

LA NOTE QUE CHOISIR



**VOICI UNE NOTE
SUR LAQUELLE
VOUS POUVEZ COMPTER**



LA NOTE QUE CHOISIR

UN REPÈRE FIABLE DANS LES RAYONS
POUR GUIDER LE CONSOMMATEUR

Face à la multiplication des logos, labels et allégations sur les produits, **LES CONSOMMATEURS**, déjà confrontés à une myriade d'offres dans les rayons, **SE RETROUVENT PERDUS** et plaident pour une information objective et indépendante.

Dans son combat pour une information rationnelle et objective, l'UFC-Que Choisir, après avoir vainement plaidé pour une rationalisation des mentions sur les produits, **lance aujourd'hui La Note Que Choisir** permettant simplement aux consommateurs d'identifier rapidement en magasins et en ligne, les produits les mieux notés lors de ses tests comparatifs

indépendants.

Cette évolution dans sa politique de reprise de résultats va permettre de guider le choix individuel du consommateur, d'orienter les marchés, et plus largement, compte tenu des modalités d'attribution et de contrôle, de servir les intérêts collectifs des consommateurs.

LE CONSOMMATEUR FRANÇAIS PERDU DANS LES RAYONS

Si historiquement, les labels, particulièrement alimentaires (Label rouge, agriculture biologique) ont pu constituer un repère pour les consommateurs, la **MULTIPLICATION DE LOGOS** labels auto-certifiés, allégations, etc. a abouti à accroître la **CONFUSION DES CONSOMMATEURS**.



Après avoir été le domaine réservé de l'industrie alimentaire, la labellisation frénétique s'étend à l'ensemble des domaines de la consommation : hygiène/beauté, numérique, électroménager, etc...

PAS MOINS D'UNE 30^{ÈME} DE LABELS COHABITENT À CÔTÉ DES LABELS OFFICIELS.

La prolifération de labels est particulièrement notable dans le domaine du commerce équitable : Créé en 1993, le logo Max Havelaar, a ainsi été rejoint en 2004 par la « garantie FTO » sur les organisations du commerce équitable avant que n'apparaisse en 2005 le système Minga, et le logo « ESR » en 2006. De même, s'agissant des labels autour d'une agriculture respectueuse de l'environnement, pas moins d'une trentaine de labels cohabitent à côté des labels officiels.

Quelle signification exacte ?
Quelles modalités d'attribution ou de contrôle ?

Les réponses à ces questions échappent à bon nombre d'acheteurs, comme le soulignent plusieurs études du CREDOC. La kyrielle de labels aboutit à une perte de repères et plus largement à une perte

de confiance des consommateurs envers ces mentions. L'étude Green Label Equity menée par l'Ifop nous montre que pour 59% des Français « certains labels sont fiables mais pas tous ». L'offre pléthorique (pas moins de 70 labels écologiques en France) porte donc gravement atteinte à leur vocation initiale : « faire référence ».

59%¹

des français doutent de la fiabilité des labels

(1) Etude Green Label Equity menée par l'Ifop

UNE RATIONALISATION DES LABELS ET ALLÉGATIONS AUX ABONNÉS ABSENTS

L'UFC-Que Choisir plaide pour l'heure vainement, pour une rationalisation de ces labels et allégations, à travers une réforme législative d'ampleur. Dans le cadre du pacte consommériste adressé aux candidats à l'élection présidentielle, il s'agissait ainsi de l'orientation n° 10 plaidant pour « un cadre

officiel réglementant l'obtention et l'usage de ces mentions (définition des conditions d'obtention, des modalités de certification et de contrôle) permettant au consommateur d'identifier de manière fiable les produits vertueux ». Faute de réforme au cours de la mandature, la prolifération a perduré...



