

# **ASSOCIATION LOCALE UFC QUE CHOISIR DE RENNES**

## **RAPPORT FINANCIER 2016**

### **Compte de résultat 2016**

Charges	2016	2015	Produits	2016	2015
<b>Achats</b>	<b>3 222</b>	<b>4 464</b>	<b>Ventes</b>	<b>550</b>	<b>732</b>
Eau - gaz - électricité	434	436	Photocopies	66	87
Fournitures d'entretien et petit équipement	133	2 735	Prestations de services	0	530
Fournitures administratives et de bureau	2 655	1 293	Abonnement commissions	484	115
<b>Services externes</b>	<b>16 231</b>	<b>15 058</b>	<b>Subventions d'exploitation</b>	<b>6 054</b>	<b>5 764</b>
Locations+ charges locatives	13 648	13 486	D.G.C.C.R.F	3 035	2 724
Entretien - réparations - maintenance	2 316	989	Emplois aidés (ASP et autres)		
Primes d'assurances	267	261	Fédération UFC-Que Choisir		
Documentation		322			
Frais de colloques, séminaires, conférences			Collectivités territoriales	3 019	3 040
<b>Autres services externes</b>	<b>10 983</b>	<b>10 708</b>	<b>Produits de gestion courante</b>	<b>49 398</b>	<b>47 780</b>
Honoraires			Cotisations nettes des adhérents	39 018	38 204
Publicité - publications - relations publiques	968	591	Parts fédérales	10 380	9 576
Voyages et déplacements	4 642	3 650			
Réceptions	702	704	<b>Produits financiers</b>	<b>606</b>	<b>704</b>
Frais postaux - Télécommunication	4 356	5 390			
Services bancaires	195	208	<b>Produits exceptionnels</b>	<b>3 460</b>	<b>3 199</b>
Divers cotis div	120	165	Dons et libéralités	3 302	3 148
				66	
			Produits sur exercices antérieurs	158	51
<b>Frais de personnels</b>	<b>17 720</b>	<b>14 451</b>	Actions en justice		
Rémunération (brute)	6 861	6 274			
Sécurité sociale et prévoyance	5 181	5 039			
Autres charges sociales	138				
Autres charges de personnel	5 540	3 138			
<b>Autres charges gestion courantes</b>	<b>10 380</b>	<b>9 576</b>	<b>Reprise sur amortissements et provisions</b>	<b>47</b>	<b>47</b>
Parts fédérales	10 380	9 576			
Parts régionales					
<b>Charges exceptionnelles</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>Transfert de charges</b>	<b>1 472</b>	<b>1 131</b>
<b>Dotations amortissements, provisions</b>	<b>1911</b>	<b>5 236</b>	Remboursement de frais		1 131
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>60 459</b>	<b>59 495</b>	<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>61 587</b>	<b>59 357</b>
<b>RESULT EXERC EXCED</b>	<b>1 128</b>		<b>RESULT EXERC PERTE</b>		138
	61 587	59 495		61 587	59 495
<b>VALORISATION BENEVOLAT</b>	<b>135 595</b>	<b>128 476</b>	NOMBRE HEURES * TAUX HORAIRE SMIC BRUT PATRONAL	13 188	10,28

### **BILAN AU 31/12/2016**

ACTIF	2016	2015	PASSIF	2016	2015
<b>Actif immobilisé</b>	<b>2 263</b>	<b>4 174</b>	<b>Fonds propres</b>	<b>88 924</b>	<b>87 843</b>
Immobcorporelles nettes	1647	3558	Fonds associatifs	60 158	60 158
Immo fi (parts sociales)	56	56	Réserves cumulées	27 544	27 682
Dépôt de garantie	560	560	Résultat de l'exercice	1 128	-138
			Subventions investissement	94	141
<b>Actif circulant</b>	<b>100 062</b>	<b>95 288</b>	<b>Dettes</b>	<b>13 401</b>	<b>11 619</b>
Créances et charges avance	1384	1379	Provisions pour charges	6 900	6 900
Valeur mobilières placement	91682	88223	Dettes et charges à payer	3 817	4 719
Fonds disponibles	6996	5686	Produits constatés d'avance	2 684	
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>102 325</b>	<b>99 462</b>	<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>102 325</b>	<b>99 462</b>

