



Depuis près de 75 ans, l'Union Fédérale des Consommateurs - Que Choisir (UFC-Que Choisir) agit au service des consommateurs et consommatrices pour défendre leurs droits et promouvoir une consommation responsable, accessible à toutes et à tous, et respectueuse des enjeux sanitaires, environnementaux et sociétaux.

Créée en 1951, l'UFC-Que Choisir est la première association de consommateurs en France et l'une des plus anciennes d'Europe. Association loi 1901 à but non lucratif, elle agit en toute indépendance de l'État, des entreprises, des partis politiques et des syndicats.

Son action s'appuie sur trois valeurs clés :

- **Une expertise reconnue**, issue de décennies d'enquêtes, de tests comparatifs et d'analyses économiques.
- **Un militantisme** tourné vers la défense du pouvoir d'achat, de la santé et des droits des consommateurs.
- **Une indépendance totale**, garantie par un financement exclusivement issu des adhésions, abonnements, dons et activités propres de l'association sans publicité ni subvention économique.

Son influence s'exerce à tous les niveaux – local, national et européen – au service d'un objectif unique : placer les consommateurs au cœur des décisions qui les concernent.

Depuis sa création, l'UFC-Que Choisir agit au service de tous les consommateurs autour de trois leviers d'action complémentaires : **informer, accompagner et mobiliser** et intervient dans l'ensemble des secteurs de la consommation (alimentation, santé, environnement, énergie, numérique, finances, transports, logement, etc.).

I - Les raisons d'un changement

Le paysage français de la consommation a évolué rapidement sous la pression d'événements structurants comme la pandémie de 2020 et l'inflation de 2022. Les habitudes de consommation évoluent également rapidement avec l'explosion du e-commerce, un secteur de l'habillement en décroissance forte, l'apparition des circuits courts etc. Enfin, certains consommateurs vont jusqu'à réinterroger l'idée même de consommer. Dans ce contexte qui évolue depuis plusieurs années maintenant, l'UFC-Que Choisir, en tant qu'association représentant les consommateurs, s'est interrogée sur sa mission et comment elle devait évoluer pour continuer à accompagner les consommateurs. Elle s'est également interrogée sur la manière de moderniser son image afin de la rendre plus lisible, actuelle et engageante, et ce dans l'objectif d'attirer de nouveaux publics.

Ces différents enjeux ont été formalisés dans notre rapport d'orientation 2023-2027 qui impulse une dynamique positive autour de deux objectifs :

- **Affirmer la place essentielle du collectif que nous formons** dans les actions que nous menons : c'est cet objectif clé qui au cœur de notre nouveau nom « Que Choisir Ensemble » ;
- **Mieux refléter nos missions**, notre combat pour une consommation plus responsable : c'est cet objectif qui explique notre nouvelle signature, « **Pour une consommation responsable accessible à toutes et tous** ».

Certes, notre nom change mais, au-delà, notre structure, nos missions, nos services et nos engagements restent les mêmes. Nous continuons à mettre en œuvre notre projet associatif en activant trois leviers d'intervention :

- **Informier** : offrir à chacun une information claire, fiable et indépendante pour faire des choix éclairés.
- **Accompagner** : être aux côtés des consommateurs dans leurs démarches quotidiennes
- **Mobiliser** : faire évoluer les pratiques et les lois pour mieux protéger et défendre les consommateurs.

En résumé : nous continuons d'être la même association et de réaliser les mêmes missions... mais sous un nom qui nous ressemble davantage et qui a l'ambition de davantage rassembler ;

II - Les étapes de ce changement

Il s'est fait en plusieurs temps :

- Une première modification des statuts nationaux et de ceux des associations locales en précisant l'objet de l'UFC Que Choisir qui au-delà de la défense des consommateurs se fixait un cap : celui d'une consommation responsable décliné dans l'objet de l'association et ses statuts sous :
***“Elle agit en faveur du développement d'une société de consommation responsable, respectueuse des enjeux sanitaires, environnementaux et sociétaux, en permettant aux consommateurs et usagers de consommer de manière responsable au juste prix et en rendant la consommation responsable accessible à tous.*”**

- Une étude réalisée auprès de 1 000 personnes représentatives de la population française. Elle a permis de conforter 2 points :
 - Une très forte notoriété de la marque UFC-Que Choisir ;
 - Mais une notoriété liée fortement à l'activité médias (enquêtes et tests) et moins à ses autres missions.