L'ASPIRATION À UNE INFORMATION FIABLE ET INDÉPENDANTE

Suite aux diverses crises alimentaires, et notamment le scandale des « lasagnes au Cheval », une étude de l'Institut IPSOS¹ a souligné le manque de confiance des consommateurs sur le discours des marques et les labels. Ainsi 52% mentionnent que les mentions sur les emballages sont trop nombreuses, et 57% qu'elles ne

sont pas compréhensibles. La même étude souligne qu'une majorité de Français (51%) estiment que les labels sont trop nombreux et empêchent de s'y retrouver... Face à ce manque de confiance, les sondés plébiscitent (90%) les associations de consommateurs pour les informer sur la qualité des produits.

52%²

des Français trouvent que les mentions sur les produits sont trop nombreuses.

57%²

pensent qu'elles sont incompréhensibles.

90%²

souhaitent être guidés par les associations de consommateurs.

(2) L'étude a été réalisée par Ipsos pour Respect In, du 30 septembre au 7 octobre 2013 auprès d'un échantillon représentatif de 1005 Français âgés de 15 ans et plus (méthode des quotas INSEE : sexe, âge, profession de la personne de référence du ménage, région et catégorie d'agglomération).

LA NOTE QUE CHOISIR, UN NOUVEAU REPÈRE POUR AIDER LES CONSOMMATEURS DANS LEUR CHOIX

Forte de ce constat, l'association UFC-Que Choisir décide de passer à l'action **EN LANÇANT « LA NOTE QUE CHOISIR »** dispositif permettant aux fabricants dont les produits ont obtenu, lors de ses tests comparatifs, une note supérieure à 14/20, d'afficher, sous conditions strictes et contrôlées, « la note » sur leurs produits et leurs supports de communication.



Cette information synthétique, qui ne se substitue pas aux résultats détaillés uniquement disponibles pour les lecteurs et abonnés au magazine et/ou au site internet quechoisir.org, doit permettre d'aider le consommateur au moment où il en a le plus besoin : lors de son achat.

LES TESTS « QUE CHOISIR » 55 ANS D'EXPERTISE INDÉPENDANTE ET FIABLE

Depuis 1961, l'UFC-Que Choisir teste, en toute indépendance, tous les produits à partir d'un protocole établi par les ingénieurs de son service « essais comparatifs », selon la norme AFNOR NFX 50-005, dans des laboratoires indépendants et qualifiés. Les produits testés sont achetés de façon anonyme au prix usuel du marché, comme le ferait

n'importe quel consommateur. L'association refuse les échantillons qui lui sont adressés. **Les produits sont testés selon leur aptitude à la fonction, leur ergonomie et leur sécurité à partir d'une méthodologie des tests stricte.** Les résultats sont communiqués avant publication aux fabricants et un contre-test est effectué s'il y a lieu.



Accompagnés de toutes les informations pratiques nécessaires, les résultats sont ensuite publiés, en général sous forme de tableau, selon un classement basé sur les qualités intrinsèques des produits.

Chaque année, plus de 2600 produits sont testés. Les tests de l'UFC-Que Choisir représentent un budget de

près de 3 millions d'euros financés essentiellement par les recettes tirées de nos publications. Si les résultats détaillés sont l'exclusivité des lecteurs de Que Choisir, l'information synthétique de «La Note Que Choisir» est désormais ouverte à l'ensemble des consommateurs pour leur servir de guide au moment de l'achat.

