



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

INC

Question écrite n° 120423

Texte de la question

M. Jean-Paul Dupré attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur le devenir du magazine *60 millions de consommateurs*. Le 9 novembre prochain, le conseil d'administration de l'INC, qui édite ce magazine, sera appelé à se prononcer sur le projet de cession de ce titre à un ou plusieurs opérateurs privés, tournant ainsi le dos à la culture de service public qui a guidé ses activités depuis une quarantaine d'années. En effet, créé en 1970 pour publier les essais comparatifs réalisés par les ingénieurs de l'INC, *60 millions de consommateurs* est une référence en matière d'information et de défense des consommateurs, publiant des enquêtes sans concession, des essais comparatifs qui font autorité, des études juridiques et économiques conçues par les experts, ainsi que des guides pratiques abordant en toute indépendance tous les aspects de la consommation. Privatiser ce titre travestirait son identité et remettrait gravement en cause l'indépendance de son action au service de la défense des consommateurs. Chacun est d'ailleurs en droit de s'interroger quant aux motivations réelles de ce projet de cession à des opérateurs privés et tout laisse à penser qu'en fait c'est l'indépendance même de l'action de ce magazine qui est visée par ce projet. Il lui demande par conséquent, alors qu'il est absolument indispensable de renoncer à ce projet de privatisation, de prendre les dispositions qui s'imposent pour mettre en place un plan de relance commerciale afin de permettre à *60 millions de consommateurs* de poursuivre en toute indépendance l'action qui a été jusqu'ici la sienne.

Texte de la réponse

Dans le contexte difficile que traverse l'ensemble de la presse écrite, le magazine *60 millions de consommateurs*, édité par l'Institut national de la consommation (INC), a connu au cours des trois dernières années une érosion du nombre de ses lecteurs. Le chiffre d'affaires du journal a été affecté par la diminution du nombre d'exemplaires vendus en kiosque et, à un moindre degré, par la réduction de l'effectif des abonnés. Compte tenu du coût des essais comparatifs de produits et de services présentés dans les pages de *60 millions de consommateurs*, le magazine a besoin d'un portefeuille important de lecteurs et notamment d'abonnés fidèles, afin de disposer de la masse critique lui permettant de financer sa modernisation, et notamment son adaptation à l'environnement numérique. Le Gouvernement attache le plus grand prix au maintien du pluralisme de la presse en général et en particulier de la presse consumériste. Il appuie ainsi l'initiative du Président du conseil d'administration et du Directeur général de l'Institut qui ont diligenté, l'été dernier, une mission d'expertise stratégique, financière et juridique visant à déterminer les différentes options possibles pour donner à *60 millions de consommateurs* de nouvelles perspectives d'évolution. Lors du conseil d'administration du 9 novembre 2011, le Président du conseil d'administration, a proposé aux administrateurs de l'établissement, qui lui ont apporté leur soutien, d'engager une réflexion sur la filialisation de l'activité de presse de l'INC dans une double perspective: assurer la pérennisation du magazine à long terme et lui donner un nouvel élan ; apporter la transparence nécessaire des financements et des coûts liés à chaque mission et service rendu par l'établissement. Dans cet esprit, le conseil d'administration de l'INC, lors de la séance du 8 décembre 2011, a

adopté, à une assez large majorité, une résolution demandant « à la direction générale de l'établissement de poursuivre les travaux engagés sur la filialisation de l'activité de presse en vue de lui soumettre avant la fin du mois d'avril 2012 une délibération documentée et motivée se prononçant sur la mise en oeuvre de cette opération, dans le cadre d'un projet stratégique de l'établissement ». 60 millions de consommateurs, qui a, de longue date, fait la preuve de son utilité dans la défense des consommateurs, doit se donner les moyens de s'adapter aux évolutions technologiques, permettant ainsi à ses lecteurs d'accéder plus facilement et rapidement aux informations qui leur sont nécessaires pour choisir, lors de leurs achats, les produits ou les services les plus adaptés à leurs besoins et attentes. En ce moment où il importe, tout particulièrement, de maintenir la confiance du consommateur, la relance de ce journal représente pour les pouvoirs publics un enjeu important.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Paul Dupré](#)

Circonscription : Aude (3^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 120423

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Date de signalement : Question signalée au Gouvernement le 24 janvier 2012

Question publiée le : 25 octobre 2011, page 11224

Réponse publiée le : 6 mars 2012, page 2063