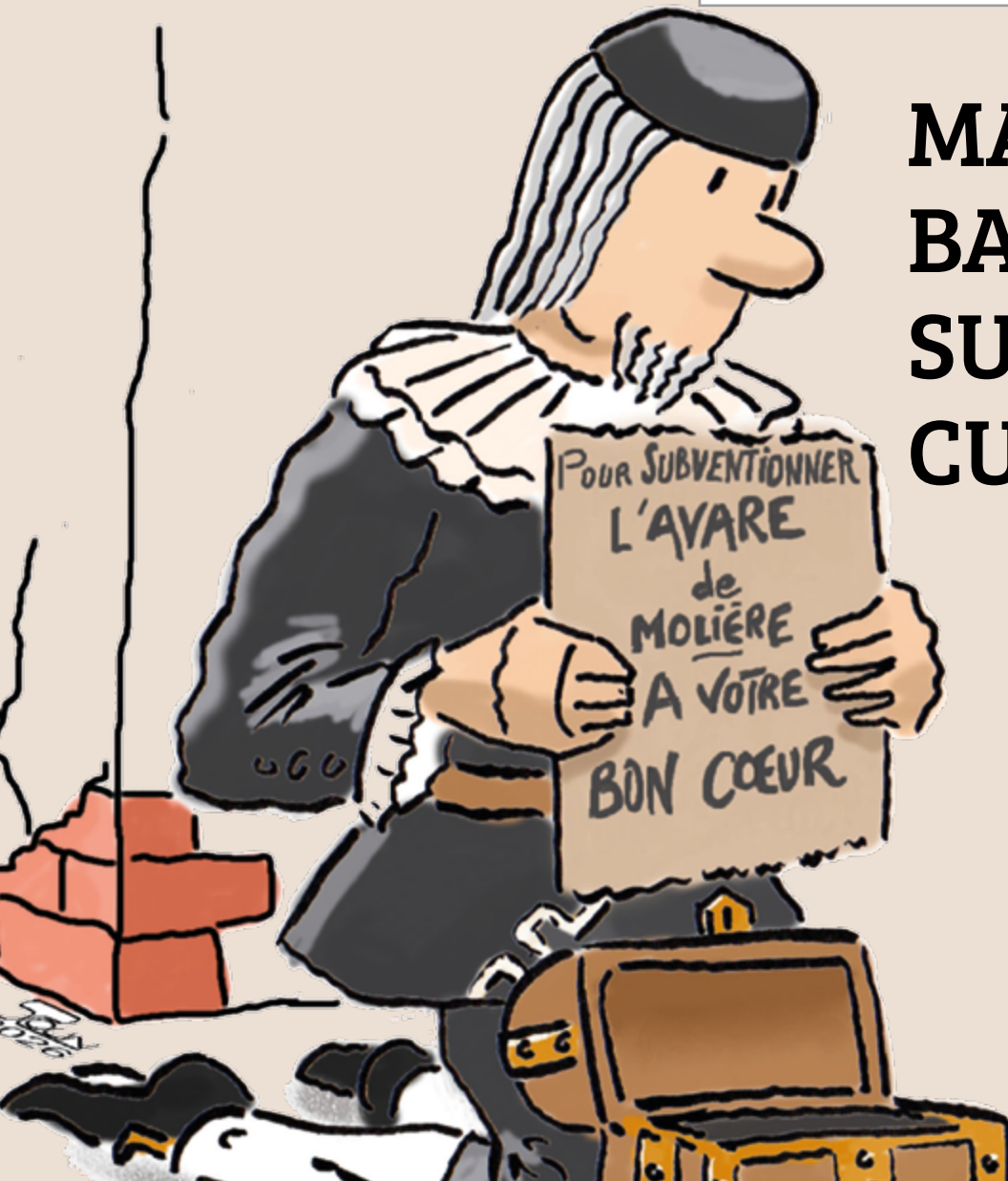


INTERVIEW DE SOPHIE BINET

«Depuis les années 1980, le libre-échange a laminé nos industries mais a, dans le même temps, permis aux travailleurs d'accéder à une masse considérable de productions à bas coût dont l'usage s'est démocratisé. On arrive aujourd'hui au bout de ce cycle.»

MAIN BASSE SUR LA CULTURE



La culture devrait déterminer notre capacité collective à imaginer le monde pour mieux le comprendre et le transformer. Mais cet imaginaire est de plus en plus soumis aux logiques de rentabilité financière. Nos consciences sont domestiquées. Entre plateformes numériques globales et initiatives locales résistantes, entre algorithmes tic et toc et créations collectives exigeantes, une bataille d'imaginaires fait rage. Dans cette mêlée, une grande question se joue : la culture restera-t-elle un bien commun... ou perdra-t-elle son ADN, cette aptitude à questionner, à mettre en partage et à ouvrir de nouveaux horizons ?