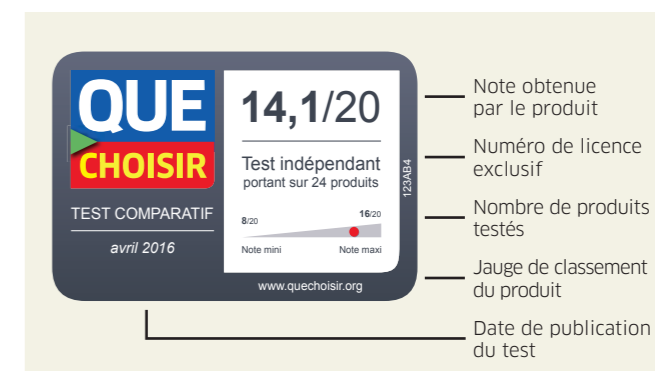
55 ans
D'EXPERTISE

2 600
PRODUITS
TESTÉS PAR AN

3 millions
D'EUROS
FINANCÉS PAR
LES LECTEURS/
ABONNÉS

«LA NOTE QUE CHOISIR» UN GUIDE POUR LE CONSOMMATEUR

«La Note Que Choisir» permet d'avoir une vision synthétique avant l'acte d'achat de l'avis global de l'association sur le produit en question et de le situer rapidement par rapport aux autres produits testés. Réalisée après avoir interrogé un panel de consommateurs sur les attentes et aspirations : «La Note Que Choisir» donne ainsi au-delà de la note stricto sensu, la date de publication du test, le nombre de produits testés, la fourchette de notes liées au test ainsi qu'une jauge permettant au consommateur d'identifier où se situe le produit par rapport au parc de produits testés. Le fait de limiter la possible utilisation de «La Note Que Choisir» aux produits ayant une note supérieure ou égale à 14/20 constitue également un atout pour les consommateurs dès



lors que seuls les produits ayant des notes égales ou supérieures à celle-ci peuvent être considérés comme un choix judicieux, apte à l'usage attendu par le consommateur. Cette note est la résultante de l'évaluation de plusieurs critères définis pour chaque test et dont le consommateur peut prendre connaissance sur le site quechoisir.org à la rubrique « comment nous testons ».

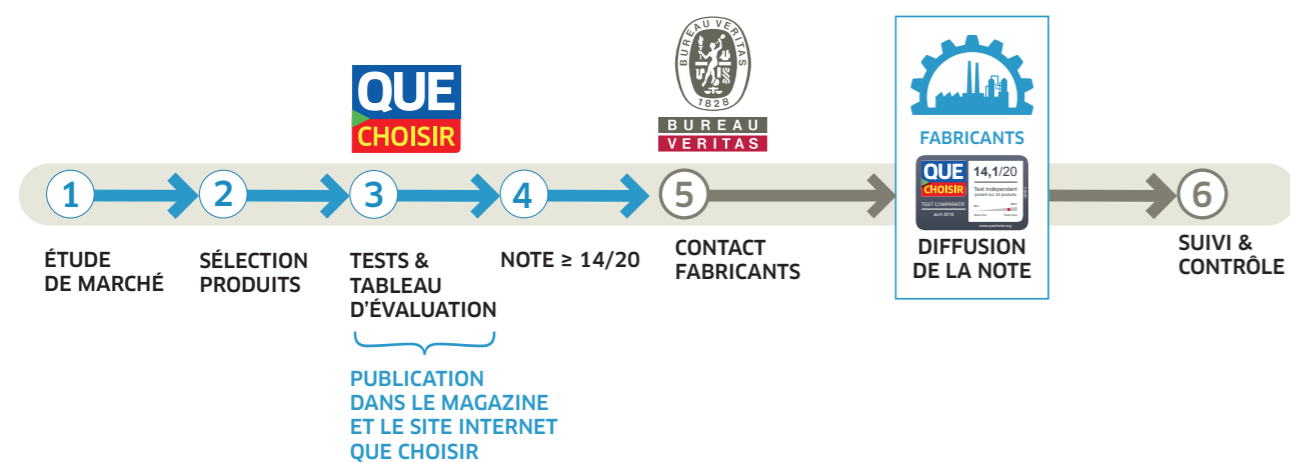
La note est diffusée après publication des résultats dans les supports de communication de l'UFC-Que Choisir.

