

formations 2025





Les orientations de l'UFC-Que Choisir

➔ Notre **mouvement a adopté un rapport d'orientation pour la période 2023 - 2027**. Ce rapport constitue notre feuille de route à tous et présente 3 axes de progrès.

- 1. Conquérir un nouveau public grâce à un positionnement affirmé par toutes les composantes du Mouvement.** De nouveaux publics peuvent nous rejoindre si nous sommes capables de sortir de notre image de défenseur des droits en proposant des actions et des contenus portant sur une consommation responsable, respectueuse des enjeux sanitaires, environnementaux et sociétaux.
- 2. Répondre aux nouvelles attentes des consommateurs en termes de services individuels et de combats collectifs.** L'objectif est notamment de guider les consommateurs pour leur permettre de réduire l'impact de leur consommation sur la santé, l'environnement et la rendre plus compatible avec un développement durable et de conduire des campagnes de plaidoyer afin de faire évoluer l'offre et l'environnement de la consommation.
- 3. Adapter et clarifier notre organisation pour en faciliter l'accès aux consommateurs et enclencher une dynamique d'engagement au sein du Mouvement.** Pour cela il est impératif de rapprocher nos différentes communautés (abonnés, adhérents...) et de donner la possibilité au consommateur de devenir aisément membre direct du Mouvement.

➔ **En cohérence avec ces orientations, les AL sont invitées à enrichir la palette de leurs actions.** À cette fin, des missions socles ont été définies pour les AL ⁽¹⁾.

- Informer, communiquer, sensibiliser.
- Alerter, conseiller, enquêter.
- Mobiliser, faire agir, réaliser le plaidoyer à l'échelle locale et régionale.

(1) *Décision du CA fédéral du 16/09/2023, suite [restitution du groupe de travail](#).*

Les formations proposées aux AL doivent les aider à conquérir de nouveaux publics intéressés par la cause de notre Mouvement.

Toutes les formations

DIRIGER L'AL p. 4

- **Conseil d'administration d'AL : consolider / développer son AL [nouveau 2025]**
- S'approprier sa fonction de nouveau président d'AL ou de responsable de pôle administration

INFORMER, COMMUNIQUER, SENSIBILISER..... p. 7

- Promouvoir nos messages conso responsable en direction du grand public
- Animer des rendez-vous conso
- Créer et animer la page Facebook de l'AL
- Ecrire pour le site Internet de l'AL
- Représenter les consommateurs dans les instances de santé

ALERER, CONSEILLER, ENQUÊTER p. 13

- Accueillir les consommateurs
- Initiation au Traitement des Litiges
- Litiges Vente Service : connaissances
- Litiges Vente Service : méthode
- Litiges Assurances
- Litiges bancaires
- Réaliser les enquêtes avec l'Observatoire de la consommation (ODLC)

MOBILISER, FAIRE AGIR, RÉALISER LE PLAIDOYER p. 21

- Découvrir l'UFC-Que Choisir
- Renforcer l'équipe de son AL en intégrant de nouveaux bénévoles, de nouveaux profils
- **S'approprier une thématique de campagne [nouveau 2025]**
- **Mobiliser son réseau et le grand public grâce à des campagnes [nouveau 2025]**
- Organiser un porteur de paroles : les essentiels pour réussir
- Faire avancer nos positions auprès des décideurs

Contacts p. 28



Formation en visio
organisée par la FD.



Formation en ligne, en
autonomie sur le
C@mpus accessible
depuis l'Extranet.



DIRIGER L'AL

Dans la suite du rapport d'orientation des missions ont été définies pour les AL. C'est l'occasion pour le CA de l'AL de revisiter les raisons d'être d'une AL affiliée à l'UFC-Que Choisir et d'actualiser son projet associatif !

CONSEIL D'ADMINISTRATION D'AL : CONSOLIDER / DÉVELOPPER VOTRE AL



Grâce à cette formation s'adressant aux membres du CA d'une même AL, vous revisiterez le projet de l'AL à la lumière des nouvelles orientations et serez plus à l'aise pour (re) définir votre projet associatif en cohérence avec l'évolution du Mouvement.

LES OBJECTIFS

- Se reconnecter aux raisons d'être d'une AL du réseau UFC-Que Choisir
- S'approprier son rôle et ses responsabilités d'administrateur pour préparer l'avenir
- Explorer la palette des missions et activités possibles
- Construire une vision d'AL

POUR QUI ?

Tous les membres du CA d'une même AL (1 session par AL).

LES MODALITÉS

1/2 journée en visio

8 à 15 participants

**Formation organisée par la
Fédération**

LE PROGRAMME

Le programme est en cours de conception

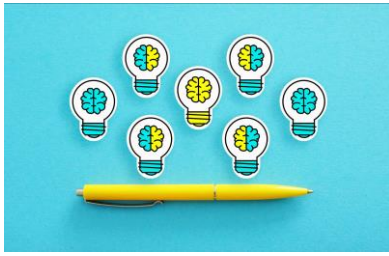
L'objectif étant de permettre aux membres du CA d'une AL de construire une vision d'AL en cohérence avec les objectifs du Mouvement :

- Nous revisiterons les raisons d'être de l'UFC-Que Choisir et d'une AL.
- Le rôle du CA dans la définition d'un futur souhaitable sera mis en évidence.
- La palette des missions et activités possibles sera discutée.
- Une méthode d'élaboration d'un projet d'AL sera esquissée.