# **ASSOCIATION LOCALE UFC QUE CHOISIR DE RENNES**

## **RAPPORT D'ACTIVITE 2016**

On peut considérer que notre association locale a atteint sa vitesse de croisière, les chiffres significatifs dénotant globalement la stabilité de nos bénévoles, de nos adhérents et de notre activité. Cependant, il ne s'agit pas d'immobilisme, 2016 aura été marqué par la nécessité pour les bénévoles de faire un effort important pour actualiser leurs connaissances. L'évolution de la législation nous y constraint. Des changements sont également apparus dans nos pratiques, qui ont aussi demandé une adaptation de notre part.

### **DES ADHERENTS EN AUGMENTATION**

Au 31 décembre 2016, nous avons 1695 adhérents soit une augmentation annuelle de 4,8%. Au niveau national, on enregistre une baisse de 0,16%.

Rappelons que les adhésions représentent 82% de notre budget. C'est dire que notre association n'existe que grâce aux adhérents. Et aussi pour eux bien sûr. C'est grâce aux adhésions que nous pouvons exercer mais aussi développer et améliorer nos activités. Il est donc indispensable de présenter cette réalité à nos visiteurs qui ignorent souvent qui nous sommes et comment nous exerçons notre activité.

### **DES BENEVOLES EN EVOLUTION PERMANENTE**

Notre équipe de bénévoles, une soixantaine tout au long de cette année 2016, a beaucoup travaillé : les milliers d'heures de bénévolat valorisé sont révélatrices de toutes nos activités, du travail administratif, technique et comptable jusqu'à l'aide aux consommateurs en passant par les enquêtes et les représentations dans différentes commissions.

La réception des consommateurs dans nos permanences et le traitement des dossiers de litiges de nos adhérents mobilisent 80% de nos bénévoles.

De nombreux textes sont venus modifier profondément l'environnement consumériste ces 3 dernières années ; les lois Hamon, ALUR, Macron et leurs nombreux décrets d'application ont nécessité une importante veille juridique de tous nos conseillers-litiges. Pour ne citer que quelques exemples : garantie de conformité de 2 ans, obligation d'une assurance dommage ouvrage, disponibilité des pièces détachées, bloctel...

Dans nos permanences, nous voyons que les consommateurs ont du mal à connaître leurs droits et à se retrouver dans les évolutions du droit dans nos domaines d'intervention comme le logement, les achats à distance, les assurances, les travaux d'économie d'énergie.

### **ET QUI CONTINUENT DE SE FORMER**

Au cours de l'année 2016, 6 actions et 8 stages de formation ont été suivis par 17 bénévoles de notre association. En légère baisse par rapport à 2015, elles demeurent une priorité pour l'A.L. car elles permettent de valoriser et de faciliter le travail des bénévoles.

Par ailleurs nous disposons d'un outil informatique national qui permet de gérer l'ensemble des informations relatives aux consommateurs qui viennent nous voir. L'usage de ce logiciel, qui est en évolution permanente, est devenu impératif pour tous les bénévoles.

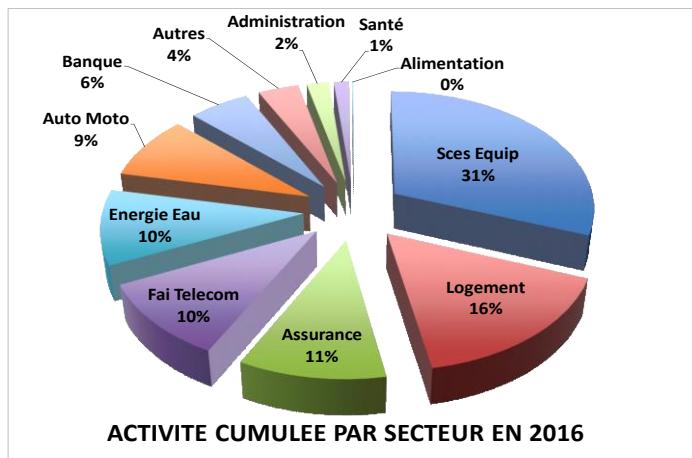
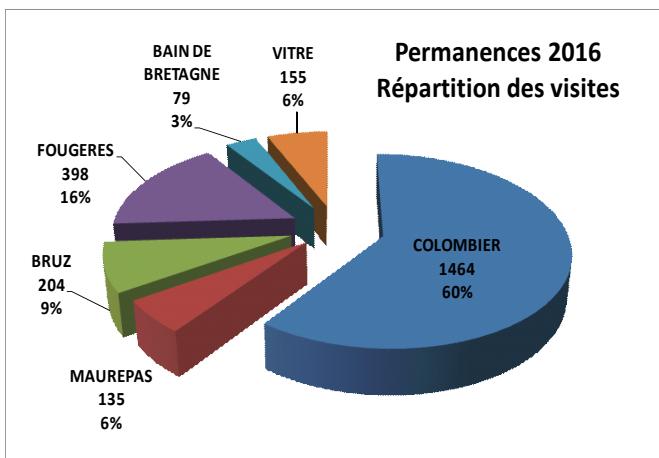
Grâce aux formations et à la détermination de chacun, son utilisation est maintenant effective.

