



ENSEMBLE

- 1 LE PROJET
- 2 CALENDRIER
- 3 QUI SOMMES-NOUS?
- 4 MODALITES DE PARTICIPATION

LE PROJET

Contexte :

L'année 2021 marque un cap important pour l'union fédérale des droits de consommateurs (UFC QUE CHOISIR) qui défend depuis maintenant 70 ans de grands combats. Quelques combats emblématiques menés par UFC en 70 ans comme, la radioactivité dans les aliments, les traces de pesticides dans l'eau du robinet, la pollution des plages françaises, le remboursement des billets d'avions et trains pendant la période Covid, les dangers liés à l'aluminium dans nos assiettes, le condamnation de Facebook sur les données personnelles, le boycott de la viande de veau aux hormones, l'efficacité prouvée des lessives sans phosphate, la création du Nutriscore, etc

CONCOURS FILMS COURTS UFC QUE CHOISIR

L'association UFC QUE CHOISIR fête ses 70 ans en 2021. Elle est un lanceur d'alerte qui défend les droits des consommateurs et la santé des consommateurs

Dans le cadre de nos 70 ans nous souhaitons regarder vers le futur et vous interrogez sur la conception d'un film court de 1MN30 sur une des deux thématiques suivantes.

Tous les films devront porter un titre. Un fichier avec les coordonnées des auteurs sera joint au dépôt du film.

Thématique 1 / Le consommateur et la consommation de demain.

Exprimez notre société de consommation à horizon 2050 qui évolue selon combat UFC-Que Choisir vers une consommation plus responsable et plus sobre.

L'UFC-Que Choisir souhaite inviter les consommateurs à avoir des actes de consommation endommageant moins l'environnement et qui protège leur santé. L'enjeu : lutter contre l'hyper consommation et aller vers une consommation plus raisonnée, responsable et utile. Exprimez vous dans ce sens au travers d'un film court sur ce que serait cette nouvelle façon de consommer à horizon 2050 ou le profil et habitudes de ses futurs consommateurs

Thématique 2 / Qu'est-ce que j'attends d'une association de consommateurs.

Vous incarnez la jeunesse et la nouvelle génération et représentez par cela les consommateurs engagés vers qui UFC doit se tourner à présent. Exprimez-nous au travers d'un film court ce qu'attend votre génération d'une association de consommateurs telle que UFC et parlez nous des sujets de consommations qui vous préoccupent. Quels sont les sujets de consommation qui préoccupent votre génération ? Exprimez nous votre vision des combats que UFC doit mener maintenant pour bâtir la société dans laquelle vous et vos enfants grandirez pour bâtir une société qui vous ressemble et plus respectueuse de notre planète

Les éléments de clôture à intégrer dans les vidéos :

Le message : *Avec l'UFC-Que Choisir, ayez le pouvoir d'agir !*

Le site internet : www.quechoisir.org

Le logo des 70 ans :

(un fichier avec les différents format de logo sera envoyé si besoin)



2. Calendrier du projet

- Remise des films fin juin ou au plus tard le 2 septembre 2021
- Vote réalisé par les bénévoles des associations locales et les salariés de l'UFC-Que Choisir du 3 septembre au 24 septembre 2021
- Remise des prix dans la semaine du 27 septembre 2021
- Diffusion des films du 1^{er} octobre à la fin décembre dans le cadre des 70 ans.

Nous sélectionnerons le projet le plus intéressant et qui correspondra le mieux à nos attentes.

3. 9 750 euros de Récompense financière accordée aux 5 primés répartis comme suit :

- 1er prix 5 000 euros
- 2eme prix 2 500 euros
- 3eme prix 1 000 euros
- 4eme prix 750 euros
- 5eme prix 500 euros

Contacts :

1/ Sur le concours film court et le brief

Envoyez vos vidéos en les nommant avec un titre et en précisant vos coordonnées mail et nom équipe associée + nom de votre école + un contact tel pour vous joindre

Précisez dans votre envoi :

CONCOURS FILM COURT 70 ANS UFC QUE CHOISIR

Agence Mlle Pitch

magali.faget@mille-pitch.com

06 43 47 46 51

2 / Pour toutes questions autour de UFC QUE CHOISIR

Chantal Trancoso

01 44 93 19 45

3. QUI SOMMES NOUS ?

Première association de consommateurs de France, l'UFC-Que Choisir œuvre pour une consommation responsable, respectueuse des enjeux environnementaux, sanitaires, sociétaux. ONG totalement indépendante, elle est financée par ses 740 000 sympathisants (600 000 abonnés aux publications/ 140 000 adhérents).

