

MODE D'EMPLOI

CRITERES DE REPARTITION DES SUBVENTIONS CONSOMMATION

MISSIONS	DEFINITION DU CRITERE	EVALUATION A COMMUNIQUER A LA FEDERATION NATIONALE	PIECES JUSTIFICATIVES A CONSERVER PAR L'ASSOCIATION POUR LES CONTROLES DE LA DDCCRF	GRILLE D'EVALUATION
I DEUTZ MSZM	<p>1. Tenue de permanences défense du consommateur sur site (y compris surendettement, logement)</p> <p>Il s'agit des heures d'ouverture régulières des lieux d'accueils ou le consommateur peut se rendre ou téléphoner (sans RDV ou avec RDV) Quel que soit le nombre de personnes à l'accueil.</p> <p>Les heures d'ouverture font l'objet d'un affichage.</p>	<p>Indiquer le nombre d'heures d'ouverture des permanences du département sur l'année, quel que soit le nombre de personnes présentes sur le site.</p> <p>Lister les supports officiels destinés au grand public qui recensent les permanences (Ex : site DGCCRF, site internet de l'association, bulletin municipal,...)</p> <p><i>Obligation de signaler vos permanences à votre DRCCRF afin qu'elles soient affichées sur le site internet DGCCRF</i></p> <p><u>Sans cette information, les heures des permanences ne pourront pas être retenues</u></p>	<p>Preuve de l'affichage public et des heures d'ouverture au public sur site.</p>	<p>Nombre d'heures de permanences.</p>
	<p>2. Litiges traités :</p> <p>Il s'agit des dossiers (conso, surendettement, logement) ayant généré une intervention de l'association vers le professionnel en cause ou un conseil personnalisé matérialisé par l'ouverture d'un dossier.</p> <p><i>La simple délivrance d'une information à caractère général, telle que la remise d'une fiche INC n'est pas à prendre en compte</i></p>	<p>Nombre de litiges traités dans ce contexte</p>	<p>Tenir à jour un fichier, si possible informatique, qui recense, la date les coordonnées du consommateur, l'objet du litige et les coordonnées de la partie adverse en cause, les démarches faites par l'association.</p> <p>Conserver la trace du dossier dans l'éventualité d'un contrôle.</p>	<p>Nombre de litiges traités</p>

MODE D'EMPLOI
CRITERES DE REPARTITION DES SUBVENTIONS CONSOMMATION

MISSIONS	DEFINITION DU CRITERE	EVALUATION A COMMUNIQUER A LA FEDERATION NATIONALE	PIECES JUSTIFICATIVES A CONSERVER PAR L'ASSOCIATION POUR LES CONTROLES DE LA DDCCRF	GRILLE D'EVALUATION
II REPRESENTATIONS	3. CDAC Nombre de réunions auxquelles vous avez assisté en qualité de titulaire ou suppléant de cette instance.	Nombre de réunions auxquelles vous avez assisté Arrêté de nomination	Convocations et ou PV	Nombre de réunions
	4. Commission de surendettement : Nombre de réunions auxquelles vous avez assisté en qualité de titulaire ou suppléant de cette instance.	Nombre de réunions auxquelles vous avez assisté Arrêté de nomination	Convocations et ou PV	Nombre de réunions
	5. Autres représentations assurées sur arrêté préfectoral (CDAPL, CDAT) 6. Instances de concertation en rapport avec l'activité consommation, logement santé, alimentation (démarches de certification), transport, ... (exclues CAF, CCAS, CPAM)	Citer les instances en toutes lettres, en les classant selon la typologie proposée : <ul style="list-style-type: none"> - nomination par arrêté préfectoral, - instance de concertation selon le domaine concerné. 	Convocations et ou PV.	- Nombre d'instances. - Une majoration sera appliquée pour les représentations par arrêté préfectoral.

