



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

ANPE

Question écrite n° 35347

Texte de la question

M. Bernard Perrut demande à M. le ministre des affaires sociales, du travail et de la solidarité comment peut se justifier la décision prise par l'ANPE de création d'un nouveau logo signalétique, dont le coût s'est élevé à la somme de 2,4 millions d'euros. Même si cette somme n'a qu'une faible incidence dans son budget, on peut se demander quelle sera son incidence pour favoriser la recherche d'emploi ou de formation pour les chômeurs demandeurs d'emploi. - Question transmise à M. le ministre délégué aux relations du travail.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire attire l'attention du Gouvernement sur le montant des frais occasionnés par le nouveau logo de l'ANPE. Les informations parues dans la presse, faisant état d'une dépense de l'ordre de 2,4 millions d'euros pour le nouveau logo de l'ANPE, sont exactes. Le coût du logo de l'ANPE se monte effectivement à 2,4 millions d'euros, dont 100 000 euros pour la création du logo et 1,2 million d'euros pour l'adaptation de la signalétique extérieure. Depuis trente ans, l'Agence vit avec un logo qui a très peu évolué dans sa forme. Il doit pourtant traduire les mutations engagées par l'Agence depuis sa création. En effet, au fil des années, l'ANPE s'est adaptée à son environnement en transformant son offre de services, aussi bien auprès des demandeurs d'emploi que des entreprises. Cette mutation se devait d'être traduite dans l'identité visuelle de l'Agence, c'est pourquoi le nouveau logo symbolise le coeur de son métier : le travail d'intermédiation entre offre et demande d'emploi. Ce changement d'identité visuelle ne concerne pas que le logo lui-même, mais l'ensemble de l'information destinée aux demandeurs d'emploi et aux chefs d'entreprise, avec des documents d'information plus clairs et mieux structurés, plus accessibles, un site Internet, www.anpe.fr, plus ergonomique, une signalétique extérieure plus visible pour les 1 000 points d'implantation du réseau ANPE. L'ensemble de ces améliorations va se faire progressivement pour un coût moyen par agence de 2 400 euros, dans lequel l'élaboration du logo lui-même ne représente que 100 euros. Cette dépense ne constitue pas une dépense nouvelle : elle a été financée par redéploiement budgétaire interne sur le budget de fonctionnement de l'Agence et par des économies, notamment l'annulation d'une campagne de publicité radiophonique ayant traditionnellement lieu chaque année. Par ailleurs, chaque agence a reçu l'instruction d'écouler le stock de documents existants sous l'ancien logo avant de recourir aux documents actualisés avec le nouveau logo. Enfin, cette dépense n'a aucun impact sur les fonds destinés aux demandeurs d'emploi, puisque, dans le budget de l'Agence, les prestations destinées aux demandeurs d'emploi n'ont cessé d'augmenter, passant de 164 millions d'euros en 2000 à 436 millions d'euros en 2003.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Perrut](#)

Circonscription : Rhône (9^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 35347

Rubrique : Emploi

Ministère interrogé : affaires sociales, travail et solidarité

Ministère attributaire : relations du travail

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 9 mars 2004, page 1717

Réponse publiée le : 24 août 2004, page 6706