LES +

Une opportunité de réfléchir à votre projet associatif en collectif.

S'APPROPRIER SA FONCTION DE PRÉSIDENT.E D'AL / RESPONSABLE DE PÔLE ADMINISTRATION GÉNÉRALE



Vous venez d'être élu.e président .e d'AL ou responsable de pôle dans le cadre d'une gouvernance collégiale : félicitations !

Ce stage vous permettra d'explorer différentes façons de jouer votre rôle, de mieux connaître la Fédération, et de vous positionner plus aisément au sein de l'AL et du Mouvement.

LES OBJECTIFS

- Explorer les différentes dimensions de la fonction de président
- Comprendre le rôle politique du Président
- Organiser l'équipe de l'AL
- Maîtriser la vie statutaire de l'AL
- Connaître vos responsabilités par rapport à Gestal

POUR QUI ?

Présidents et responsables de pôle d'une gouvernance collégiale élus en 2023 ou 2024.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

LES MODALITÉS

2 jours

12 à 15 participants

Stage organisé à la FD

LE PROGRAMME

Explorer les différents rôles d'un.e président.e d'AL

- Garant des statuts
- Animateur des acteurs et des projets
- Représentant de l'AL à l'extérieur

Maîtriser la vie statutaire de l'AL

- Le rôle des instances
- Les objectifs et la périodicité des réunions
- L'organisation et le déroulement de l'AG
- Les situations délicates

Organiser les équipes

- Les différents pôles d'activité de l'AL
- Les délégations à mettre à place
- La coordination des équipes

Identifier vos responsabilités par rapport à Gestal

- La gestion des utilisateurs et des RH
- L'attribution des délégations

Comprendre et expliquer le sens des combats de l'UFC-Que Choisir

- Nos angles d'analyse et de revendications
- Nos moyens d'action

LES +

Un accueil chaleureux à la Fédération, la rencontre d'autres présidents, de multiples intervenants



INFORMER, COMMUNIQUER, SENSIBILISER

Pour porter haut et fort nos messages, les AL sont invitées à :

- *amplifier leur communication envers le grand public ;*
- *multiplier les rendez-vous conso ;*
- *proposer des conférences - débats ou des ciné-débats ;*
- *organiser des événements pour promouvoir la consommation responsable.*

Sans oublier de représenter les consommateurs auprès de certaines instances clés !

PROMOUVOIR NOS MESSAGES CONSO RESPONSABLE EN DIRECTION DU GRAND PUBLIC



La consommation responsable ne repose pas sur les seules épaules du consommateur. C'est aussi et avant tout aux pouvoirs publics et aux entreprises de mettre en place un cadre et une offre qui permettent à tous de mieux consommer !

L'UFC-Que Choisir mène des combats et porte des demandes auprès des décideurs pour faire évoluer le modèle de consommation.

Pour être reconnue comme LA référence pour la consommation responsable, faisons connaître nos messages au grand public !

LES OBJECTIFS

Cette formation vous prépare à organiser un « événement consommation responsable » adapté à votre environnement, vos envies et vos possibilités.

- Disposer d'une vision d'ensemble de nos messages en faveur d'une consommation responsable
- Formuler nos messages de façon simple pour les partager
- Concevoir des événements pour partager ces messages avec le grand public.

POUR QUI ?

Tous les bénévoles et adhérents de l'association qui souhaitent s'approprier nos idées pour les partager.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.

Groupe de 12 à 17 personnes

Stage en UR ou en AL

LA JOURNÉE

Matin

- Un brise-glace pour bien commencer !
- Une activité collaborative s'appuyant sur des cartes-résumés de nos positions permettra de dégager les thématiques majeures de la consommation responsable et de construire une vision d'ensemble des messages de l'UFC-Que Choisir.

Après-midi

- Un energizer pour se relancer !
- Grâce à un remue-méninges en plusieurs actes, nous générerons des idées pour concevoir des événements intéressants.
- Rédaction des fiches pépinières d'idées qui guideront les bénévoles dans le choix et la mise en œuvre des événements.

LES +

Une formation engageante, ludique et interactive dans la joie et la bonne humeur associative !

Une excellente préparation à l'organisation d'événements locaux.

ANIMER LES RENDEZ-VOUS CONSO



Votre AL souhaite s'investir dans les actions de sensibilisation et de prévention à l'égard des consommateurs grâce aux Rendez-vous Conso.

Cette formation permettra aux bénévoles d'acquérir les techniques de l'animation participative pour générer une dynamique de groupe positive.

LES OBJECTIFS

- Comprendre les scénarios pédagogiques proposés dans les malles
- Acquérir la posture et les techniques de base d'un animateur
- Mieux appréhender le déroulement d'une séance d'animation : le lancement, la réalisation de l'activité, les messages clés à retenir...
- S'initier à la conduite des différents types d'activité proposés dans les malles

POUR QUI ?

Les bénévoles ayant le projet, à court terme, d'animer les RV proposés dans les malles.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

Avoir pris connaissance des guides d'animation proposés dans les malles.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.

Groupe de 8 à 15 participants.