Soucieuse de réserver la primeur et le détail des résultats à ses lecteurs et de garantir une indépendance totale entre les tests et «La note Que Choisir», celle-ci est donc diffusée après publication des résultats dans ses supports de communication (site Internet, magazine), étant entendu



que les résultats détaillés et l'avis du testeur sont l'apanage des lecteurs et abonnés à Que Choisir. Afin de permettre à tout un chacun de vérifier qu'en aucun cas les résultats des tests sont altérés par la mise en place de ce nouveau dispositif informatif, l'association va publier annuellement un observatoire permettant de suivre l'évolution du nombre de produits éligibles. Cela est un des éléments, parmi de nombreux autres, de rassurance quant à notre indépendance et notre objectivité.

Étapes d'élaboration et de gestion de la Note Que Choisir :



«LA NOTE QUE CHOISIR», UNE PROCÉDURE D'ATTRIBUTION ET DE CONTRÔLE GARANTISSANT L'INDÉPENDANCE DE L'ASSOCIATION

L'INDÉPENDANCE étant une valeur fondamentale de l'association, nous nous sommes attachés à définir un processus d'attribution et de contrôle qui la garantisse pleinement en toute TRANSPARENCE ET IMPARTIALITÉ.

UN ORGANISME TIERS D'ATTRIBUTION ET DE CONTRÔLE : BUREAU VERITAS CERTIFICATION

Pour éviter toute confusion et incompréhension, l'UFC-Que Choisir délègue la commercialisation de «La Note Que Choisir» à Bureau Veritas Certification, organisme de certification indépendant et reconnu.

Une fois les résultats publiés, un fabricant dont le produit est éligible s'adresse à lui pour signer un contrat de licence aux conditions strictes.

Soucieuse de permettre l'accessibilité de tout producteur à la licence, quelle que soit sa taille, les montants définis sont accessibles, forfaitaires, et varient uniquement en fonction des modes d'usage de la note.



Tableau des tarifs de la licence :

	Etiquette, emballage	PLV, catalogue	Site internet	Presse écrite	Affichage	Pub TV et cinéma	Prix pour 1 an	Renouvellement 6 mois (sous conditions)
Niv 1	✓						4 000 €HT	2 000 €HT
Niv 2	✓	✓	✓				8 000 €HT	4 000 €HT
Niv 3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	24 000 €HT	12 000 €HT

3 MOIS
POUR DEMANDER
LA LICENCE

12 MOIS
D'UTILISATION
DE LA LICENCE

+ 6 MOIS
RENOUVELLEMENT
SOUS CONDITIONS

UN CONTRAT DE LICENCE AUX CONDITIONS STRICTES

Le contrat de licence entend garantir **LE BON USAGE**
DE «LA NOTE QUE CHOISIR»

DE NOMBREUSES CONDITIONS SONT PRÉVUES :

LES PRODUITS ÉLIGIBLES

Les biens matériels et immatériels ayant fait l'objet d'un test réalisé par l'association UFC-Que Choisir, ayant obtenu une note égale ou supérieure à 14/20, et ayant fait l'objet d'une demande de licence dans les trois (3) mois suivants la date de la première publication du résultat.

Dans tous les cas, le produit doit être en tout point équivalent à celui testé par l'UFC-Que Choisir durant toute la durée de la licence de Marque et de son éventuelle prorogation. Seul le titulaire de la Marque peut obtenir l'autorisation de l'usage de la Marque.

Les produits exclus sont :

- ▶ un produit similaire, équivalent, substituable ou comparable, à celui ayant fait l'objet du test,
- ▶ un produit cité dans un éditorial ou une «prise en main»,
- ▶ les services,
- ▶ les véhicules terrestres à moteur.

ENCADREMENT :

- ▶ Modèle de logo non modifiable, conditions d'emploi détaillées dans le cahier des charges adressé au professionnel licencié,
- ▶ Limitation du nombre de logo par marque et par type de produit,
- ▶ Présence sur le logo d'un numéro de licence spécifique.



LICENCE DE COURTE DURÉE

12 mois de licence, renouvelable, pour 6 mois sous conditions, Le renouvellement n'est pas prévu pour les produits alimentaires compte tenu des possibles changements de recette et pour les logiciels.

SOURCE DE REVENUS LIMITÉE

- ▶ Des revenus plafonnés,
- ▶ Pas de flux financiers directs.

