



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 07/10/2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Quechoisir.org : La barre des 200000 abonnés franchie

L'UFC-Que Choisir se félicite d'avoir dépassé cette semaine la barre des 200 000 abonnés payants à son site internet www.quechoisir.org, faisant plus que jamais de lui l'un des premiers sites d'information générale en France. Dans un contexte morose pour la presse, cette forte croissance du web est d'autant plus appréciable qu'elle ne se réalise pas au détriment du support papier dont la diffusion du mensuel *Que Choisir* est supérieure : +430 000 exemplaires. Ce succès renforce donc la dynamique du Mouvement UFC-Que Choisir qui fêtera l'an prochain ses 70 ans.

Le doublement du nombre d'abonnés payants n'aura mis que 5 ans, alors que le franchissement des 100 000 s'est fait en 15 ans, ce qui souligne bien l'appétence grandissante des citoyens pour une information experte et indépendante, à haute valeur ajoutée, des conseils et appuis personnalisés, sans oublier de vrais débats d'idées et combats pour faire avancer les droits des consommateurs.

Fort de +4 millions de visiteurs uniques mensuels, +17 millions de pages vues, le site quechoisir.org, sans publicité, comme l'ensemble des publications de l'association, est en effet le reflet des missions de l'association :

- **Une information indépendante et à haute valeur ajoutée** : Les actualités, enquêtes, et décryptages permettent aux citoyens d'être éclairés sur les sujets et enjeux sociétaux du moment, et d'obtenir des clés pour mieux orienter leur consommation.
- **Des conseils et appuis personnalisés** : les [tests](#), les [lettres-types](#), les [comparateurs](#) permettent d'accompagner les consommateurs dans leur vie quotidienne en leur proposant des contenus adaptés à leurs profils. De même, afin d'être au plus près d'eux, le site permet aux internautes d'entrer en contact avec les 140 associations locales de l'UFC-Que Choisir qui pourront lui fournir une assistance en ligne
- **Des débats d'idées ou campagnes de mobilisation** : via les [forums](#) ou les [consultations](#), le site Internet permet également de lancer des débats d'idées sur la société de consommation. Il entend également être un vecteur de mobilisation comme le montrent les 450 000 signatures de la pétition sur le Démarchage téléphonique qui a abouti à une [loi plus stricte](#), adoptée cet été, ou la plus récente [pétition lancée contre la publicité sur la malbouffe](#).

La communauté UFC - Que Choisir, c'est donc plus de 770.000 membres, lecteurs et pour certains adhérents de l'association. Ce public fidèle montre que l'UFC - Que Choisir reste l'association de consommateurs de référence, capable d'être en interaction permanente avec eux, de les assister dans leur vie quotidienne, de porter leur voix et de les mobiliser pour faire changer ce quotidien