LE PROGRAMME

Préparer son animation

- Comprendre les besoins d'un groupe
- Clarifier son rôle d'animateur
- Définir les objectifs de son action et les messages clés
- Structurer le déroulement de l'animation

Améliorer ses qualités d'écoute et d'expression

- Se mettre à l'aise et asseoir sa présence
- Trouver l'attitude, le ton et les mots qui facilitent les échanges
- Pratiquer l'écoute active pour une communication constructive

Animer les activités proposées dans les malles

- Susciter l'engagement des participants
- Faciliter la compréhension
- Utiliser avec fluidité les supports et matériels lors de l'animation
- Conduire les débriefings

Susciter une dynamique de groupe positive

- Permettre à chacun de trouver sa place dans le groupe
- Gérer son temps de parole et celui des participants

Conclure chaleureusement une animation

- Recueillir l'avis des participants
- Valoriser les participants

LES +

Une formation participative et pratique qui s'appuie sur les guides d'animation des RV Conso existants et permet de se les approprier.



Vous souhaitez gagner en notoriété auprès des consommateurs ?

*Facebook est un moyen incontournable pour gagner en visibilité auprès de nouveaux publics, faire connaître nos actions et nos combats, interpeller les consommateurs... **A condition de l'utiliser efficacement et à bon escient !***

LES OBJECTIFS

- Améliorer une page Facebook existante ou la créer.
- Définir une charte éditoriale pour guider la gestion de sa page.
- Maîtriser différents types de contenus pour les utiliser à bon escient.
- Disposer d'un calendrier éditorial pour programmer les publications.
- Créer de l'interactivité et utiliser les outils de mesure de Facebook.

POUR QUI ?

Chargé.es de communication des AL qui souhaitent créer ou améliorer une page existante.

Prérequis

Disposer d'un compte personnel actif sur Facebook.

Avoir suivi le stage Découvrir l'UFC-Que Choisir, sauf ancienneté supérieure à 2 ans.

LES MODALITÉS

Ouvert à toutes et tous sur le Campus en ligne accessible sur Extranet.

Date de disponibilité : à préciser.

LE PROGRAMME

Créer et paramétrer la page Facebook de l'AL

- Comprendre le fonctionnement global d'une page Facebook
- Maîtriser les différents paramètres pour effectuer des choix judicieux

Définir une charte éditoriale pour guider la gestion de sa page

- Définir la ligne éditoriale
- Soigner l'identité visuelle de sa page pour être facilement identifiée
- Boîte à outils pour produire et optimiser ses visuels

Les différents types de contenus

- Quelle forme de contenu pour quels usages ?
- Produire un contenu qui tienne compte de la ligne éditoriale
- Maîtriser les caractéristiques d'un « bon contenu » pour Facebook

La programmation et le calendrier éditorial

- Publier au bon moment, publier régulièrement
- Boîte à outils pour la programmation

Créer de l'interactivité et utiliser les outils de mesure

- Générer de la discussion sous ses publications
- Utiliser la page comme relai d'information
- Analyser les évolutions de sa page locale



Comment capter l'attention de l'internaute pour lui donner envie de lire votre contenu ?

Vous avez des choses intéressantes à dire ! Grâce aux techniques d'écriture propres au web vous améliorerez grandement la qualité et la portée de vos contenus.

LES OBJECTIFS

- Comprendre les spécificités de l'écriture web
- Améliorer les articles que vous publiez sur votre site
- Aider les plus hésitants à « sauter le pas » et à publier

POUR QUI ?

Chargés de communication

Prérequis

Découvrir l'*UFC-Que Choisir* pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

Membre de l'équipe de communication de l'AL familiarisé avec Wordpress

LES 4 SÉANCES DE FORMATION

1^{ère} demi-journée

- Le profil des internautes et leurs usages
- Comprendre les principes du référencement, découvrir le fonctionnement des moteurs de recherche (focus sur Google) et leurs contraintes
- Bien titrer pour mettre en avant le message essentiel
- Chapôts, inter-tires, attaques : comment présenter l'information de manière claire et accrocheuse.

2^{ème} demi-journée

- Ecrire « efficace » : simple, clair, concis
- Utiliser au mieux la possibilité de placer des liens hypertextes
- Embarquer dans son contenu des éléments multimédias

3^{ème} demi-journée

- Insertions de liens pertinents et clairs
- Intégration d'éléments multimédias : player vidéo notamment

4^{ème} demi-journée

- Rédaction complète d'un article

LES MODALITÉS

4 séances de formation en ligne de 3 heures.

Au cours de chaque séance, vous écrirez votre article sur une plateforme Wordpress dédiée à la formation.

Une formation organisée par la Fédération.

REPRÉSENTER LES CONSOMMATEURS DANS LES INSTANCES DE SANTÉ



Cette formation politique, animée par la commission fédérale santé, ne se substitue pas aux formations obligatoires des Représentants des Usagers (R.U) imposées par la loi Santé de 2016 et organisées par les Unions Régionales des Associations Agréées d'Usagers du Système de Santé (URAASS).

Cette formation permet de connaître les positions de l'UFC-Que Choisir afin d'étayer ses avis dans les instances de santé.

LES OBJECTIFS

- Bien comprendre le positionnement de l'UFC-Que Choisir dans le domaine de la santé
- Connaître les instances régionales / locales à privilégier
- Connaître les positions de l'UFC-Que Choisir dans les instances de santé
- Réfléchir aux moyens de faire avancer nos positions dans les différentes instances
- Inscrire son action dans le réseau santé de notre Mouvement

POUR QUI ?

