

Ce site utilise et partage avec des tiers (partenaires ou prestataires) des cookies et autres traceurs à des fins de statistiques et de mesure d'audience, de partage de contenu sur les réseaux sociaux et d'utilisation d'outils de visualisation multimédia.

Le dépôt de ces cookies est soumis à l'obtention de votre consentement préalable à l'exception de certains cookies nécessaires au fonctionnement du site et des cookies de mesures d'audience pouvant être regardés comme exempts de consentement. Vous pouvez paramétrer votre choix, finalité par finalité, en cliquant sur « Paramétrer » et modifier votre choix à tout moment lors de votre navigation sur le site en cliquant sur l'onglet « Gérer les cookies » (accessible sur le site, en bas de page). Pour plus d'informations, [voir notre politique Cookies](#).

[ACCEPTER](#)

## UFC-QUE CHOISIR - ASSOCIATION DE CONSOMMATEURS

Date de publication : 25/02/2021 - Associations agréées



**UNION FEDERALE DES CONSOMMATEURS-QUE CHOISIR**

233, boulevard Voltaire

75011 Paris

Tél : 01 43 48 55 48

Fax : 01 43 48 44 35

Internet : <http://www.quechoisir.org>

E-mail : [quechoisir@quechoisir.org](mailto:quechoisir@quechoisir.org)

### OBJECTIFS

Promouvoir les actions individuelles ou collectives des consommateurs et la défense de leurs intérêts. Représenter les consommateurs auprès de toute instance afin d'aboutir à une amélioration de leurs conditions de vie dans tous les domaines.

Mettre à leur disposition les moyens de formation et d'éducation nécessaires.

L'UFC-Que Choisir agit pour une consommation responsable, respectueuse des enjeux sanitaires, sociétaux et environnementaux.

## ORGANISATION

Bureau : 6 bénévoles.

Président et directeur des publications : Alain Bazot.

Directeur général délégué : Jérôme Franck.

Conseil d'administration : élu par l'assemblée générale. Il est responsable de la mise en œuvre de la politique et de la stratégie de la Fédération.

Assemblée générale : 274 délégués issus des associations locales. Elle définit les orientations de la Fédération.

138 associations locales regroupant plus de 138 000 adhérents.

### Antennes locales

L'UFC-Que Choisir est présente sur l'ensemble du territoire avec ses 138 associations locales et 300 points d'accueil. Leurs missions sont multiples : informer, conseiller, éduquer, défendre l'intérêt des consommateurs et les représenter dans les instances locales. A l'aide des 4 300 bénévoles, elles accueillent des centaines de milliers de consommateurs, mènent des enquêtes de terrain, animent des ateliers éducatifs (ex "les rendez-vous conso") et ont traité 93 000 litiges en 2019.

[Adresses et téléphones sur le site.](#)

## AGREMENTS

Agrément association de défense des consommateurs.

Agrément association représentant les usagers dans les instances hospitalières ou de santé publique : depuis 2007.

## HISTORIQUE

Créée en 1951, l'UFC-Que Choisir fêtera son 70<sup>e</sup> anniversaire au cours de l'année 2021 ! Elle est la plus ancienne association de consommateurs en Europe. Totalement indépendante de l'Etat, des entreprises, des partis politiques et des syndicats, elle publie sa première revue de tests comparatifs et d'enquêtes Que Choisir en 1961, et agit en justice à partir de 1976 devant toutes les juridictions judiciaires ou administratives. L'association milite pour une consommation plus juste et responsable.