LA DÉFENSE DES CONSOMMATEURS : UN VÉRITABLE ENJEU DE CLASSE

Depuis plus de 130 ans, la CGT œuvre avec et pour tous dans les entreprises, dans la rue et auprès des instances, afin obtenir de meilleures conditions de travail et de vie. Organisée collectivement pour défendre leurs intérêts face à l'oppression et à l'exploitation, la CGT porte un syndicalisme de classe afin de répondre aux aspirations des travailleuses et des travailleurs.

Consciente que ce combat ne se limite pas à la sphère professionnelle, la CGT crée en 1979 son association de défense des consommateurs, INDECOSA-CGT. En quelques années, l'association se structure au national et dans les départements pour faire face à un secteur consumériste dévorant, en organisant des activités de défense individuelle et collective, d'information, d'alerte et de revendications.

En effet, la société de consommation vampirise tous les domaines : besoins alimentaires, équipements de maison, logement, mode,... En recherche perpétuelle d'une augmentation des marges, donc des profits, tous les moyens possibles sont mis en place avec un seul objectif : faire consommer.

Réduction du pouvoir d'achat, soldes, fidélisation, surproduction, défiscalisation des invendus... Sommes-nous aujourd'hui au bout de cette société de consommation de masse et de classes, qui profite aux plus riches et asservit tant les consommateurs que les travailleurs du secteur ? Que dire des écarts de richesses, de qualité, de services et des conséquences sociales, économiques et écologiques induits par notre système consumériste injuste, dans notre pays et de par le monde ?

Ne pas se laisser manipuler

Mais le capitalisme n'abdique jamais : le numérique doit permettre encore plus de profits, les publicités vous présentent le dernier produit qu'il faut avoir, les algorithmes des moteurs de recherche orientent vos comportements. Tout est mis en place pour que le consommateur se laisse guider : vers où ? Clairement, là où le profit de certains augmente.

Dans ce contexte, l'État a choisi son camp en abandonnant son rôle de stratégie, en se désengageant et en coupant les moyens du secteur : remise en cause des services publics, baisse des moyens de contrôle, liquidation de l'Institut national de la Consommation (INC)...

Indecosa-CGT est la seule association de consommateurs qui porte un véritable changement de société, garantissant la réponse à toutes les attentes et besoins des consommateurs, usagers, citoyens. C'est pourquoi elle s'engage résolument en faveur du droit à l'alimentation, d'un grand service public du logement, pour l'accès aux transports ou pour une



D.R.

meilleure gestion de l'eau. Positionnée contre les crédits à la consommation, elle sera avec d'autres à l'origine de la loi sur le surendettement. Plus tard, Indecosa-CGT gagnera la bataille sur la gratuité des chèques et aujourd'hui, elle porte une campagne nationale par une pétition en ligne visant la gratuité des parkings dans les établissements de santé.

Sobriété dans la consommation

Comme tout progrès, Indecosa-CGT considère que le numérique peut permettre de répondre à certains besoins et plaide donc pour une réduction des zones blanches, des actions contre l'illectronisme et une diffusion d'une information de qualité aux consommateurs. Toutefois, la vigilance sur l'usage de ces données et outils est évidemment de rigueur. Animée par des principes de solidarité et de durabilité, Indecosa-CGT défend une consommation plus sobre en ressources et énergie, moins polluante et plus durable.

Les associations de consommateurs informent, défendent, alertent, enclenchent des procédures communes permettant d'enrayer le système. Nutriscore, contrôle des charges dans le logement social, ... : chaque fois que possible, Indecosa-CGT répond présente. Mais la bataille doit continuer.

Le syndicalisme et la consommation étant des enjeux de classes, CGT et Indecosa poursuivent naturellement et en complémentarité les mêmes objectifs :

- en menant d'un côté la bataille des salaires, pour une juste répartition des richesses, en s'appuyant sur l'ensemble des repères revendicatifs de la CGT,
- et de l'autre côté en défendant une consommation juste et responsable, dotée de véritables moyens pour informer, défendre, agir. En ce sens, la feuille de route d'Indecosa-CGT détaille des axes revendicatifs dans chaque domaine de la consommation.

Le 54^e Congrès de la CGT a lieu en juin 2026, Indecosa-CGT sera présente pour rencontrer tous les syndiqués. Les organisations de la CGT sont d'avance invitées à l'Assemblée générale de l'association d'octobre 2026, pour partager nos revendications communes. Deux organisations, un seul combat. ■

Christian Khalifa

ATTAQUES CONTRE LE MONDE DE LA CONSOMMATION



La consommation d'aujourd'hui s'est complexifiée et mondialisée et c'est dans ce contexte que les attaques du gouvernement contre les outils des associations de défense des consommateurs tels que la DGCCRF, l'INC, les CTCR s'accroissent, alors que les fraudes explosent et que les tromperies se multiplient mettant en cause la santé

et la sécurité des consommateurs.