Les bénévoles titulaires d'un mandat au sein de :

- CRSA,
- CTS,
- GHT
- CDU
- Conseil de surveillance
- Conseil d'administration
- CVS
- CAL
- Comité de pilotage d'un Contrat local de sécurité

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

LA JOURNÉE

L'UFC-Que Choisir et la santé

- Le sens de nos représentations santé
- Les instances à privilégier

Faire avancer nos positions au niveau local

- L'accès aux soins
- La politique de prévention
- La prise en charge des personnes âgées

Agir en qualité de représentant des usagers au niveau local

- Sur les conditions de prise en charge
- Sur le droit à l'information
- Sur les coûts pour l'utilisateur / consommateur

Inscrire son action dans le réseau santé de notre Mouvement

- Respecter une déontologie
- S'impliquer dans le réseau
- Collaborer avec d'autres associations
- S'informer, se former

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.

Groupe de 12 à 20 personnes.

LES +

Des repères clairs et une série de cas pratiques stimulants !



ALERTER, CONSEILLER, ENQUÊTER

Si les AL sont invitées à agir hors les murs, il n'en reste pas moins que leur savoir-faire est nécessaire pour recevoir les consommateurs, les conseiller dans la résolution de leurs litiges, et jouer leur rôle de vigie des problématiques de consommation sur leur territoire.

Leur contribution à l'expertise de l'UFC-Que Choisir est également précieuse lorsque l'ODLC diligente des enquêtes pour évaluer et dénoncer les pratiques des professionnels.

ACCUEILLIR LES CONSOMMATEURS (présentiel et téléphone)



Nous ne le dirons jamais assez : le premier accueil du consommateur est une étape clé. Le consommateur qui prend contact avec l'UFC-Que Choisir pour la première fois doit s'en souvenir de manière positive - quelle que soit la suite de ses relations avec nous.

LES OBJECTIFS

- Identifier les caractéristiques d'un bon accueil du consommateur
- Bien connaître notre périmètre d'intervention
- Utiliser les bons arguments pour expliquer, rassurer, convaincre
- Utiliser les techniques de communication pour être empathique et efficace à l'accueil physique ou téléphonique

POUR QUI ?

Nouveaux chargés de l'accueil ou bénévoles aguerris.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

Avoir participé à l'accueil des consommateurs, au moins en qualité d'observateur.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel

Groupe de 8 à 15 personnes

LE PROGRAMME

Bien accueillir le consommateur à l'UFC-Que Choisir

- Identifier les différentes dimensions de la fonction Accueil
- Adapter son accueil aux profils et attentes des consommateurs

Notre champ d'intervention

- Les demandes typiques des consommateurs
- Les réponses et les suites que nous pouvons proposer

Les arguments à utiliser

- Crédibiliser l'UFC-Que Choisir
- Valoriser l'adhésion
- Présenter l'accompagnement que nous pouvons apporter

Utiliser les techniques de communication

- Impulser et orienter la conversation
- Écouter, reformuler, conclure

Les points clés de l'accueil téléphonique

INITIATION AU TRAITEMENT DES LITIGES



Quelles sont les premières diligences à effectuer lorsqu'un consommateur soumet un litige ?

Si la première action de l'AL ne sollicite pas de compétence juridique, elle n'en exige pas moins de respecter quelques points de méthode. Cette formation vous permettra de vous les approprier.

LES OBJECTIFS

- Connaître les bons réflexes à adopter face à une demande du consommateur
- Comprendre la situation litigieuse exposée par le consommateur
- Initier une première action vers la partie adverse
- Suivre les résultats de son action

POUR QUI ?

Nouveaux conseillers litiges et conseillers litiges aguerris souhaitant réviser les fondamentaux.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

LES MODALITÉS

- 1 jour
- Groupe de 8 à 12 participants

LE PROGRAMME

Connaître la démarche de traitement des litiges à l'UFC-Que Choisir

Comprendre la situation

- Caractériser le litige
- Identifier les pièces du dossier et repérer les éléments de preuve
- Comprendre l'attente du consommateur

Agir en direction de la partie adverse

- La lettre de signalement
- La saisine de l'interlocuteur privilégié, le cas échéant

Consigner les informations / documents dans Gestal

Suivre les résultats de la première action

Et si la première action n'aboutit pas à un résultat satisfaisant ?

LES + Des informations claires et concrètes pour conduire avec méthode la première action de l'AL en direction du professionnel.

LITIGES VENTE SERVICES : ACQUISITION DE CONNAISSANCES

<https://lecampus.ufcquechoisir.org/>

Le
C@mpus



Vous souhaitez accompagner le consommateur dans la défense de ses intérêts par l'étude du dossier au fond en vue de produire un courrier argumenté en droit ? C'est une question de connaissances et de méthode. Ces quatre modules apportent des connaissances très utiles.

LES OBJECTIFS

- Mieux connaître les obligations qui s'imposent aux professionnels avant même la conclusion du contrat
- Étudier la validité du contrat : le consommateur est-il engagé ? à quel moment s'est-il engagé ? À quoi ? à quelles conditions ?
- Repérer Les instruments juridiques à mobiliser en cas de mauvaise exécution et d'inexécution de leurs obligations par les professionnels
- Mettre en œuvre le droit des consommateurs à rompre le contrat

POUR QUI ?

Conseillers litiges

Prérequis

Avoir suivi la formation initiation au traitement des litiges

LES MODALITÉS

Ouvert à tous tout le temps sur le Campus en ligne accessible sur Extranet.

LE PROGRAMME

4 modules correspondant aux différentes phases du contrat et ciblés sur les situations litigieuses récurrentes.