RECETTES UTILISÉES POUR L'INTÉRÊT COLLECTIF

Via le fonds de dotation créé par l'UFC-Que Choisir



CONTRÔLES

- ▶ Communication préalable de tous les documents publicitaires et commerciaux du professionnel licencié, pour relecture et validation,
- ▶ Suivi de l'attribution des licences,
- ▶ Surveillance des marchés (plans de contrôles avec des équipes dédiées au contrôle des usages de marque en points de vente et sur les sites marchands),
- ▶ Rappel de fin de licence,
- ▶ Vérification possible par tous, sur le site lanotequechoisir.org, des produits licenciés.
- ▶ Retrait de licence en cas de problème sur le produit avec pénalité,
- ▶ Communication sur la violation du cahier des charges et le retrait de la licence.

Bureau Veritas Certification est chargé de contrôler, en amont, les supports de communication du professionnel pour vérifier leur conformité aux exigences du contrat de licence et, en aval, de vérifier également sur le marché l'absence de fraude. Ceci a un coût et il est supporté par les fabricants, à travers le prix d'achat de la licence.

Renforcer la lutte contre les reprises illicites des résultats des tests Que-Choisir

Il convient de relever que la mise en place de «La Note Que Choisir», seule possibilité de reprise par les professionnels des résultats de nos tests permettra à l'association de renforcer sa lutte contre les reprises illicites de ceux-ci, aujourd'hui constatées sur le terrain.

Commercialisation et contrôles via un organisme tiers :
Bureau Veritas Certification

UN SITE INTERNET AD'HOC : lanotequechoisir.org



Pour permettre aux consommateurs, comme aux fabricants, de connaître les contours et modalités de «La Note Que Choisir», un site ad'hoc, lanotequechoisir.org ; a été créé. Ce site est la porte d'entrée permettant aux fabricants intéressés de

formuler une demande d'utilisation de «La Note Que Choisir». Le contenu de ce site accessible tant aux consommateurs qu'aux fabricants, permet d'attester de la transparence du dispositif. Par exemple la brochure fabricant est consultable par les consommateurs et inversement.

Outre les informations générales sur le dispositif, ce site permet également à quiconque de vérifier, sur la base du numéro de licence figurant sur le logo, que le produit est bel et bien le produit autorisé à faire usage de la note. Ce site permettra en outre de dénoncer toute utilisation abusive de «La Note Que Choisir».



«LA NOTE QUE CHOISIR», UN DISPOSITIF AU SERVICE DES CONSOMMATEURS, À TITRE INDIVIDUEL ET COLLECTIF

L'OBJECTIF D'UN EFFET VERTUEUX sur les marchés :

Au-delà de l'intérêt individuel, la Note Que Choisir entend **SERVIR L'INTÉRÊT COLLECTIF** des consommateurs.

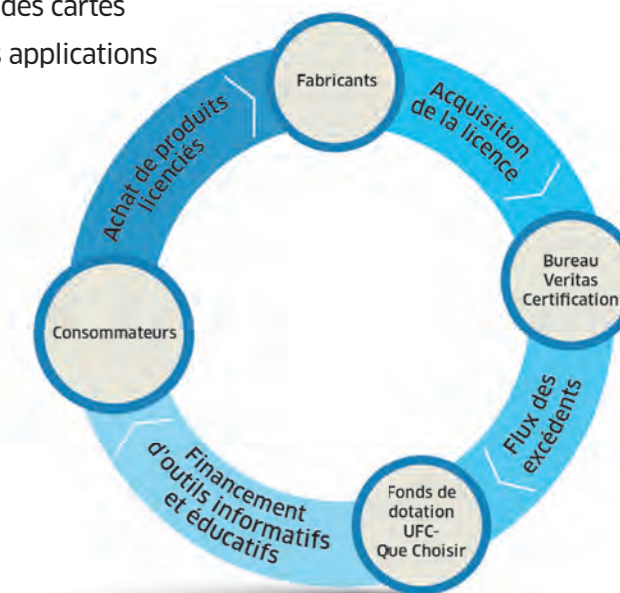
En effet, en optimisant l'écho de ses recommandations en ligne et en magasins, «La Note Que Choisir» entend permettre à l'association de peser, encore davantage, sur les marchés. En orientant le choix des consommateurs

vers des produits plus performants, «La Note Que Choisir» pourrait avoir un effet incitatif sur les fabricants en vue d'obtenir une **amélioration globale de la qualité des produits**.

