Sauvons 60 millions de consommateurs

12 février 2024

Parce que comme consommateurs et citoyens, nous avons plus que jamais besoin d’être bien informés :

Sauvons 60M de Consommateurs !

Qui a mené l’enquête aboutissant à l’interdiction du dioxyde de titane dans les produits alimentaires ?

Qui a dénoncé la présence de résidus chimiques toxiques dans les protections féminines périodiques,
conduisant au retrait de nombreux produits incriminés ?

Qui a conduit les essais ayant entraîné une amélioration des couches culottes pour bébés, auparavant affectées parla présence de substances potentiellement toxiques ?

60 Millions de consommateurs.

Il ne s’agit que de quelques exemples parmi des centaines d’autres. Ce que font chaque jour les équipes de 60 Millions de consommateurs, édité par l’Institut national de la consommation (INC), c’est une véritable mission de service public. Or cette mission est aujourd’hui menacée. Pourquoi ?

D’une part, parce que 60 Millions de consommateurs, journal sans publicité, ne serait pas suffisamment rentable. Mais 60 Millions n’a pas vocation à être rentable ! C’est comme si l’on disait demain que les écoles publiques allaient être fermées par manque de rentabilité, ou que l’audiovisuel public ne générait pas suffisamment de revenus, alors que la logique même de son existence est de fournir une information de qualité loin de toute logique commerciale.

Certes, 60 Millions a aussi une activité commerciale puisqu’il vend des journaux,

mais quand le média fait des essais comparatifs – qui informent le consommateur de façon impartiale sur les produits qu'il consomme –, et publie des enquêtes qui sont reprises à titre gracieux par l'ensemble des autres médias, il ne le fait pas pour "gagner de l'argent". Il ne s'agit pas de mettre une recette face à une dépense. Ses enquêtes, 60 Millions les produit pour que nous soyons toutes et tous collectivement un peu mieux informés. Il les mène également pour aider le décideur public, puisque l'Autorité de la concurrence comme la Direction générale de la consommation (DGCCRF) les utilisent régulièrement pour informer leurs décisions. Les essais comparatifs permettent en effet d'alerter les pouvoirs publics en cas de commercialisation de produits à risques (en termes de santé, d'environnement, etc.).

D'autre part, on nous dit que les subventions publiques reçues aujourd'hui par l'Institut national de la consommation contreviendraient au principe d'une concurrence libre et non faussée. On nous explique que l'Europe ne permettrait pas à la puissance publique de soutenir 60 Millions au nom de l'interdiction des aides d'État, vampirisant une fois de plus les règles européennes. Mais là-aussi, c'est se méprendre totalement sur les règles de concurrence, car il est possible de financer des missions de service public même en présence d'une activité commerciale, à partir du moment où la subvention publique ne sert pas à financer des déficits de fonctionnement. De plus, la régulation européenne n'interdit en aucune manière les aides d'État. Ainsi, l'État verse par exemple chaque année plusieurs dizaines de millions d'euros à l'Agence France-Presse (AFP) au titre de ses missions d'intérêt général, à savoir notamment le fait de diffuser une information complète, objective et indépendante. En l'occurrence, 60 Millions et ses essais comparatifs poursuivent le même objectif : fournir une information complète, objective et indépendante, et l'État peut donc bien, au regard des règles de concurrence, les financer. Mal poser les conditions du débat, c'est fausser le résultat de la discussion avant même qu'elle n'ait été entamée.

*Communiqué de presse de « **Un bout des Médias**«*
9 février 2024

————————————

À PROPOS D'UN BOUT DES MÉDIAS

L'association Un Bout des Médias (UBDM) a été créée en 2020 et a pour but de promouvoir et protéger l'indépendance des journalistes, des rédactions et des

médias dans leur ensemble (télévision, radio, presse écrite, groupe plurimédia, etc).
L'association soutient le développement d'une presse libre et pluraliste et d'une information de qualité.
Elle mène des actions de plaidoyer envers les pouvoirs publics et le législateur, accompagne les rédactions qui en font la demande et met en place des actions de sensibilisation du grand public.
Site internet: https://www.unboutdesmedias.org

Julia Cagé
Présidente de l'association Un Bout des Médias
julia.cage@sciencespo.fr