LES +

La possibilité pour les AL de regrouper les bénévoles pour suivre ensemble les 4 modules de formation.

LITIGES VENTE SERVICES : MÉTHODE

Vous maîtrisez la première étape de traitement d'un litige et souhaitez accompagner le consommateur dans la défense de ses intérêts par l'étude du dossier au fond et la production d'un courrier argumenté en droit.

Ce stage vous apportera des éléments de méthode. Notez -le bien, il ne s'agit pas d'un stage d'acquisition de connaissances !

LES OBJECTIFS

- S'approprier une méthode pour analyser un litige
- Comprendre le raisonnement et les sources d'information pour rechercher un fondement juridique
- Maîtriser l'écriture d'une lettre juridiquement argumentée

POUR QUI ?

Conseillers litiges traitant les litiges vente services.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

Avoir suivi les 4 modules disponibles sur le Campus.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.
Groupe de 8 à 12 personnes.

LES +

Une formation animée par des juristes spécialisé.es en droit de la consommation.

Des points de méthode indispensables.

LE PROGRAMME

Le stage s'organise autour de 3 études de cas dont le traitement sera guidé par le formateur.

- Un litige entre un consommateur et un vendeur portant sur une livraison par suite d'un achat sur Internet
- Un litige entre un consommateur et un artisan pour des travaux de traitement de l'humidité de l'habitation
- Un litige entre une consommatrice et une grande surface suite à l'achat d'un produit

PRÉALABLE INDISPENSABLE À LA FORMATION

Les éléments de connaissance utiles pour le traitement des cas pratiques en formation doivent être acquis avant la formation grâce aux 4 modules de formation disponibles sur le Campus.



LITIGES ASSURANCE

LES OBJECTIFS

- Aborder un litige assurance de façon appropriée, en se posant les bonnes questions.
- Repérer les éléments pertinents dans un contrat d'assurance.
- Disposer de connaissances juridiques pour les litiges les plus fréquents : dégât des eaux, exclusion de garantie, conditions de prise en charge d'un sinistre...
- S'appuyer sur de multiples sources de droit pour rechercher des fondements juridiques : code conso, code des assurances, code de la mutualité.

POUR QUI ?

Conseillers litiges.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté et Initiation au Traitement des Litiges (ITL).

S'être familiarisé avec les litiges assurances aux côtés d'un conseiller litiges.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.
Groupe de 8 à 12 personnes.

LES +

Une alternance d'exposés et de cas pratiques.

Une formation animée par des juristes spécialisé.es.

LE PROGRAMME

Domage au bien de l'assuré

- Comprendre le contenu d'un contrat d'assurance pour y trouver des fondements juridiques.
- Connaître les règles de droit applicables aux assurances et le principe indemnitaire.

Dégât des eaux

- Les questions à se poser : les parties, le sinistre, les démarches, l'expertise.
- Connaître la convention Indemnisation des Recours et des Sinistres Immeubles (IRSI).

Petite assurance

- Les principaux problèmes rencontrés par les consommateurs.
- Analyser la validité du contrat et son application par le professionnel en vue d'obtenir la résolution ou le respect du contrat par l'assureur.

Assurance emprunteur

- Utiliser les règles de droit qui s'imposent à l'assuré au moment de la souscription du contrat et à l'assureur en cas de sinistre.
- Connaître l'assurance emprunteur.

Complémentaire santé

- Identifier les différents acteurs concernés par un litige pour savoir auprès de qui intervenir.
- Acquérir les connaissances juridiques relatives à la souscription d'un contrat de complémentaire santé conclu hors établissement.

LITIGES BANCAIRES

*** Nouveau programme 2025 ***

LES OBJECTIFS

- Aborder un litige bancaire de façon appropriée, en se posant les bonnes questions
- Disposer d'une méthode de traitement des litiges bancaires
- Utiliser les règles de droit issues du code civil, du code monétaire et financier, du code conso pour traiter les litiges les plus fréquents

POUR QUI ?

Conseillers litiges.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté et Initiation au Traitement des Litiges (ITL).

S'être familiarisé avec les litiges bancaires aux côtés d'un conseiller litiges.

LE PROGRAMME

Cette nouvelle formation portera sur les litiges les plus fréquemment rencontrés en AL et identifiés à partir de Gestal.

A titre indicatif :

- Les moyens de paiement
- Le fonctionnement du compte
- L'assurance vie

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.
Groupe de 8 à 12 personnes.

LES +

Une alternance d'exposés et de cas pratiques.

Une formation animée par des juristes spécialisés.

RÉALISER LES ENQUÊTES AVEC L'OBSERVATOIRE DE LA CONSOMMATION (ODLC)



Nos enquêtes de consommation sont incontournables pour informer et défendre les consommateurs. Elles sont possibles grâce la forte mobilisation des AL et la compétence des bénévoles.

Il est conseillé aux UR/AL d'organiser cette formation tous les 3 ou 4 ans.

LES OBJECTIFS

- Maîtriser les facteurs clés de succès de la réalisation des enquêtes de consommation
- Connaître tous les secrets de la réalisation d'une enquête
- Se familiariser avec l'équipe de l'Observatoire de la Consommation de la Fédération
- Se (re)motiver

POUR QUI ?

Responsables d'enquêtes et enquêteurs.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.