### **UN ACCUEIL AU PLUS PRES DES CONSOMMATEURS**

Les graphiques ci-dessous illustrent notre activité de défense individuelle des consommateurs.

Notre analyse de l'accueil dans les permanences décentralisées montre que la proximité joue un rôle important dans la fréquentation. Sur nos 6 lieux d'accueil, nous avons eu en 2016, 2888 visites, soit une cinquantaine de plus qu'en 2015.

Les permanences de Colombier et Fougères marquent un léger tassement tandis que celles de Maurepas et Bruz sont en progression.



Dans chacun de nos lieux d'accueil, la proportion de visiteurs qui prennent une adhésion rapportée au nombre total de visiteurs est en moyenne de 55%. Cependant ce taux est très variable selon les permanences : à Fougères, 75% des visiteurs deviennent des adhérents tandis qu'à Bruz et Bain de Bretagne, ce taux dépasse à peine la moitié et à Maurepas, il n'est que de 29%. Ces écarts tiennent sans doute à la population accueillie mais il y a lieu aussi de penser qu'un effort doit être fait pour expliquer les raisons de l'adhésion et y inciter, c'est le gage de notre indépendance et de la qualité de nos prestations.

L'antenne de Fougères maintenant animée par Jean-Michel Gaultier, assure une permanence et une séance de courrier par semaine avec 12 bénévoles et épingle la permanence de Vitré assurée par 3 bénévoles. Cette dernière connaît un dynamisme réel pour la 2ème année consécutive. A Fougères, depuis le 21 septembre 2016, les bénévoles tiennent une permanence au Centre social à titre expérimental. Elle pourrait évoluer vers un accueil sur rendez-vous. L'antenne a obtenu plusieurs publications dans la presse locale sur des sujets variés et a représenté l'association dans plusieurs instances (SAGE du Couesnon, Crucq à l'hôpital de Chantepie, Clin sur les maladies nosocomiales, SMITCOM, Vidéosurveillance, Fougères Habitat...).

## ***DES LITIGES NOMBREUX, VARIES ET COMPLEXES***

La répartition évolue assez peu. Cependant, 2 secteurs sont en augmentation sensible : les services marchands et les technologies nouvelles. Les démarchages à domicile d'entreprises proposant des installations ou des aménagements liés à des économies d'énergie persistent et les litiges liés à l'énergie, après une décrue, connaissent une recrudescence. Par contre les litiges concernant les banques sont en baisse.

Il a été décidé que les litiges complexes seraient traités par des bénévoles dédiés afin d'optimiser la qualité de la prise en charge. Il s'agit de dossiers compliqués nécessitant des connaissances spécifiques ou de dossiers dont l'enjeu financier est important.

## ***DES SUCCES PLUS NOMBREUX***

En 2016, nous avons recensé 228 succès (186 en 2015), 65 à Fougères et 13 à Vitré. Une trentaine ont été obtenus suite à une action judiciaire. Cette augmentation est sans doute à mettre en partie sur le compte de nos procédures qui nous permettent de mieux connaître l'issue des dossiers que nous traitons. A l'inverse, 197 ont été clos sans succès pour diverses raisons : pas de possibilité d'agir sur le plan juridique, abandon du consommateur, refus d'aller en justice alors que c'était la seule possibilité d'agir...

