pratiquement toutes les enquêtes ont été publiés de façon plus ou moins détaillée dans les numéros du magazine Que Choisir. Faute de temps, les résultats locaux (fournis seulement 3 fois en retour par la fédération), n'ont pas tous été répercutés vers les enquêteurs ayant participé à l'enquête.

La tendance est vers l'utilisation de plus en plus poussée de l'Internet pour la saisie des informations récoltées par les enquêteurs. Pour tout ce qui est sondage, l'inscription se fait en ligne et ensuite le protocole est lui aussi accessible en ligne. Le coordinateur Enquêtes n'a presque plus rien à faire, ce qui n'est certes pas un mal, mais on perd aussi au niveau du suivi global de notre participation.

Une petite nouveauté en 2022 : nous avons lancé un sondage pré-enquête spécifique au Bas-Rhin. Un adhérent avait attiré notre attention sur le fait que les bars, restaurants, supermarchés et autres stations-services refusaient, depuis le premier confinement, l'accès à leurs toilettes, ce qui serait illégal. Nous avons donc demandé à nos enquêteurs de bien vouloir aller voir cela de plus près lors de leurs achats ou sorties.

Sur une quinzaine de sites visités, les bénévoles n'ont rencontré aucun refus d'accès aux toilettes, qui étaient d'ailleurs plutôt propres dans 80 % des cas. Forts de ce résultat, certes

pas totalement représentatif pour tout le Bas-Rhin, nous en avons néanmoins conclu qu'une enquête "en vraie grandeur" n'avait pas lieu d'être.

Dernier point : le coordinateur Enquêtes du Bas-Rhin, bien occupé par d'autres activités pour l'association, cherche un bénévole pour progressivement prendre en charge ce rôle. Cela représente 1 à 3 jours de travail pour une enquête classique, soit à peine plus d'un jour par mois en moyenne.

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 2022. 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. Dans le domaine de la Santé

L'action de l'association locale, pour la défense des droits des usagers de la santé, s'est considérablement accrue au cours de l'année écoulée. Pour favoriser le développement du pôle Santé un de nos bénévoles a été nommé Référent Santé par le Conseil d'administration.

Le pôle Santé est constitué de bénévoles de l'association qui :

- Siègent dans la Commission des Usagers (CDU), sur nomination de l'ARS (Agence régionale de Santé). Ils s'assurent du respect des droits des patients et facilitent les démarches si des plaintes ou des réclamations sont déposées. Ils contribuent à l'amélioration de la qualité de l'accueil des usagers et de leurs proches ainsi que de la prise en charge.
- Participent en tant que Représentants des Usagers aux travaux à différentes instances comme la *Commission régionale de Conciliation et d'Indemnisation* de victimes d'incidents médicaux et la *Conférence Régionale de Santé et de l'Autonomie* : instance de concertation et de démocratie sanitaire. Aux côtés de l'ARS elle participe, par sa réflexion et ses avis, à

l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique de santé en région. Elle évalue l'égalité d'accès aux soins et la qualité de la prise en charge des usagers.

Le détail des représentations des usagers Santé de l'UFC-Que Choisir figure en annexe III.

La formation continue est un élément indispensable pour assurer pleinement ces missions. Aussi de nombreuses formations, assurées par France Assos Santé, ont été suivies en 2022 par le référent Santé qui par ailleurs a été élu au conseil d'administration de France Assos Santé en 2022.

Animation du pôle Santé :

Trois réunions d'information sur la Représentation des Usagers ont eu lieu au cours de l'année écoulée afin de recruter de nouveaux bénévoles.

Perspectives pour 2023

En fonction du renouvellement des mandats, 4 nouveaux bénévoles se sont déclarés prêts à postuler pour devenir Représentant des Usagers dans une structure sanitaire.

3. Dans le domaine de l'Environnement

Un référent « Environnement » a été nommé en 2022 au sein de l'association locale.

Réduire l'exposition des habitants aux pesticides dont on connaît depuis longtemps les effets néfastes sur la santé est un combat de longue date du mouvement UFC-Que Choisir. Après avoir obtenu, avec d'autres associations, deux victoires (au Conseil d'état et au Conseil constitutionnel), l'UFC-Que Choisir s'est engagée contre les arrêtés préfectoraux accordant aux agriculteurs, dans certaines conditions, une réduction des distances d'épandage.