Groupe de 15 à 25 personnes

LE PROGRAMME

Les enquêtes de consommation

- L'enjeu des enquêtes pour l'UFC Que Choisir
- L'Observatoire de la Consommation
- Les principales enquêtes réalisées
- Les différents types d'enquêtes

Concevoir une enquête

- L'idée de départ
- La préparation des enquêtes
- Le protocole
- Les questionnaires

Le terrain d'enquête

- La mise en place du terrain
- La liste des magasins à enquêter
- L'anonymat
- La réaction aux difficultés
- Les trucs et astuces sur le terrain
- Les questionnaires

L'exploitation des données

- Le traitement des données
- Les reprises médiatiques

LES +

Une rencontre instructive entre les enquêteurs et l'équipe de l'Observatoire De La Consommation (ODLC).



MOBILISER, FAIRE AGIR, RÉALISER LE PLAIDOYER

Force vive de toute association, la population des bénévoles doit être renforcée en intégrant de nouvelles personnes.

Les AL sont invitées à participer aux campagnes et à leur donner plus d'impact en mobilisant le grand public ainsi qu'à réaliser un plaidoyer efficace auprès des décideurs locaux et régionaux.

Des actions visant à interpeller et faire agir les consommateurs sont encouragées.

Les partenariats locaux seront utilement recherchés dans la conduite des actions.

DÉCOUVRIR L'UFC-QUE CHOISIR



Parce qu'elle permet de connaître l'UFC-Que Choisir de A à Z, cette formation est incontournable pour les nouveaux bénévoles. Elle intéressera aussi les bénévoles aguerris qui souhaitent revisiter les fondamentaux de l'association et mieux comprendre ses évolutions !

LES OBJECTIFS

- Comprendre le sens et les objectifs des actions de l'UFC-Que Choisir
- Situer l'UFC-Que Choisir dans le paysage consumériste
- Explorer les valeurs de notre mouvement
- Mieux connaître notre organisation et les différentes communautés qui la composent

POUR QUI ?

Nouveaux bénévoles et bénévoles aguerris.

Prérequis

Avoir découvert les différentes missions de l'AL.

Être effectivement investi dans une fonction de l'AL depuis **3 mois**.

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.

Groupe de 8 à 25 pers.

LE PROGRAMME

Qui sommes-nous ?

- Une identité forte qui nous caractérise
- D'où venons-nous ?
- Quelles sont les portes d'entrée dans le Mouvement ?

La consommation et les consommateurs

- La société de consommation aujourd'hui
- Les tendances fortes
- Les profils des consommateurs

Les combats que nous menons

- Le sens de nos combats
- La conduite de l'action politique : modes d'action, rôle des AL et de la Fédération

Notre organisation

- Les différents niveaux : AL, FD, UR
- La politique de l'UFC-Que Choisir
- La synergie entre les différents niveaux

Le bénévolat et le militantisme à l'UFC-Que Choisir

- Les droits des bénévoles
- Les outils à disposition des bénévoles
- Les possibilités offertes aux bénévoles

LES +

Une formation animée par des administrateurs nationaux ou des anciens administrateurs, fins connaisseurs du Mouvement.

RENFORCER L'ÉQUIPE DE SON AL EN INTÉGRANT DE NOUVEAUX BÉNÉVOLES, DE NOUVEAUX PROFILS



Pour développer de nouvelles activités (sensibilisation des consommateurs, actions hors les murs, communication multisupport...) votre AL éprouve le besoin d'attirer de nouveaux bénévoles ?

C'est possible ! À une condition : accepter de se réinventer. Se réinventer, ce n'est pas faire table rase du passé ni du présent, c'est réaménager votre espace associatif pour proposer de nouvelles formes d'engagement adaptées à de nouvelles missions.

LES OBJECTIFS

- Repérer les évolutions à apporter dans les équipes de l'AL et envisager les réaménagements à opérer
- Explorer les contours de nouvelles missions bénévoles et définir les profils attendus et possibles
- Concevoir un plan d'action pour rechercher et intégrer de nouvelles personnes

POUR QUI ?

Des responsables associatifs et des bénévoles ouverts aux évolutions organisationnelles et humaines.

Les membres de l'AL participent en équipe de 3 à 4 personnes.

LES MODALITÉS

1 jour

Groupe de 10 à 15 personnes issues d'au moins 3 AL.

LE PROGRAMME

Nous prendrons conscience des évolutions souhaitables et possibles dans l'AL grâce à la méthode du CV inversé et envisagerons les réaménagements à effectuer : positionnement clarifié, nouvelles activités, pratiques de communication envers les bénévoles potentiels...

Nous explorerons les formes d'engagement possibles pour accomplir les missions attendues et nous analyserons l'organisation à mettre en place dans l'AL.

Nous sommes maintenant prêt.es pour élaborer un plan d'action adapté ! La palette des actions possibles et leurs conditions de réalisation seront inventoriées afin de faire les meilleurs choix en fonction de votre contexte et de vos envies.

Nous évaluerons les moyens à réunir pour organiser les différentes actions et poserons des jalons pour déployer un plan d'action dans le temps.

LES +

Un enthousiasme renouvelé et un plan d'action concret pour rechercher de nouveaux bénévoles !

S'APPROPRIER UNE THÉMATIQUE DE CAMPAGNE



*** Nouvelle formation 2025 ***



Chaque année l'UFC-Que Choisir mène une ou deux campagnes prioritaires. L'enjeu est de se préparer en amont pour se projeter afin de déployer progressivement les actions au bon moment.

Grâce à cette formation vous aurez une bonne connaissance de la thématique et serez à l'aise pour préparer votre future campagne.