LE FONDS DE DOTATION finance des outils d'intérêt général

Parallèlement au lancement de «La Note Que Choisir», l'association a mis en place un **fonds de dotation, outil innovant de financement de campagnes d'intérêt général**. Très prisé des associations (66% des fonds de dotation sont le fruit d'associations), ce dispositif permet d'optimiser le financement privé et désintéressé d'actions d'intérêt général, en l'occurrence des campagnes de sensibilisation, d'information et d'éducation des consommateurs.

L'excédent des revenus de la commercialisation de la note sera intégralement reversé à ce fonds de dotation pour multiplier ce type de campagnes. Très concrètement, ce fonds devrait permettre de financer de nouvelles actions et projets au service de l'ensemble des consommateurs comme des outils éducatifs, des cartes interactives, des applications mobiles...

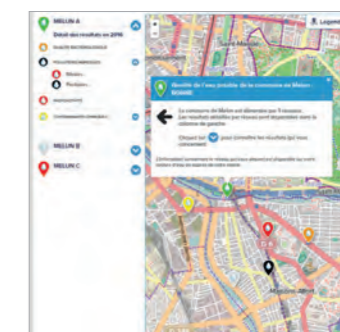


Exemples d'une application participative et d'une carte interactive



APPLICATION «Info Réseau»

application transmettant anonymement les données de couverture de l'Internet mobile afin d'alimenter un observatoire de la couverture réseau.



Carte interactive sur la qualité de l'eau

Une carte interactive permettant de vérifier la qualité de l'eau potable distribuée dans votre commune et votre région.

QUESTIONS/ REponses

AFFICHAGE ET COMMUNICATION

Pourquoi rendre les résultats de vos tests accessibles à tous et autoriser les professionnels à en faire usage ?

Nous sommes partis d'un constat : face à la multitude de labels et autres informations rarement objectives sur les produits, le consommateur est souvent perdu. Nous voulions mettre à disposition des consommateurs un repère facilement identifiable, objectif et indépendant. En autorisant le professionnel à faire mention de ce résultat dans sa publicité, suivant des conditions très strictes, les consommateurs auront ainsi largement accès à nos évaluations et pourront faire leur choix en prenant en compte notre avis.

La note sur 20 ne sera pas accompagnée des critères d'évaluation. Cette note seule sera-t-elle en mesure d'aider le consommateur à faire son choix ?

Étant accompagnée d'une jauge permettant de situer visuellement le produit par rapport au meilleur du test, la note sur 20 est immédiatement utile, dès lors que la comparaison du produit par rapport à ses concurrents est accessible instantanément. La jauge permet de situer le produit non seulement par rapport au meilleur du test, mais aussi de façon plus large, le consommateur peut savoir combien de produits ont été évalués lors du test.

Quels seront les premiers produits à bénéficier de la diffusion de la Note ?

Peuvent potentiellement en faire usage les produits dont la note est supérieure à 14/20 et dont la date de publication des résultats est postérieure au 1er avril 2016 dans nos publications.

À partir de quand pourrons-nous voir dans le commerce la Note Que Choisir ?

Si des fabricants sont intéressés, le consommateur pourrait voir les premières apparitions de la Note Que Choisir courant novembre 2016.

FINANCEMENT

À qui seront reversées les royalties de la commercialisation de la licence ? À quoi serviront-elles ?