L'UFC-Que Choisir mène des grandes batailles dès les années 70 en matière d'environnement (pollution des plages) et de qualité alimentaire (boycott du veau aux hormones en 1980). Elle s'est toujours engagée en faveur de la sécurité et de la santé des consommateurs. Très impliquée au début des années 90 dans le dossier de la "vache folle", elle demande, et obtient, en 1997 la traçabilité et l'étiquetage de la viande bovine, en 2013 celle des produits transformés à base de viande ou de lait. Elle s'attache aussi à informer les consommateurs sur les dangers pour la santé de certains aliments ou produits (excès de sel, de graisses et de sucre dans l'alimentation, pollution de l'air intérieur, substances chimiques dans les produits cosmétiques, nanoparticules dans les produits de consommation courante, etc.). Elle lance officiellement en mars 2018, via son fonds de dotation, l'application « quelcosméc » pour faire la chasse aux substances indésirables dans les cosmétiques, puis en 2021, l'application "quel produit?" qui porte désormais sur le triptyque : produits alimentaires, cosmétiques et ménagers.

Par ailleurs, l'UFC-Que Choisir mène des offensives contre les dérives des prix lors du passage à l'euro. Dans le secteur bancaire, elle s'est opposée aux chèques payants en 1986, s'attaquant à l'explosion de la tarification de leurs services et a mis en place un comparateur en ligne totalement indépendant. Avec l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'UFC-Que Choisir obtient la condamnation pour entente par le Conseil de la concurrence des opérateurs de téléphonie mobile en 2005 et dénonce l'absence de concurrence et les prix exorbitants des SMS (en 2004). Elle participe à l'arrivée du quatrième opérateur mobile, qui a occasionné une baisse drastique des prix sur le marché. Avec l'Internet mobile (3G, 4G, puis 5G), l'UFC-Que Choisir s'intéresse à la réalité de la couverture et de la qualité de l'Internet mobile.

De même, alors que les prix de l'énergie sont une préoccupation majeure des Français, l'UFC-Que Choisir, à côté de son comparateur des offres Energie, lance depuis 2013 des campagnes "énergie moins chère ensemble" aux fins d'obtenir, avec la mobilisation des consommateurs, les meilleures offres possibles (en termes de tarifs et de sécurité juridique) sur les marchés du gaz et de l'électricité. Ces différentes campagnes ont permis à la collectivité des 300 000 souscripteurs d'économiser 50 millions d'euros de pouvoir d'achat et, plus largement, des faire émerger sur le marché des offres plus compétitives et attractives. Parallèlement, elle agit devant l'Autorité de la Concurrence contre les manœuvres de l'opérateur historique du gaz et obtient la condamnation d'Engie pour pratiques anticoncurrentielles.

Soucieuse de garantir l'effectivité des droits des consommateurs, l'UFC-Que Choisir s'est battue en faveur de l'instauration d'un recours collectif en droit français et lance d'ailleurs la première action de groupe en France en octobre 2014.

## **DOMAINES D'INTERVENTION**

### **Alimentation**

Qualité nutritionnelle des aliments (sel, graisses, sucres).  
Sécurité alimentaire (Additifs, nanoparticules, etc.).  
Marketing alimentaire, particulièrement pour les jeunes enfants.

### **Energie**

Lutte contre les excès tarifaires et contractuels des offres de marché.  
Promotion d'une réelle maîtrise de la consommation énergétique par les consommateurs.  
Nécessaire assainissement du marché de la rénovation énergétique.

### **Environnement**

Pollution, pénurie et prix de l'eau.  
Lutte contre les déchets.  
Lutte contre l'obsolescence organisée.

### **Finances**

Accès aux services bancaires, tarification, crédit à la consommation.  
Réalité de la couverture et de la pertinence des assurances.  
Techniques de commercialisation des placements.

### **Logement**

Coûts de transaction (frais d'agences, etc.).  
Syndics : observatoire.

### **Santé**

Accès géographique et financiers aux soins.  
Lutte contre la pénurie de certains médicaments.  
Meilleur encadrement de l'automédication : encadrement de la publicité et libéralisation de la vente.

### **Technologies de l'information et de la communication**

Tarifs nationaux et internationaux des communications électroniques.  
Couverture et qualité de l'Internet mobile et fixe.