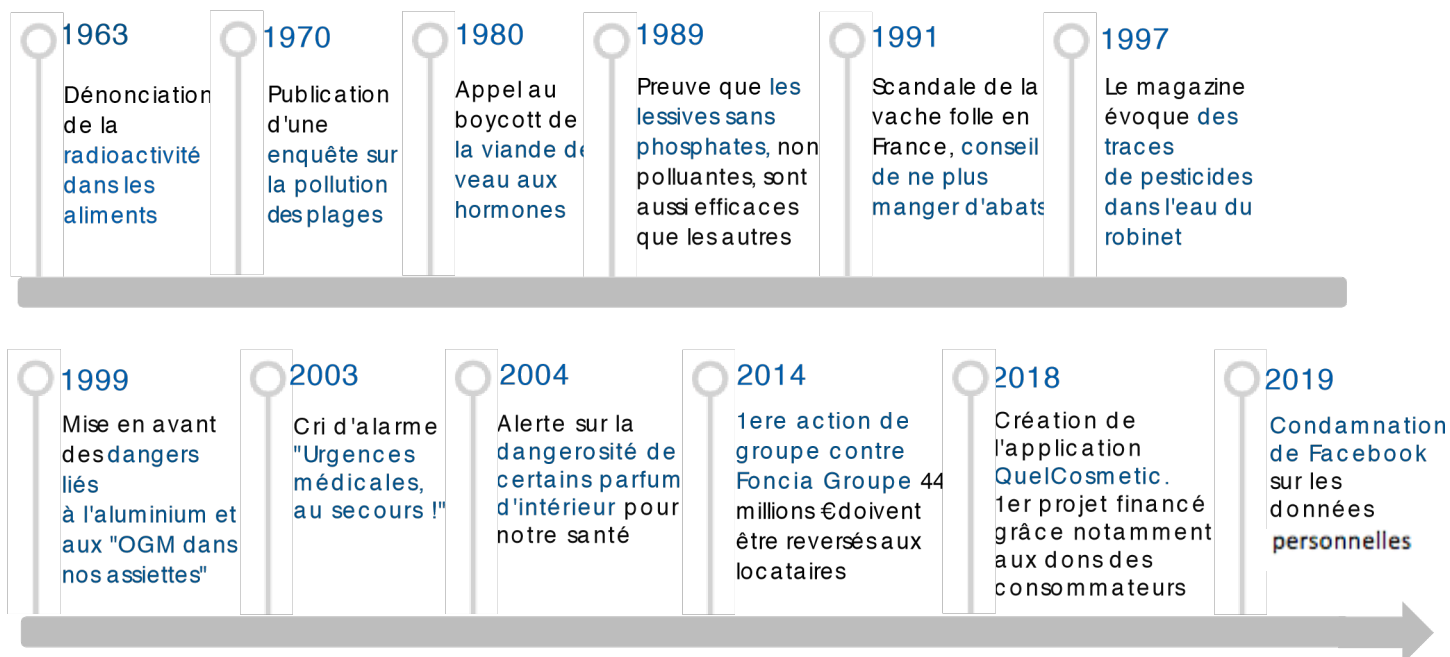
Pour rappel, c'est l'UFC-Que Choisir qui a œuvré pour la suppression du dioxyde de titane et la mise en place du Nutriscore dans les produits alimentaires. C'est également elle qui a lancé l'application « Quelcosmetic » pour faire chasser la chasse aux substances indésirables dans les cosmétiques. L'association a également utilement combattu les tarifs exorbitants du mobile tant en France qu'à l'étranger en obtenant l'arrivée d'un quatrième opérateur qui a fait baisser les prix sur le territoire ou encore l'abolition du roaming (frais d'itinérance pour les appels passés ou reçus depuis l'étranger) au sein de l'Union européenne. Dernière exemple, elle a obtenu d'importantes victoires judiciaires notamment la condamnation des principaux réseaux sociaux pour clauses abusives, particulièrement s'agissant de la protection des données personnelles des utilisateurs.

Lien à votre disposition :

<https://www.quechoisir.org/>

<https://www.beuc.eu/>

Nos combats ensemble depuis 70 ans





DES APPELS A BOYCOTT

2017 : Bouteilles de lait PET opaque
 2004 : Le prix des SMS
 1986 : Les chèques payants
 1980 : La viande aux hormones
 1991 : Vache folle et les abats



DES PETITIONS

Données personnelles « garder la main sur leurs données »
 Démarchage téléphonique, Interdisons le fléau !
 450 000 signatures
 Interdiction du glyphosate
 403 063 signatures



DES VICTOIRES

2019 : **Données personnelles** : Condamnation de Google et Facebook pour clauses abusives
 2018 : Arrêt de la surfacturation du **roaming** par les opérateurs
 2014 : 1ere **action de groupe** contre Foncia Groupe 44 millions € doivent être reversés aux 318 000 locataires

Vous informez et faire entendre votre voix

Experte, indépendante et militante l'association UFC-Que choisir se consacre à faire entendre la voix des consommateurs et à les informer sur leurs droits et leurs choix par des campagnes, des enquêtes, des actions collectives et des achats groupés.