## ***NOS REPRESENTATIONS :***

A Rennes nous avons recentré nos représentations sur les domaines dans lesquels nous pensons pouvoir réellement avoir un impact : Eau du bassin Rennais, Commissions Consultatives des services publics locaux de Rennes et de sa Métropole, Commission de Conciliation et d'Indemnisation, Commission de surendettement.....

L'antenne de Fougères a représenté l'association dans plusieurs instances (SAGE du Couesnon, CDU à l'hôpital de Chantepie, Clin sur les maladies nosocomiales, SMITCOM, Vidéosurveillance, Fougères Habitat...).

## ***NOS INTERVENTIONS DANS LES MEDIAS***

Ouest-France annonce régulièrement nos permanences. A Rennes, obtenir une publication reste toujours difficile et très limité. Nous sommes intervenus sur France Bleu Armorique au sujet de Linky. L'antenne de Fougères a fait paraître plusieurs articles dans la presse locale sur des sujets variés.

## ***MOINS DE RENCONTRES AVEC LES PROFESSIONNELS***

Ces professionnels sont traditionnellement Orange, Engie, EDF, ERDF, La Poste. Par expérience, nous avons pu constater que ces rencontres ne permettaient pas de trouver des solutions aux litiges que nous avons en charge. C'est trop souvent l'occasion pour ces sociétés de faire leur promotion et de faire état de notre participation comme s'il s'agissait d'une adhésion à leurs pratiques, ce qui explique d'ailleurs que peu de bénévoles soient prêts à s'investir dans ces rencontres.

## ***ENQUETES***

Elles sont initiées par la fédération et font l'objet de publications dans les revues Que Choisir. Elles se font toujours de façon anonyme selon un protocole strict.

En 2016, nos bénévoles ont participé à 6 enquêtes.

- Enquête sur l'information concernant les allergènes dans certains produits alimentaires.
- relevés de prix dans les supermarchés et hypermarchés, les pharmacies et parapharmacies de grandes surfaces.
- Enquête conseil en produits phytosanitaires dans les jardineries.
- Enquête conseil sur le respect de la réglementation imposée aux auto écoles.
- Enquête conseil sur l'information donnée en matière de disponibilité des pièces détachées et sur les garanties dans les enseignes du secteur électroménager et audiovisuel.

## ***LA COMMUNICATION AVEC NOS ADHERENTS***

Nos outils de communication avec les consommateurs sont principalement électroniques. Notre site local est maintenant bien en place et chaque consommateur peut y trouver des informations en provenance de la fédération ainsi que des publications que nous assurons localement sur nos succès, des conseils pratiques, des prises de position sur des sujets d'actualité. Il a été visité en moyenne par près de 200 personnes par mois.

Nos adhérents, eux, sont destinataires de notre lettre électronique. En 2016, 7 lettres ont été adressées aux personnes qui disposent d'une adresse électronique c'est à dire 73% de nos adhérents. Un bulletin papier est édité chaque année pour les autres adhérents.

## ***PERSPECTIVES***

Le développement d'Internet et des réseaux sociaux modifie singulièrement les pratiques de communication et d'information du public. Le mouvement UFC se doit donc d'imaginer de nouveaux modes de communication avec les consommateurs.

Nous allons développer une page FACEBOOK qui nous permettra de communiquer avec, nous l'espérons, un nouveau public qui privilégie ce mode d'information très lié à l'usage des smartphones.

Par ailleurs les consommateurs sont très largement sollicités sur Internet par différents sites qui proposent, moyennant finance évidemment, de traiter leurs litiges « en ligne ». Beaucoup de ces sites ne sont guère sérieux et l'UFC a une carte à jouer dans ce contexte. Nous sommes actuellement engagés dans un phase d'expérimentation (il n'y a donc pas de publicité institutionnelle faite par la fédération). Le principe est d'élargir le système ALED en permettant aux consommateurs de nous soumettre leurs litiges par internet (et donc de nous communiquer par le même moyen l'ensemble des documents nécessaires à leur traitement), ce qui leur évite de se déplacer à l'une de nos permanences. Ce projet est voué à se développer à grande échelle et demandera probablement un effort important des bénévoles qui devront s'adapter à cette nouvelle forme de traitement des dossiers.