En décembre, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a donc déposé un recours contentieux au Tribunal administratif de Strasbourg pour obtenir l'annulation de la charte d'épandage des pesticides près des lieux de vie, dont les conditions actuelles sont infiniment trop laxistes.

Par ailleurs, notre référent Environnement est membre du Conseil d'Administration d'ATMO Grand-Est depuis juin 2022 et suit les questions de mesures de la pollution de l'air ainsi que l'aide que peut fournir l'association aux collectivités et aux industriels.

Notre association a été désignée pour faire partie du comité de concertation en ce qui concerne la révision du programme régional Nitrates dont les réunions techniques devraient démarrer en 2023.

Elle entre également au Comité des ressources en eau, créé en début 2023 dans le but de suivre les évolutions de nos nappes phréatiques, dans le cadre de la révision 2023 de l'arrêté interdépartemental « sécheresse ».

Enfin, quelques-uns de nos adhérents ont participé, en juin, à la campagne de tests sur la contamination des phtalates organisée par la ville de Strasbourg, partie prenante du réseau « Villes et territoires sans perturbateurs endocriniens ».

VI. Communiquer

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin diffuse directement ses informations vers un large public, à travers les réseaux sociaux, la messagerie numérique et une lettre d'information bimensuelle.

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 10 272 adresses mails, soit une augmentation de 15 % par rapport à 2021 du fait de l'accroissement du nombre de sympathisants qui ont accepté de recevoir les informations. 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 (Rendez-vous Conso, Assemblée générale, Rentrée des bénévoles...) ainsi que des conseils juridiques issus de litiges traités pour les adhérents. Elles diffusent aussi des rappels sur les actions du mouvement au niveau national (Nutri-Score, cartes interactives, 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.

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 milieu d'année, une version « relookée » a été mise en ligne.

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 (présentation de l'association, recherche de bénévoles, communiqués de presse).

385 articles ont été diffusés, en hausse de 8 % par rapport à l'année précédente. Les articles les plus lus ont été :

- « Pompes à chaleur : des pièges à éviter »,
- « Les effets pervers de la fin du ticket de caisse » (article mis en lien depuis Moneyvox.fr),
- La Carte gratuite du prix des carburants : « trouvez le carburant le moins cher près de chez vous ».

Le nombre de vues par jour est supérieur à 100. L'abonnement à Google Analytics n'ayant pas été reconduit par la fédération, des statistiques fines ne sont pas disponibles.

3. La page Facebook

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

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 1 489 abonnés.

70 posts ont été mis en ligne au cours de l'année.

Elle est aussi, pour notre association, l'opportunité d'élargir son public grâce aux partages récurrents d'infos conso sur le réseau Facebook.

4. Instagram

Le compte a été relancé par un bénévole début avril 2022 après 9 mois d'arrêt, la dernière publication ayant été diffusée le 30/06/2021. Le nombre d'abonnés est passé, en 2022, à 221 soit 44 abonnés supplémentaires (+25 %).

Il a connu une accélération les 3 derniers mois de l'année et le nombre de vues par les abonnés est devenu régulier, un signe probable et, donc, favorable que les nouveaux abonnés sont plus fidèles.

Le nombre de posts a été de 61 et 3 stories ont été mises en ligne.

Contenu

Souvent en parallèle avec les publications sur le compte Facebook, les thèmes abordés ont été :

- les reprises des grandes campagnes de la Fédération,
- la promotion des produits UFC-Que Choisir,
- des thèmes d'actualité nationale ou d'actualité locale,
- des annonces d'évènements locaux (Rendez-vous Conso, Village des associations...).

Les posts ayant eu les plus de vues ont été ceux consacrés :

- à l'environnement (les pesticides, les déchets ménagers...),
- la malbouffe avec le Nutri-Score et, plus particulièrement, celui des produits du terroir,
- la téléphonie,
- le Village des associations.

Perspectives

L'objectif est, évidemment, de continuer la progression en alimentant régulièrement le compte, avec un recentrage plus marqué sur le local, notamment, avec plus de vidéos sur les activités de l'association locale (Rendez-vous Conso, litiges, les activités suivies par certains bénévoles ...).

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.

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.