Une fois Bureau Veritas Certification rémunéré pour ses prestations de contrôle, l'engagement de notre association est d'employer l'éventuel excédent pour servir l'intérêt de tous les consommateurs de tous les consommateurs. Notre fonds de dotation, destinataire exclusif de ces excédents, a pour seul objet de financer et mettre en œuvre des projets au service de tous et dont les résultats seront accessibles gratuitement, comme des applications permettant de repérer et d'éviter les ingrédients indésirables dans les cosmétiques, la construction d'un observatoire indépendant de la ponctualité des transports ferroviaires, ou encore de la qualité des réseaux de télécommunication.

CONTRÔLE ET SUIVI

Pourquoi avoir choisi le Bureau Veritas Certification comme tiers pour la gestion et la diffusion de la Note Que Choisir ?

Bureau Veritas Certification est un acteur important et reconnu de l'audit et du contrôle du respect de référentiels dans le domaine des produits et des services. Après consultation de plusieurs organismes similaires, il nous a paru évident de s'allier les compétences de cet organisme, compte tenu de cette expertise qui doit permettre de contrôler tant en amont qu'en aval le respect de nos conditions.

Qui contrôle et garantit le bon usage de la Note Que Choisir ? Quels outils de veille allez-vous utiliser ?

Bureau Veritas Certification validera en amont chaque demande, sur présentation par le fabricant des exemples de reprise. De même, Bureau Veritas Certification contrôlera de façon aléatoire, lors d'enquêtes régulières, le respect des engagements pris ainsi que l'absence de fraude. Enfin, nous comptons également sur la vigilance de tous les consommateurs, qui pourront nous alerter sur le site www.lanotequechoisir.org et vérifier par eux-mêmes si la reprise est autorisée ou non. Le numéro de licence unique, figurant sur la reprise, peut être saisi dans le formulaire de vérification et la réponse est instantanée : reprise autorisée ou non. En fonction de cette réponse dont nous sommes avertis, en coordination avec Bureau Veritas Certification, nous interviendrons si nécessaire pour faire cesser tous les usages illicites.

Les résultats des tests ne paraîtront-ils pas biaisés si seulement une partie des fabricants éligibles achètent la licence pour la diffuser ?

Non, la licence est accessible à tous les fabricants quelle que soit sa taille et grâce à la jauge permettant de situer le produit dans son environnement concurrentiel, le consommateur saura toujours s'il existe des produits mieux notés, même si les fabricants n'ont pas souhaité faire usage des résultats du test.

CRÉDIBILITÉ ET INDÉPENDANCE

Ne craignez-vous pas de perdre des abonnés avec cette communication ? Qu'en pensent vos adhérents et abonnés ?

Nos abonnés ont bien entendu la primeur de l'information, la

reprise n'étant autorisée qu'après la publication des résultats dans nos revues et site. Ils sont également les seuls à en avoir l'exhaustivité, et notamment notre avis commenté. Enfin, nous les avons bien sûr interrogés, et ils se sont montrés ouverts quant à l'intérêt de notre démarche qui sert tous les consommateurs.

Avec la commercialisation de la Note Que Choisir, pouvez-vous encore parler d'indépendance de l'UFC-Que Choisir vis-à-vis des marques ?

Sans aucun doute, nous pensons que le système mis en place garantit notre indépendance. Aucun flux financier entre les fabricants et notre association n'existe. Tous les fabricants peuvent, compte tenu des coûts modestes demandés, recourir à la Note Que Choisir, mais seulement après publication des résultats sur notre site ou dans notre mensuel. Les éventuels excédents sont exclusivement employés pour des projets autres que des tests comparatifs. Enfin, notre totale transparence sur le circuit de commercialisation et notamment les flux financiers, ainsi que la présence d'auditeurs extérieurs, que ce soit Bureau Veritas Certification ou nos commissaires aux comptes, sont pour nous des garanties fiables.

Il se peut que la Note Que Choisir ait beaucoup de succès auprès des fabricants. Comment éviter que l'UFC-Que Choisir ne devienne dépendant de ces royalties de marques ?