## **REPRESENTATION AUPRES DES INSTANCES OFFICIELLES**

L'UFC-Que Choisir représente les consommateurs dans une quarantaine d'instances nationales et dans de nombreuses instances régionales et départementales. Elle est membre fondateur du Bureau européen des unions de consommateurs (Beuc) et de Consumers International (CI), organisation internationale de consommateurs.

Elle siège aussi au conseil d'International consumer research & testing (ICRT), structure de coopération en matière d'essais comparatifs entre grandes associations de consommateurs.

## **FAITS MARQUANTS**

### **Technologies de l'information et de la communication**

L'UFC-Que Choisir a obtenu la facturation à la seconde dans la téléphonie, l'abaissement des prix des SMS et des communications téléphoniques sur portable au sein du continent européen (Roaming). De même, suite à la saisine du Conseil de la concurrence par l'UFC-Que Choisir, les opérateurs de téléphonie mobile ont été condamnés pour entente sur les prix en décembre 2005. En 2013, l'UFC-Que Choisir a mis en ligne un comparateur des forfaits ainsi qu'une carte interactive de la couverture réelle de l'Internet mobile.

### **Energie**

Première en France, la campagne "Gaz moins cher ensemble", initiée par l'UFC-Que Choisir en 2013, a permis à 71 000 consommateurs, d'obtenir la meilleure offre sur le marché du gaz (en termes tarifaires 194 euros d'économie annuelle en moyenne) et de sécurité juridique avec un contrat sur élaboré par l'association. Au global, c'est 14 millions d'euros de pouvoir d'achat gagné par et pour les consommateurs.

### **Banque**

L'UFC-Que Choisir a obtenu le maintien de la gratuité des chèques, et en 2013 le plafonnement des frais d'incidents et l'information préalable des consommateurs avant leur prélèvement sur leur compte. L'UFC-Que Choisir a obtenu la libéralisation effective de l'assurance emprunteur permettant aux consommateurs de souscrire une assurance ailleurs qu'auprès de la banque prêteuse.

### **Action de groupe en justice**

Depuis 2005, l'UFC-Que Choisir militait pour l'introduction d'une action de groupe permettant à tous les consommateurs victimes d'un même préjudice d'obtenir réparation sans devoir saisir le juge à titre individuel. Avec la loi « Consommation » de février 2014, l'UFC-Que Choisir obtient gain de cause. Elle lance la première action de groupe en France en octobre 2014.

### **Clauses abusives**

L'UFC-Que Choisir a obtenu de nombreuses condamnations d'opérateurs pour clauses abusives (fournisseurs d'accès à Internet, transporteurs, etc.).

## **PUBLICATIONS**

### **Que Choisir**

Mensuel : Diffusion 2019 : 433 800 exemplaires par mois.

### **Que Choisir en ligne**

Accès à des tests exclusifs, à des comparateurs, 170 000 abonnés.  
Plus de 50 millions de visiteurs en 2019.

### **4 numéros Argent**

Sujets ayant trait au budget du consommateur.  
Trimestriel : Diffusion 2019 : 277 700 exemplaires par trimestre.

### **4 numéros Pratique**

Actualité juridique et vie pratique dans les domaines de la consommation.  
Trimestriel : Diffusion 2019 : 109 700 exemplaires par trimestre.

### **Que Choisir santé**

Mensuel : Diffusion 2019 : 49 000 exemplaires par mois (uniquement par abonnement).

**Ouvrages** : Le livre "Recettes faciles" a remporté un grand succès en 2020 ainsi que "Conseils et astuces" qui est en réimpression. Prochaine sortie en 2021 ?Le jardin?.

## **OUTILS PEDAGOGIQUES**

Mise en ligne de kits pratiques et de lettres types pour les consommateurs.  
Organisation de formations pour les militants aux plans local et national.

---

**URL source:** <https://www.inc-conso.fr/content/ufc-que-choisir-association-de-consommateurs>