MODE D'EMPLOI

CRITERES DE REPARTITION DES SUBVENTIONS CONSOMMATION

MISSIONS	DEFINITION DU CRITERE	EVALUATION A COMMUNIQUER A LA FEDERATION NATIONALE	PIECES JUSTIFICATIVES A CONSERVER PAR L'ASSOCIATION POUR LES CONTROLES DE LA DDCCRF	GRILLE D'EVALUATION
III ACTIONS SOCIALES	<p>7. Actions spécifiques locales : qui impliquent une mobilisation forte de l'association autour d'un projet local répondant à un besoin d'information ou de formation des consommateurs ou de lobbying consumériste. Si l'association n'est pas seule organisatrice, elle doit avoir pris une part prépondérante dans l'organisation.</p> <p>Il peut s'agir :</p> <ol style="list-style-type: none"> d'actions de proximité : organisation de formations, de conférences, d'actions visant le grand public : conférences de presse (<i>ex : conférence de presse rentrée scolaire assurée au niveau local</i>), - étude ou enquête publiée, - production de dépliants et d'outils d'information réalisés en réponse à un besoin spécifique non pris en compte par les outils existants. <i>Il ne s'agit pas de simples articles ou de brochures présentant l'activité de l'association dont il est tenu compte au critère 9</i> 	<p>Définir : L'action selon que son public est défini (action de proximité) (conférence, formation, animation en école...) ou non défini (réalisation de brochures, animation dans un lieu de passage, conférences de presse,...)</p> <p>Décrire l'action, Son champ d'intervention, (banque, finances, surendettement, prévention de l'obésité, développement durable...) en quoi elle répond à un besoin non satisfait, le public visé... Le nombre de personnes touchées ou de brochures éditées</p> <p>Le résultat atteint</p>	<p>Conservier tout document officiel qui peut prouver la réalisation de l'action décrite.</p> <p>Préciser le champ qu'elle couvre (banque, finances, surendettement, prévention de l'obésité, développement durable...) et l'objectif visé en rapport direct avec l'information, la formation des consommateurs ou le lobbying en faveur des consommateurs.</p>	<p>Nombre d'actions réalisées, si la description des actions est suffisamment complète.</p>
	<p>8. Actions spécifiques nationales</p>	<p>. Enquêtes rentrée scolaire</p> <p>.</p>		<p>Nombre d'enquêtes retournées dans les délais.</p>

MODE D'EMPLOI
CRITERES DE REPARTITION DES SUBVENTIONS CONSOMMATION

MISSIONS	DEFINITION DU CRITERE	EVALUATION A COMMUNIQUER A LA FEDERATION NATIONALE	PIECES JUSTIFICATIVES A CONSERVER PAR L'ASSOCIATION POUR LES CONTROLES DE LA DDCCRF	GRILLE D'EVALUATION
IV -ZLORSA-0Z ZO-IAZJOTZ ZO-IAO-ZCZJOO OOSZJZ-0A-0Z	<p>9. Rayonnement dans les médias, communication. Il peut s'agir de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Production d'une information dont l'association est l'auteur (brochures de présentation du service consommateur, article pour site web ou lettre d'information des adhérents...), 2. Interventions médiatiques (TV, radio, articles presse), 3. Communiqués de presse relayés auprès de la presse locale réalisés par l'Association ou par la Fédération Nationale (non pris en compte dans les actions spécifiques locales) 	<p>Indiquer pour chaque média ou production, la date, le thème et le support de façon précise.</p>	<p>Copies des productions et des articles. Référence précise des passages radio ou TV</p>	<p>Nombre d'occurrences</p>
	<p>10. Participation à des actions initiées par d'autres. Manifestation à laquelle l'association participe sans être organisatrice (Ex : forum des associations, <i>intervention colloque</i>)</p>	<p>Préciser l'objectif consommériste et le nombre de personnes touchées. Ex : participation à une foire pour faire connaître l'activité consommation.</p>	<p>Conserver tout document relatif à la manifestation.</p>	<p>Nombre de manifestations</p>

MODE D'EMPLOI
CRITERES DE REPARTITION DES SUBVENTIONS CONSOMMATION

MISSIONS	DEFINITION DU CRITERE	EVALUATION A COMMUNIQUER A LA FEDERATION NATIONALE	PIECES JUSTIFICATIVES A CONSERVER PAR L'ASSOCIATION POUR LES CONTROLES DE LA DDCCRF	GRILLE D'EVALUATION
V F O R M A T I O N	<p>11. Se former pour développer ses compétences pour la défense ou la représentation des consommateurs.</p>	<p>Thème de la formation, date, durée, lieu, qualité de l'intervenant, organisme qui a assuré cette formation.</p>	<p>Documents suivants : Attestation de l'organisme formateur certifiant que vous avez bien suivi la session de formation visée et précisant les éléments suivants (date, durée, horaire, lieu, thème, intervenant, programme).</p>	<p>Nombre de personnes formées.</p>

MODE D'EMPLOI CALCUL DU MODE DE REPARTITION DE LA SUBVENTION CONSOMMATION

Règles de répartition	Actions		Représentations			Actions spécifiques		Information		Formations reçues
	Permanences tenues	Dossiers - Litiges traités	Représentations CDAC	Représentations Surendettement	Représentations Autres	Actions spécifiques Fédération Nationale.	Actions spécifiques Associations Locales.	Rayonnement médiatique	Participation actions initiées par d'autres	
Taux : 100%	20%	45%	3%	5%	5%	5%	6%	4%	2%	5%