LES OBJECTIFS

- Explorer la thématique sous ses différents angles
- Connaître les positions et études de l'UFC-Que Choisir déjà existantes
- Connaître les actions déjà menées sur cette thématique et les résultats obtenus
- Identifier les phases préalables au lancement d'une campagne : préparation à l'interne et premières actions en direction de son réseau et des audiences cibles.

POUR QUI ?

Les AL / UR qui souhaitent s'engager dans les campagnes nationales prioritaires.

Personnes en charge des campagnes, de la communication, de la mobilisation souhaitant conduire des campagnes pour mobiliser sur leurs enjeux.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

LE PROGRAMME

Le programme portera sur une thématique de campagne nationale prioritaire.

La thématique : quels sont les différents angles d'approche possibles ? En quoi l'intérêt des consommateurs et la consommation responsable sont en jeu ?

Les études, les positions et les actions déjà réalisées par l'UFC-Que Choisir sur cette thématique.

La préparation de la campagne en amont au niveau de l'AL / UR.

LES MODALITÉS

Formation organisée par la FD

½ journée en visio

Groupe de 12 participants

LES +

Un excellent éclairage sur les analyses et positions de l'UFC-Que Choisir.

Une bonne façon de mettre le pied à l'étrier pour réussir ensuite votre campagne.

MOBILISER SON RÉSEAU ET LE GRAND PUBLIC GRÂCE À DES CAMPAGNES



*** Nouvelle formation 2025 ***



Pour faire évoluer la société de consommateurs et la situation des consommateurs, nous menons des campagnes de plaidoyer : expertise d'une situation, communication, action en direction des décideurs, et mobilisation citoyenne.

Grâce à cette formation, vous pourrez construire vos propres campagnes et mieux vous approprier les campagnes nationales.

LES OBJECTIFS

- Construire un objectif de campagne pertinent : impactant, mobilisateur, gagnable
- Identifier les publics pertinents de la campagne : partenaires, audience à mobiliser
- Construire un parcours d'engagement et des tactiques adaptées aux différentes audiences de la campagne.

POUR QUI ?

Les AL / UR qui souhaitent s'engager dans des campagnes en autonomie ou dans le cadre des campagnes nationales.

Personnes en charge des campagnes, de la communication, de la mobilisation souhaitant conduire des campagnes pour mobiliser sur leurs enjeux.

Prérequis

Découvrir l'UFC-Que Choisir pour les bénévoles ayant moins de 2 ans d'ancienneté.

LE PROGRAMME

- **Campagne : de quoi parle-t-on ?**
- **Construire une campagne qui répond aux enjeux de mobilisation du public et d'impact politique**
 - Un objectif de campagne pertinent : 4 principes pour vous guider, des pièges à éviter.
 - Atteindre les différents publics de votre campagne : cibles politiques, partenaires pertinents, audiences à mobiliser (réseau militant, public ciblé)
- **Communiquer pour embarquer vos audiences sur la campagne**
 - Donner envie d'agir dans un monde d'hyper-sollicitation
 - Réussir ses appels à action

LES MODALITÉS

Formation organisée par la FD

2 * ½ journée en visio

Groupe de 12 participants

LES +

Des éléments de méthode et des outils pour réussir vos campagnes.

Une formation animée par le cabinet [6 PM](#), spécialiste des campagnes de plaidoyer (conseil stratégique et opérationnel, formation...).

ORGANISER UNE ACTION PORTEUR DE PAROLE : LES ESSENTIELS POUR RÉUSSIR



Comment créer un point de rencontre dynamique dans l'espace public ?

La technique du porteur de paroles est un excellent moyen pour engager l'échange avec les consommateurs autour d'une question. Il permet de recueillir des avis, de mettre en exergue des points de vue, de valoriser la parole des consommateurs. Et cerise sur le gâteau, d'attirer l'attention des médias !

LES OBJECTIFS

- Découvrir la démarche du « porteur de parole » pour en identifier toutes les potentialités
- Repérer les questions et les thématiques qui peuvent faire l'objet d'un porteur de paroles
- S'approprier le processus de mise en œuvre et d'animation de la démarche

POUR QUI ?

Des bénévoles et des AL ouvertes à des modes d'intervention novateurs et efficaces.

Des bénévoles en responsabilité de la mise en œuvre d'actions "hors les murs".

Pour les AL qui n'ont pas de bénévoles formés à cette démarche, il est chaudement recommandé de participer à deux voire trois bénévoles.

LES MODALITÉS

1/2 journée en visio
Groupe de 8 à 10 personnes.

LE PROGRAMME

- **Qu'est-ce qu'une action porteur de paroles ? A quoi ça sert ? A quelles occasions peut-on utiliser cette technique ?**
- **Les essentiels à connaître pour organiser une action**
 - La clarification des objectifs visés
 - La formulation de la question
 - L'équipe et les rôles à assumer
 - Le choix et l'aménagement de l'espace
 - Le matériel nécessaire
 - Les échanges avec les gens
 - L'exploitation des expressions recueillies
- **Le porteur de parole, et après ? Comment prolonger l'action ?**

LES +

Un concentré d'apports méthodologiques et pratiques pour se lancer !

Si besoin, un accompagnement individualisé post formation pour mettre en place l'action.

FAIRE AVANCER NOS POSITIONS AUPRÈS DES DÉCIDEURS : LE PLAIDOYER



Savez-vous que c'est à l'échelle locale que le plaidoyer a le plus d'impact ?