Par ailleurs l'usage de deux noms : Que Choisir pour nos médias (journaux et site en ligne) et UFC Que Choisir pour l'association était source de confusion, d'où une recommandation de l'étude de changer le nom de l'association afin de montrer l'élan vers la modernité et la consommation responsable.

- La troisième étape a été la rédaction du rapport d'orientation 2024-2027 et la définition des enjeux de l'association dans lequel le changement de nom devient un point majeur pour répondre à ce nouvel élan :
 - Être reconnue comme porteuse d'une cause identifiée, la consommation responsable, et devenir la référence en la matière auprès de tous : grand public, associations, pouvoirs publics et entreprises.
 - Gagner en représentativité et en capacité d'agir par la conquête de nouvelles catégories de consommateurs et usagers en quête de sens.
 - Accroître la relation de proximité avec les consommateurs en étant à même de répondre au niveau local comme au niveau national à tous types d'attentes sur le terrain comme dans l'univers numérique.
 - Être en capacité de reformer / ouvrir son organisation et sa communication en cohérence avec ces enjeux
- La quatrième étape a été la création d'un nouveau nom et d'une signature pour l'association



III. Que Choisir Ensemble : un enjeu fort : mettre davantage en avant la dimension collective de notre action

Avec Que Choisir Ensemble, nous assumons pleinement l'idée que notre action repose sur un collectif qui rassemble l'association nationale, les Associations locales, les salariés, les bénévoles, les consommateurs, les adhérents, les abonnés de nos médias, etc. Ensemble exprime la proximité, l'action commune et la modernité, sans jamais nous éloigner de nos valeurs fondatrices d'indépendance, d'expertise et de militantisme.

Dire Que Choisir Ensemble, c'est rappeler que la protection des consommateurs ne se joue jamais seul. C'est la rencontre entre l'expertise, l'engagement des consommateurs, l'action des bénévoles et la force citoyenne qui permet de faire évoluer les pratiques, les marchés et les lois.

1. Ensemble, avec qui ?

Avec l'ensemble de la communauté qui fait vivre notre action :

- Les consommateurs, qui s'informent, témoignent, alertent et soutiennent nos démarches;
- Les Associations locales et nos 4 000 bénévoles, présents partout en France;
- Les experts qui testent, analysent, enquêtent et documentent les pratiques;
- Les professionnels qui améliorent leurs usages et répondent à nos alertes;
- Les décideurs publics que nous interpellons pour faire évoluer les lois et renforcer les protections;
- Les partenaires européens et internationaux engagés dans la défense des consommateurs;
- Les associations et ONG qui partagent nos combats.

Un collectif large et pluriel, qui agit à tous les niveaux de la société.

2. Ensemble, pourquoi ?

Pour défendre une consommation responsable accessible à toutes et à tous. Mais aussi, dire Ensemble, c'est affirmer bien plus qu'une posture : c'est rappeler que lorsque nous agissons collectivement, les choses avancent réellement. Nous avons déjà obtenu des victoires majeures, fait évoluer des lois, corrigé des pratiques et protégé des millions de consommateurs. Cela prouve que rien n'est figé, que les lignes bougent lorsque nous les faisons bouger ensemble. Et c'est exactement cette dynamique que nous continuerons à porter.

3. Ensemble, comment ?

En réunissant expertise, proximité, indépendance et action collective autour de nos trois missions essentielles : informer, accompagner, mobiliser.

4. Ensemble, où ?

Partout où les consommateurs doivent être protégés :

- sur tout le territoire, grâce à notre réseau d'Associations locales ;
- dans le débat public, auprès des institutions et des autorités ;
- devant les tribunaux, via les recours et actions juridiques ;

- dans les médias, pour éclairer et alerter ;
- au niveau européen et international, au sein de réseaux et coalitions ;
- dans l'univers numérique, grâce à des outils accessibles.

5. Ensemble, quand ?

À chaque moment où un consommateur en a besoin :

- avant d'acheter, pour choisir en confiance ;
- lorsqu'un problème survient, pour défendre ses droits ;
- lorsque des injustices apparaissent, pour mobiliser et faire évoluer les règles ;
- de manière continue, depuis plus de 70 ans, au service de tous les consommateurs