Conscients de ce risque, nous avons choisi de limiter les recettes provenant de la commercialisation de ces licences à 5 % au plus des recettes totales de notre association. De même et pour éviter qu'un fabricant n'abuse des possibilités de reprise en raison de sa forte

présence sur le marché, nous avons choisi de limiter à 10 licences au plus par test cette faculté.

QUESTIONS FABRICANTS

Comment serais-je averti si mon produit est éligible ?

Si votre produit obtient une note supérieure ou égale à 14 lors du test comparatif de Que Choisir, c'est Bureau Veritas Certification qui vous contactera pour vous en informer. Vous pourrez alors choisir parmi 3 niveaux de licence pour la diffusion de la Note Que Choisir.

Que se passe-t-il quand le droit à la licence est terminé ?

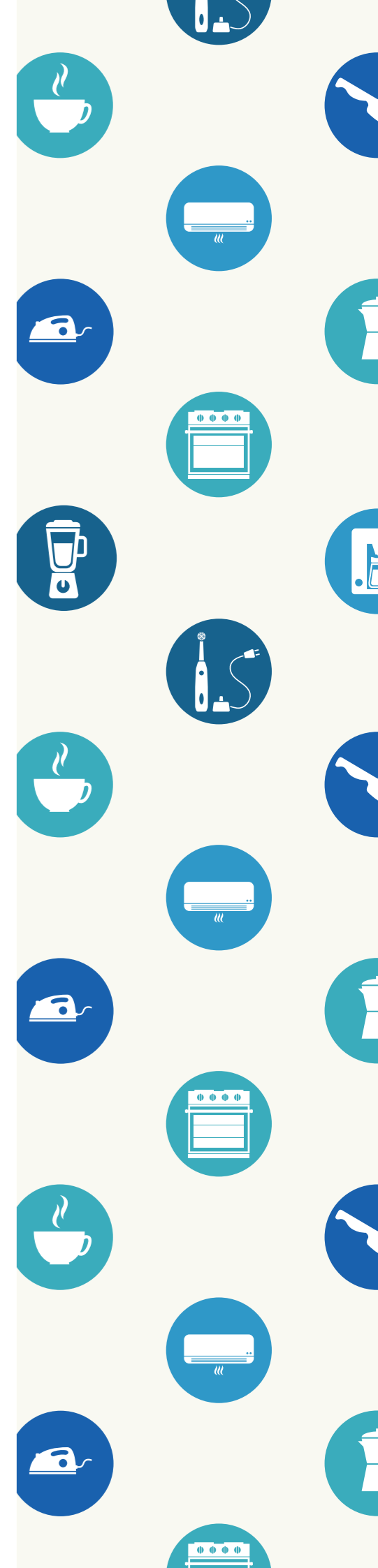
Vous et vos partenaires commerciaux devrez cesser immédiatement, à l'expiration de la licence, d'utiliser les droits de diffusion de la licence (notamment au sein de toute communication et sous quelque forme que ce soit.) Vous devrez également réaliser à vos frais, le retrait des produits (y compris les emballages), et le retrait de tout support de communication concernant le produit.

Est-il possible que mes partenaires commerciaux utilisent la licence ?

Vous avez la possibilité d'autoriser vos partenaires commerciaux à utiliser la marque, sous réserve des obligations liées au contrat et sous votre responsabilité.

Puis-je faire la promotion de mon produit/ma prestation sous forme de texte sans avoir obtenu de licence ?

La communication des résultats des tests et autres éléments issus des publications de Que Choisir n'est pas autorisée. Les contenus sont la propriété exclusive de l'UFC-Que Choisir, et les conditions de reprises sont strictement déniées tant sur le site lanotequechoisir.org, que sur le site quechoisir.org.



LA **NOTE** QUE CHOISIR

UNE NOTE ATTRIBUÉE PAR :



Expert - Indépendant - Militant