Sauvons 60 Millions de consommateurs !

25 mars 2024

60 Millions de consommateurs, le magazine de l'Institut national de la consommation, est aujourd'hui en danger. Journal indépendant de service public, sans publicité, il ne serait pas suffisamment rentable.

60 Millions de consommateurs n'a cessé d'être volontairement affaibli ces dernières années. Onze postes ont été supprimés en 2021, onze autres sont aujourd'hui gelés, les campagnes d'abonnements et le développement numérique sont suspendus. Quant au budget des essais comparatifs, notre cœur de métier, il a été divisé par deux en cinq ans. Et que nous propose-t-on aujourd'hui ? D'achever «60»?

Un avenir en péril : des plans insuffisants

L'Institut national de la consommation (INC)1, qui publie 60 Millions de consommateurs, est un établissement public à caractère industriel et commercial (Epic). Il remplit trois missions de service public, que lui assigne le code de la consommation : soutenir les associations de consommateurs agréées, mener des actions d'éducation et de communication et informer le grand public par la publication d'études, d'enquêtes et d'essais. En juin 2023, alors que des discussions étaient en cours avec la ministre de la Consommation, Olivia Grégoire, autour d'un plan d'investissement, Bercy a demandé un audit sur 60 Millions de consommateurs à la société EY (le 2ème en trois ans). Il a été remis début janvier 2024 et le couperet est tombé, proposant trois scénarios de perspectives envisageables pour «60» :

1. Un investissement pour relancer le titre «60» avec maintien d'un format papier et transformation progressive en média payant numérique ;
2. La suppression du support papier du magazine avec un investissement exclusif dans le numérique gratuit
3. La vente du titre.

Aucun de ces scénarios n'a convaincu les élus du personnel pour des raisons de faisabilité économique et juridique.

Un scénario soutenu par les associations de consommateurs

Face à cette impasse, le conseil d'administration a donné mandat à la direction de l'INC et ses salariés pour travailler sur un quatrième scénario.

Ce **scénario 4**, alternatif et ambitieux, a été élaboré avec le soutien de l'association Un bout des médias2, présidée par l'économiste Julia Cagé, sur la base des travaux du Professeur Laurent Richer, spécialiste du droit public, également mandaté par le conseil économique et social (CSE) de l'INC. Il propose :

- d'étendre l'utilisation de la marque *60 Millions de consommateurs*,
- de renforcer l'éducation des consommateurs,
- de multiplier les partenariats pour des études et enquêtes approfondies
- et d'accroître la collaboration avec les associations de consommateurs.

Ce scénario dispose du soutien des salariés de l'INC et de treize associations de consommateurs agréées.

Aujourd'hui, nous demandons audience à Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, Olivia Grégoire, ministre déléguée à la Consommation et Thomas Cazenave, ministre délégué chargé des Comptes publics afin qu'ils prennent rapidement une décision sur l'avenir du titre 60 Millions de consommateurs qui n'a que trop tardée. L'actuel blocage administratif met 60 Millions de consommateurs et l'Institut national de la consommation en péril.

Notre appel à l'action

60 Millions de consommateurs est un bien commun, un héritage des citoyens, et nous appelons la représentation nationale à se mobiliser pour son avenir alors que les citoyens-consommateurs ont plus que jamais besoin de pédagogie, d'une information fiable et indépendante permettant de comprendre et d'éclairer leurs choix, de déjouer les pièges liés à des pratiques frauduleuses dans ce monde qui change à grande vitesse.

Sauvons *60 Millions de consommateurs*, qui est un acteur majeur de l'information indépendante et objective au service de tous les consommateurs et de leurs associations.

Communiqué des représentants du personnel de l'Institut national de la consommation

Malakoff, le 19 mars 2024

CONTACTS :
Bertrand Loiseaux, secrétaire du CSE : 06 82 68 99 08
Lionel Maugain, délégué syndical : 06 99 90 44 24