Pièce maîtresse de nos campagnes, le plaidoyer est un levier majeur à activer pour gagner nos combats. Cette formation vous aidera à peaufiner vos stratégies et vos pratiques pour mieux influencer les décideurs et faire avancer nos idées.

LES OBJECTIFS

- Situer les périmètres, rôles et complémentarités des AL, de l'UR et de la FD dans le domaine du plaidoyer
- Disposer de bases méthodologiques et pratiques pour constituer son réseau des parties prenantes
- Mettre en œuvre une démarche de plaidoyer avec méthode : préparation, réalisation, suivi, reporting
- Utiliser les médias de façon appropriée
- S'approprier une position de l'UFC-Que Choisir pour l'adapter aux différents interlocuteurs

POUR QUI ?

Les bénévoles de l'AL ou de l'UR en charge des relations institutionnelles et politiques : président.e, chargé.e de campagnes, chargé.e de communication...

LES MODALITÉS

1 jour en présentiel.

Groupe de 12 à 15 personnes

LE PROGRAMME

- **Cartographie des parties prenantes du plaidoyer de notre Mouvement (parlementaires, conseils départementaux, conseils régionaux, instances où les consommateurs sont représentés...)** : leurs compétences ; les interlocuteurs à cibler ; les angles d'approche à privilégier...
- **Constituer son réseau** : repérer les interlocuteurs ; établir le contact ; entretenir la relation...
- **Utiliser les médias de façon appropriée** : Quels média privilégier ? Quels messages faire passer ? À quel moment communiquer ?
- **Mettre en œuvre une démarche de plaidoyer avec méthode**
 - Les différents moyens mobilisables (courriel, rendez-vous...), leurs avantages et leurs inconvénients, les précautions à prendre, les pièges à éviter...
 - Comment bien préparer son action ?
 - Comment conduire un entretien avec un décideur (se positionner, argumenter, conclure...) ?
 - Comment entretenir la motivation des décideurs sur un sujet ?
- **S'approprier une position de l'UFC-Que Choisir** : les angles, messages et arguments à privilégier en fonction des décideurs.
- **Evaluer les résultats de ses actions** : les critères et les indicateurs qui permettent d'apprécier son impact.

LES + Cette formation animée par Benjamin RECHER, en charge des relations institutionnelles à la Fédération, vous prépare à conduire efficacement vos actions de plaidoyer.

Contacts

Les référents régionaux de formation (08/10/2024)

Avec le concours des Correspondants locaux de formation, ils recueillent les besoins des AL et organisent les stages en région.

UR	Référents régionaux	Statut	Mails
ARA	Christian BAILLY	titulaire	formation@clermontferrand.ufcquechoisir.fr
ARA	Jean-Marc VITALI	suppléant	referentformationara@ara.ufcquechoisir.fr
Bretagne	Simone ENCRENAZ	titulaire	formation@bretagne.ufcquechoisir.fr
Bourgogne Franche Comté	Gérard GROUX	titulaire	president@yonne.ufcquechoisir.fr
Bourgogne Franche-Comté	Joel DECLUY	suppléant	formation@bfc.ufcquechoisir.fr
Centre - Val de Loire	Christian PERSONNAT	titulaire	formation@cher.ufcquechoisir.fr
Grand Est	Jacques FLEURY	titulaire	jfleury@nancy.ufcquechoisir.fr
Grand Est	Christian DEJARDIN	suppléant	president@grandest.ufcquechoisir.fr
Hauts de France	Jean-Michel BILLAUT	titulaire	formation@hautsdefrance.ufcquechoisir.fr
Hauts de France	Jean-Yves NOEL	suppléant	formation@saintomer.ufcquechoisir.fr
Ile de France	Armel SALAUN	titulaire	formation@iledefrance.ufcquechoisir.fr
Ile de France	Régine ROQUE	suppléant	formation@iledefrance.ufcquechoisir.fr
Nouvelle Aquitaine	Christophe POLMARD	titulaire	formation@nouvelleaquitaine.ufcquechoisir.fr
Normandie	Jackie BAUCHER	titulaire	formation@normandie.ufcquechoisir.fr
PACA	Jean-Claude BOURREAU	titulaire	formation@paca.ufcquechoisir.fr
Pays de la Loire	Jean-Jacques TERRIERE	titulaire	formation@maineetloire.ufcquechoisir.fr
Pays de la Loire	Yannick GRELLARD	suppléant	formation@maineetloire.ufcquechoisir.fr
Occitanie	Eliette CASSOT	titulaire	formation@toulouse.ufcquechoisir.fr
Occitanie	Danièle SONDAG-THULL	suppléante	formation@nimes.ufcquechoisir.fr

Service Engagement et Relations Associatives à la FD

Catherine GUILLERM, Responsable pédagogique, cguillerm@quechoisir.org

Cloé LEYRAT, Assistante Relations Associatives, cleyrat@quechoisir.org

La commission formation fédérale

Arnaud LAJUGIE, animateur de la commission formation, alajugie@federation.ufcquechoisir.fr

Anne-Marie ABINAL LONGO, administratrice nationale suppléante, amabinal@federation.ufcquechoisir.fr

Christian BAILLY, administrateur national suppléant, cbailly@federation.ufcquechoisir.fr

Jean-Pierre JOKIEL, administrateur national, trésorier, jpjokiel@federation.ufcquechoisir.fr

