



PROJET D'ACTIVITE 2017

D'une année sur l'autre les projets de l'association sont bâtis autour du renforcement de l'association, de l'accomplissement de ces missions principales (information, litiges, enquêtes, ...) et du développement de celles-ci au bénéfice de l'ensemble des consommateurs et de ses adhérents. L'objectif n°1 est bien sûr de faire au mieux ce que nous faisons déjà mais aussi d'améliorer certains aspects de nos activités décrits ci-après.

1 – Effectifs de l'association

L'objectif est de maintenir un effectif d'au moins 1600 adhérents et si possible de retrouver une légère croissance de celui-ci car cet effectif est nécessaire à l'équilibre économique de l'association dans la mesure où 90% de nos ressources viennent de nos adhérents. Une campagne de réadhésion sera lancée auprès des adhérents n'ayant pas renouvelé leur adhésion ces deux dernières années.

Nous chercherons aussi à renforcer notre équipe de bénévoles, surtout pour nos antennes de Clermont, Lunel et la nouvelle de Ganges. De nouveaux bénévoles pour l'équipe de Clermont nous permettraient peut être de rouvrir la permanence de Lodève. Pour cela nous comptons nous appuyer sur la campagne lancée par la Fédération auprès des abonnés à la revue pour les inviter à rejoindre leur association locale pour mieux la connaître et s'y engager éventuellement comme bénévole. 2750 abonnés vont ainsi être sollicités dans le courant du mois de mars.

2 – Activités de l'association

2.1 – Information et conseils aux consommateurs adhérents ou non.

Poursuite de cette information par différents canaux (téléphone, courriers, internet, permanences). Extension si possible des heures de permanence à Montpellier (vendredi ou samedi, à Clermont, Lunel et reprise à Lodève si de nouveaux bénévoles renforcent l'équipe.

2.2 – Aide à la résolution des litiges de nos adhérents.

Poursuite de cette activité en tant que de besoin en réponse aux demandes de nos adhérents avec si possible une extension des permanences.

Renforcement de l'équipe assurant les réponses aux demandes nous parvenant par internet (via la plate-forme nationale ALED ou via notre site). Gestion à distance des litiges chaque fois que possible.

En relation avec la Fédération mise en place de procédures de recours privilégiés et accélérés avec les professionnels (interlocuteurs dédiés).

Le suivi des litiges avec Gestal s'est amélioré et l'objectif de 90% de litiges clos après un an a été atteint. Néanmoins trop de litiges (20%) doivent être clos « sans nouvelle du consommateur ». Nous essaierons de ramener ce chiffre en dessous de 10% avec un suivi plus régulier.

2.3 – Enquêtes auprès des professionnels sur les prix et la qualité des biens et services.

Nous répondrons tout au long de l'année aux demandes d'enquêtes de notre Fédération et conduirons en plus en 2017 deux ou trois enquêtes locales.

2.4 – Campagnes nationales.

Comme chaque année l'association répondra aux sollicitations nationales. Les campagnes d'achat groupé d'énergie seront reconduites (tous les trimestres pour l'achat de Fioul, une fois par an pour le gaz et l'électricité) et de nouvelles à l'étude lancées en 2017.

2.5 – Communication et relation avec les médias

Un des objectifs pour 2017 est de relancer le groupe communication en l'étoffant et en lui trouvant un nouvel animateur.

L'édition mensuelle des lettres électronique pour les adhérents et les bénévoles. Nous essaierons d'éditer deux ou trois fois dans l'année une lettre pour l'ensemble de nos contacts non adhérents ou anciens adhérents.

Nous espérons trouver parmi les nouveaux bénévoles des animateurs pour notre page Facebook et pour faire un usage plus large des réseaux sociaux.

Les relations avec les médias, notamment les radios locales, sont à renforcer pour des interventions plus régulières sur des sujets consommateurs.

2.6 – Conférences et interventions auprès du public.

Ces activités sont en sommeil depuis quelques mois par manque de bénévoles pouvant assurer ces interventions. Nous essaierons de proposer à nouveau à des partenaires l'organisation de conférences ou réunions d'information sur différents sujets dans un souci de prévention du public vis-à-vis de certaines pratiques : arnaques, achats sécurisés, fournisseurs d'énergie, banques,

Nous essaierons aussi de développer les ateliers alimentation-santé initiés en 2016 à destinations de différents publics : seniors, adultes, scolaires.

3 – Budget de l'association

Le budget prévisionnel 2017 est reconduit sur la base de celui de 2016 avec un nombre d'adhérents espéré stable et un montant de cotisations inchangé. 2016 a été marqué par une progression sensible du montant des dons. Nous essaierons de poursuivre cette progression en promouvant le don comme soutien de l'association au même titre que l'adhésion (site internet, campagne auprès de publics cibles, notamment les « non-adhérents », consommateurs nous ayant sollicités pour un conseil sans avoir ensuite fait appel à une intervention de notre part)

Montpellier le 7 mars 2017