



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

INC

Question écrite n° 120870

Texte de la question

M. Philippe Nauche 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 la disparition de la revue *60 millions de consommateurs* éditée par l'Institut national de la consommation. En effet, le 9 novembre 2011, le conseil d'administration de l'Institut national de la consommation (INC), qui édite le magazine *60 millions de consommateurs* sera amené à se prononcer sur le projet de cession du titre à un ou plusieurs opérateurs. Ce projet soutenu par la direction et les autorités de tutelle de l'INC (à savoir le ministère de l'économie, le secrétariat d'État à la consommation et la DGCCRF) s'appuie sur les conclusions d'un audit qui, selon les salariés, a coûté 230 000 euros ! Le projet propose d'abandonner la culture de service public qui guide les activités depuis 40 ans pour la remplacer par une logique de pure rentabilité parce qu'il a perdu des lecteurs. Or, depuis deux ans, les salariés réclament d'urgence un plan de relance commercial au moyen des 3 millions d'euros de réserve accumulés grâce aux bonnes ventes du journal entre 2005 et 2009. En effet, l'arrêt inexplicable des campagnes de recrutement d'abonnés a abouti à faire mécaniquement décliner la diffusion du titre, et l'activité presse a, pour la première fois depuis dix ans, dégagé un résultat négatif en 2010. C'est une mise à genou qui donne un prétexte au désengagement de l'INC de ses activités de presse. Il semblerait que la véritable raison de l'arrêt du journal n'est pas économique mais politique. En effet, la direction a admis devant l'ensemble du personnel que la publication de plusieurs dossiers (en particulier ceux consacrés à la hausse des prix et au pouvoir d'achat), si elle avait eu des répercussions très positives en termes de vente, avait fortement déplu au Gouvernement. Néanmoins, *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 *60 millions de consommateurs* serait le condamner à disparaître. En effet, quel groupe privé accepterait de financer les essais comparatifs exigeants, donc coûteux, ou accepter de se passer de publicité ? Il doit continuer sa mission d'information auprès des consommateurs. Il lui demande quelles mesures urgentes il compte prendre afin de conserver *60 millions de consommateurs* au sein de l'Institut national de la consommation qui assure des missions de service public.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Nauche](#)

Circonscription : Corrèze (2^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 120870

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : Redressement productif

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 1er novembre 2011, page 11458

Question retirée le : 19 juin 2012 (Fin de mandat)