Le coordinateur Enquêtes a fait l'ouverture du journal de France 3 Grand Est le 4 mai en relayant l'enquête sur le Nutri-Score et les produits du terroir qui a mis en évidence que les produits alsaciens étaient plutôt bien notés.

L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a participé à l'émission « La chronique qui déballe » de la radio locale « Les défricheurs » qui a pour objectif de toucher tous les publics mais surtout les habitants des quartiers défavorisés.

Son référent « Environnement » est également intervenu sur BFMTV Alsace pour évoquer le recours contentieux au Tribunal administratif de Strasbourg en vue d'obtenir l'annulation de la charte d'épandage des pesticides près des lieux de vie.

La liste des interventions figure en annexe IV.

6. Flyers

Pour toucher un public plus large, l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin a édité deux flyers en 2022.

L'équipe Communication a revu intégralement le flyer de présentation de l'association. Le dépliant conserve le format triptyque mais son contenu a été mis à jour et rajeuni. Il présente en quelques pages synthétiques les activités de l'association et propose un bulletin d'adhésion.

Le deuxième flyer, lié à l'actualité, est un guide pratique de 25 conseils pour réduire les factures d'énergie. Proposé et conçu par un bénévole expert du pôle Energie, il a obtenu très facilement l'accord du conseil d'administration pour être diffusé à une large échelle.

7. Communiqués de presse et interpellations des pouvoirs publics

Pour contribuer à la visibilité de l'association, en 2022, nous avons relayé huit communiqués de presse émis par la fédération et déclinés au niveau local (voir liste en annexe VI) dont certains ont été repris par les médias.

Nous avons également interpellé des élus, députés et sénateurs, à propos des difficultés d'accès aux soins dans notre département et pour les appeler à défendre une consommation raisonnable et le Nutri-Score (voir liste en annexe VII). Sur la même thématique, nous avons adressé un courrier à la Commission Européenne démontrant que le Nutri-Score ne discrédite pas les produits du terroir, contrairement à ce que prétendent certains lobbies.

8. Autres communications

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

Les informations concernant les événements statutaires de l'association ont été diffusés (convocation à l'assemblée générale et suites de l'assemblée générale).

Des informations locales sur les actions et des appels à témoignages ont été relayés.

L'association a également cherché à déterminer si des candidats aux élections des représentants des locataires chez les bailleurs sociaux se trouvaient parmi ses contacts, malheureusement sans guère de résultat.

Au total, 11 000 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

Secrétaire adjoint : Jacques GREINER

Trésorier : Daniel ERNST

Trésorier adjoint : Alain DENOUAL

Administrateurs

Corinne IBRAM

Pierre-Jean DESSEZ

Annexe II : Statistiques du service juridique

Répartition des sollicitations par téléphone et sur place

	2022		2021	
services marchands	721	33,1%	788	34%
télécommunications	259	12%	330	14%
logement	306	14%	304	13%
assurances	182	8,4%	208	9%
banques	156	7,3%	190	8%
autres secteurs	157	7,3%	164	7%
énergies	169	7,8%	135	6%
automobiles	145	6,5%	134	6%
administration	29	1,2%	35	2%
santé	33	1,5%	22	1%
alimentation	21	0,9%	20	1%
Total	2178	100%	2330	100%
visites sur place	146		130	

Annexe III : Liste des représentations

Liste des représentations (hors Santé)

de l'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin au 31/12/2022

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 Consultative de Service Public Local du SMICTOM Centre-Alsace (CCSPL)	Christine Charras	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 31/12/2022

Mandat	Représentant	au titre de	Titulaire Suppléant
Centre hospitalier de Saverne	Liliane Klein	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin	Suppléant
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 SSR 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
Commission territoriale des professionnels de santé de la communauté de communes d'Erstein	Alain Denoual	France Asso Santé	Titulaire

Autres représentations au 31/12/2022

Mandat	Représentant	au titre de	Titulaire Suppléant
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
Maison des Associations de Strasbourg	Didier Cornu	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	Alain Denoual	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin est adhérente et membre du CA	Titulaire
ATMO Grand-Est	Pierre-Jean Dessez	L'Union régionale Grand-Est de l'UFC-Que Choisir est membre du CA	Titulaire

