



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

INC

Question écrite n° 65111

Texte de la question

M. André Chassaing interroge Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, sur la possible remise en cause de la revue « *60 millions de consommateurs* », des activités soutenues par l'Institut national de la consommation (INC). En effet, les organisations nationales de consommateurs agréées et les personnels de l'INC et des 19 centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) font part de leurs très vives inquiétudes au regard du projet de suppression du soutien à la revue « *60 millions de consommateurs* » produite et éditée par l'INC. L'INC, comme établissement public au service quotidien des consommateurs, a déjà subi des baisses drastiques et récurrentes des subventions allouées par l'État pour ses missions. L'exclusion de la revue des activités de l'INC obérerait gravement son budget, les recettes des ventes ne lui étant plus attribuées. Une telle mesure signifierait en effet la vente du journal à un groupe de presse privé ou sa disparition pure et simple. Elle remettrait profondément en cause les missions même de l'INC et ses capacités à produire et diffuser des études, des enquêtes et des essais, à mener des actions d'information, de communication, de prévention, de formation et d'éducation, comme à mener des campagnes de sensibilisation sur des sujets de consommation. Elle réduirait à néant le travail entrepris ces dernières années pour pérenniser les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC), véritable outil régional garant du soutien technique, juridique et de formation aux associations départementales de défense des consommateurs. Alors que les fraudes, abus et fausses allégations se multiplient dans de nombreux secteurs des services comme des produits du quotidien, une telle remise en cause apparaîtrait comme une nouvelle porte ouverte pour toutes les entreprises qui ne respectent pas les réglementations en vigueur. Il s'agirait d'une nouvelle atteinte aux intérêts des consommateurs et des usagers, alors même que la représentation nationale vient d'adopter en février 2014 une loi censée renforcer leurs droits et moyens d'action. Aussi, il lui demande s'il compte revenir sur cette annonce et réintégrer dans le plan de financement de l'INC les moyens alloués à la revue. Il souhaiterait également connaître sa position sur la mise à contribution des profits réalisés par l'intermédiaire du *marketing* publicitaire afin d'assurer un financement complémentaire de l'INC et des CTRC, qui assurent la défense et l'information des consommateurs.

Texte de la réponse

Pour tenir compte des évolutions profondes et rapides des modes de consommation, un nouveau contrat d'objectifs et de performance (COP) entre l'Institut national de la consommation (INC) et sa tutelle, le ministère chargé de la consommation, a été signé le 28 novembre 2014. Ce contrat permet de tracer les orientations stratégiques de l'INC, de définir ses objectifs opérationnels et de donner une dynamique nouvelle à ses missions de service public. Ces orientations viennent conforter et accroître la visibilité de l'INC et la lisibilité de son action au profit du mouvement consommériste, notamment à l'égard des centres techniques régionaux de la consommation (CTRC). En particulier, l'INC coordonnera et rationalisera son offre de formation et celle des CTRC à destination des associations de consommateurs ; l'Institut organisera la mutualisation des actions réalisées par les CTRC. L'activité de presse du magazine *60 millions de consommateurs* figure explicitement

parmi les axes stratégiques du COP qui confie à l'INC la définition d'une stratégie éditoriale permettant d'assurer la pérennité de cette activité. Il revient ainsi à la direction générale de l'institut, sous le contrôle de son conseil d'administration, de définir les moyens de développer le lectorat du magazine et son influence, de s'assurer de son équilibre financier et de déterminer les outils de mesure de la réalisation de cette stratégie. Par ailleurs, s'agissant des crédits alloués à l'INC, comme à l'ensemble du mouvement consumériste, ceux-ci ont connu en 2014 une baisse qui s'inscrit dans le mouvement de redressement des comptes publics engagé par le Gouvernement depuis deux ans. L'INC est financé sur la même ligne budgétaire que les associations de consommateurs et bénéficiera d'un traitement aussi favorable que le permettront les arbitrages budgétaires pour les années suivantes. Il appartient à la gouvernance de l'établissement d'étudier les pistes d'économies et les options de développement possibles en préservant notamment la bonne image dans l'opinion du magazine. A cet égard, la proposition qui consisterait à une mise à contribution des profits réalisés par l'intermédiaire du « marketing publicitaire » semble peu compatible avec l'exigence d'indépendance de l'institut vis-à-vis des professionnels dont les produits ou services font l'objet de tests présentés dans les supports de communication de l'institut.

Données clés

Auteur : [M. André Chassaigne](#)

Circonscription : Puy-de-Dôme (5^e circonscription) - Gauche démocrate et républicaine

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 65111

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [30 septembre 2014](#), page 8167

Réponse publiée au JO le : [24 février 2015](#), page 1341