Nos experts

vous éclairent dans vos achats et vos décisions

Nos juristes

saisissent les autorités compétentes et la justice pour sanctionner les agissements illicites et obtenir l'indemnisation des victimes

Nos lobbyistes

interviennent auprès des pouvoirs publics et des professionnels pour faire évoluer la législation et la réglementation en votre faveur.

Nos 140 associations locales

vous accueillent partout en France grâce à 5 000 bénévoles engagés à vos côtés pour vous informer, vous conseiller et porter votre voix afin que vous soyez entendus.

>> Retrouvez les liens de nos combats sur notre site :

<https://www.quechoisir.org/nos-actions-n23089/>

>> Quelques exemples de combats :

RGPD : <https://www.quechoisir.org/nos-combats-donnees-personnelles-nos-combats-etconseils-pour-les-protger-n63115/>

Action de groupe contre Google :

<https://www.quechoisir.org/decryptage-action-de-groupe-contre-google-vos-questions-nosreponses-n68427/>

Application quelcosmetic :

<https://www.quechoisir.org/application-mobile-quelcosmetic-n52804/>

Présentation du projet de loi de finances. La relance de l'économie néglige l'exigence de consommation responsable exprimée par 100000 Français :

<https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-presentation-du-projet-de-loi-de-financesla-relance-de-l-economie-neglige-l-exigence-de-consommation-responsable-exprimee-par100000-francais-n83411/>

Énergie moins chère ensemble L'UFC-Que Choisir fait baisser les factures de gaz et d'électricité !

<https://www.quechoisir.org/nos-combats-energie-moins-cher-ensemble-l-ufc-que-choisirfait-baisser-les-factures-de-gaz-et-d-electricite-n67379/>

Nutriscore

<https://www.youtube.com/watch?v=kmDO5KosL78>

>> Les vidéos de victoires :

La vérité sur les cosmétiques est parfois effrayante. - QuelCosmetic -

<https://www.youtube.com/watch?v=N9Jy7ba9Fdk>

Sortie de route pour les frais bancaires

<https://www.youtube.com/watch?v=JNf3YURQAoM>

Étiquetage nutritionnel - savez-vous ce que vous mangez ?

<https://www.youtube.com/watch?v=9-7VCfIOyjk>

Téléphonie mobile : et si nous n'avions pas obtenu la fin des frais d'itinérance (roaming) ?

<https://www.youtube.com/watch?v=njoNkbrR8e8>

Données personnelles - Terminée la vie privée ?

<https://www.youtube.com/watch?v=tghXsgwMTQg&list=PL7UZwuGF4b9QMCTiFb4ucsSWE1s8sKz6&index=24>

>> Notre présence sur internet et les réseaux sociaux :

Notre chaîne YouTube : <https://www.youtube.com/user/ufcquechoisir>

Notre Instagram : <https://www.instagram.com/ufcquechoisir/?hl=fr>

Notre Facebook : <https://www.facebook.com/UFCquechoisir/>

Notre Twitter : <https://twitter.com/UFCquechoisir>

>> Notre organisation :

L'UFC-Que Choisir est une Fédération dont le siège est situé à Paris. Elle se compose de 140 associations locales dispatchées sur le territoire français avec 5000 bénévoles qui accueillent le consommateur partout en France.

>> Les actions de nos bénévoles :

- Accueil des consommateurs pour informations et conseils
- Conseil sur des litiges
- Sensibilisation à une consommation plus responsable
- Relais de nos campagnes politiques
- Enquêtes de terrain
- Réalisation de Rendez-vous conso, activité qui permet de sensibiliser et informer le public sur des thématiques grâce à des mallettes pédagogiques.

>> Les thématiques abordées lors de ces Rendez-vous conso :

- Mallette Consommer responsable

Consommer oui, mais pas n'importe quoi, n'importe comment... Les consommateurs sont de plus en plus nombreux à se préoccuper de leur pouvoir d'achat mais également de l'impact de leur consommation sur la planète. Grâce à ces ateliers interactifs, ils pourront effectuer les meilleurs choix pour leur budget, leur santé et l'environnement.

- Mallette Pièges et Arnaques

Acheter c'est facile ! Tellement simple que de nombreux consommateurs manquent de vigilance et se font « pigeonner ». Aidez-les à repérer les supercheries et les contrevérités des offres des professionnels, en organisant des animations utiles et conviviales !

- Mallette Alimentation-Santé

80 % des aliments que nous achetons sont des « produits transformés ». Leurs emballages fourmillent d'informations souvent difficiles à déchiffrer... Les Rendez-vous conso permettront aux consommateurs de tous âges (enfants, adultes, seniors) de mieux connaître les produits alimentaires pour effectuer des choix éclairés.