Annexe IV : Interventions dans les médias

Média	Date	Thème
France 3 Grand Est, Grand Est	4 mai	Nutri-Score et les produits alsaciens, interview de D. Ernst, responsable des enquêtes
France Bleu Alsace Les Experts	8 juin	Éviter les arnaques pour les vacances
France Bleu Alsace Les Experts	4 octobre	Vos questions à nos experts
France Bleu Alsace Les Experts	17 novembre	Démarchages téléphoniques, on vous aide à les gérer
Les défricheurs « La chronique qui déballe »	22 novembre	Bien choisir les produits d'hygiène et de soins pour les bébés
BFM Alsace Bonsoir Alsace	16 décembre	Pesticides – présentation du recours contre la Charte de bon voisinage

Annexe V : Parutions dans les médias

Média	Date	Thème
DNA	22 janvier	Des achats groupés de fioul pour faire des économies
France Info	4 mai	« Choucroute, baeckeoffe : deux tiers des produits alsaciens bien notés par Nutri-score selon l'UFC-Que choisir »
DNA L'Alsace	5 mai	« Les plats traditionnels alsaciens bien notés au Nutri-Score » (Une) « Le Nutri-Score ne stigmatise pas le patrimoine alsacien »
Radio DKL	5 mai	« Classement : les produits et plats de la gastronomie alsacienne passés au crible du Nutri-Score »
DNA Edition Saverne-Sarre Union	Rubrique Agenda du 9 septembre	« RDV Conso « Des écogestes à portée de main » »
DNA Edition Saverne-Sarre Union	16 septembre	« Quelques nouveautés pour la rentrée du centre socioculturel »
DNA Edition Sélestat	27 octobre	« Consommer plus sain avec le Nutri-Score »
DNA	16 décembre	Pesticides : l'UFC-Que Choisir attaque les chartes de bon voisinage

Annexe VI : Communiqués de presse

Thème	Date	Titre
Campagne Choisir son fioul	18 janvier	Fioul : des achats groupés pour faire le plein d'économies en 2022
Campagne Nutri-Score 1 : produits du terroir	3 mai	Non, le Nutri-Score ne stigmatise pas le patrimoine culinaire d'Alsace
Élections législatives	16 juin	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin invite les candidats au 2ème tour des législatives à promouvoir une consommation responsable
Campagne Nutri-Score 2 : Affiche ton Nutri-Score	27 septembre	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin part en campagne pour rendre obligatoire le Nutri-Score !
Assurance Emprunteur	3 octobre	Réunion d'information publique jeudi 6 octobre à 18h L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin accompagne les consommateurs pour les aider à libérer plusieurs milliers d'euros d'économies !
Campagne Nutri-Score 2 : Affiche ton Nutri-Score	14 octobre	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin part en campagne pour rendre obligatoire le Nutri-Score ! Prochain rendez-vous avec les consommateurs vendredi 21 octobre dans le magasin E. Leclerc à Sélestat
Campagne Fracture sanitaire	8 novembre	Accès aux soins : stop aux déserts médicaux dans notre département
Charte locale d'épandage de pesticides	13 décembre	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin attaque un texte cousu mains par et pour l'agriculture intensive

Annexe VII : Interpellations des pouvoirs publics

Thème	Date	Interpellation	Titre
Campagne Nutri-Score	3 mai	Commission européenne	Non, le Nutri-Score ne stigmatise pas le patrimoine culinaire d'Alsace
Consommation responsable	13 juin	Candidats au 2d tour des législatives du 19 juin 2022	Invitation à promouvoir une consommation responsable lors de votre mandat
Campagne Nutri-Score	18 octobre	Députés et sénateurs du Bas-Rhin	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin vous appelle à défendre le Nutri-Score
Campagne Fracture sanitaire	8 novembre	Députés et sénateurs du Bas-Rhin	L'UFC-Que Choisir du Bas-Rhin vous interpelle sur les difficultés d'accès aux soins dans notre département

Annexe VIII : 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.
- **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.
- **Favoriser** la prise en charge des problèmes de consommation par les consommateurs, usagers ou contribuables eux-mêmes.
- **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.
- **Agir** en vue de la prévention, de la protection et de la défense de la nature et de l'environnement
- **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
- **Diffuser** les dites informations, notamment par des articles de presse et d'édition, et autres médias
- **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.).