La baisse drastique des moyens humains et financiers de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) ne lui permet plus de couvrir correctement ses missions dans la protection des consommateurs. Le gouvernement, au moyen du budget 2026, organise la mise à mort de l'Institut national de la consommation (INC) et de son magazine "60 millions de consommateurs", média public indépendant, consacré à la défense des citoyens-consommateurs. Il remplit des missions d'intérêt général cruciales : information, éducation des consommateurs et réalisation d'études techniques, juridiques et économiques, en lien étroit avec les associations agréées. Il est donc un contre-pouvoir indispensable face à la puissance des producteurs et des distributeurs.

Par ailleurs, la fermeture de l'INC entraînera de facto la fermeture des Centres techniques régionaux de la consommation (CTCR) qui forment les militants et leur apportent une aide juridique de grande qualité indispensable à la défense des consommateurs. Le coup sera dur aussi pour les associations qui touchaient un financement de la part de l'INC pour accomplir leur mission. Financement qui baisse drastiquement depuis quelques années. L'objectif inavoué de l'État étant de faire disparaître certaines associations de défense des consommateurs pour ne garder que les 3 ou 4 plus importantes qui auraient ainsi un quasi-monopole sur ce secteur d'activité.

Sans ces pare-feux, la défense des consommateurs va devenir plus difficile. Détruire des contre-pouvoirs, c'est fragiliser la démocratie. Les consommateurs-citoyens doivent se mobiliser avec Indecosa-CGT pour faire face à ces régressions et exiger des moyens à la hauteur des enjeux que représente la bonne santé des consommateurs.

Gérard Casolari

ACTUALITÉ **P.2**
Précarité alimentaire : pour les jeunes, une urgence silencieuse

ÉDITORIAL **P.3**
Attaques contre le monde de la consommation

NATIONAL **P.4-7**

- Interview de Sophie Binet : « Indecosa est un atout indispensable pour donner du sens à la place du syndicalisme sur les sujets sociétaux que nous défendons »
- Brèves : Une Assemblée Générale verte en Indre-et-Loire
• Semaine Européenne de Réduction des Déchets, c'est parti ! • Augmentation des mutuelles interdite
- La défense des consommateurs : un véritable enjeu de classe.
- Le surendettement des jeunes : une interpellation politique

DOSSIER **P.8-13**
Main basse sur la culture

JURIDIQUE **P.14**
Obligation de délivrance continue • Remboursement d'indus et usage conforme • Transparence tarifaire : contrôles DGCCRF et sanctions • Entrée en vigueur de la taxe sur les petits colis (TPC) • Actualisation des seuils de l'usure : nouveaux plafonds applicables aux crédits

CULTURE **P.15**
A propos du prix unique du livre
Des Carmen version grévistes

AGENDA

Mai
04 / 06 Formation Politique de Santé (91 Courcelle)
18 Formation Découverte d'INDECOSA-CGT (83 Toulon)
19 Bureau National (93 Montreuil)

Juin
09 Bureau National (93 Montreuil)
15 / 19 Formation Équipes Dirigeantes (79 Niort)
22 / 23 Conseil d'Administration National (93 Montreuil)

Information Indecosa. Case 1-1. 263, rue de Paris- 93516 Montreuil CEDEX
Tél. : 01 55 82 84 05. email : contact@indecosa.cgt.org . Site : www.indecosa.fr
Directeur de la publication, Rédacteur en chef : François Bilem • Rédaction dossier : Philippe Haumont • Iconographie et mise en page : Pascale Lecomte • Relecture, correction : groupe relecture Indecosa • Bimestriel imprimé et routé par Rivet Presse Edition, 87000 Limoges
• Prix de vente : 6 euros au numéro. 6 numéros par abonnement annuel : 35 euros • N° de commission paritaire : 0425 G 86486. Imprimé sur papier recyclé.



Cette interview de Sophie Binet sera intégrée à la brochure INDECOSA disponible pour le 54^e congrès.

En 1979, la Confédération CGT crée une association de défense des consommateurs Indecosa- CGT pour porter sa parole dans les instances où le syndicalisme n'a pas le droit d'intervention. À ton avis, cette mission est-elle, en 2026, toujours utile ?

Plus que jamais ! Les multinationales n'ont jamais été aussi puissantes. On voit que la « concurrence libre et non faussée » a en fait été utilisée pour démanteler les services publics et constituer des oligopoles privés contrôlant même l'information. PFAS, Cadmium,... Les scandales

« INDECOSA EST UN ATOUT INDISPENSABLE POUR DONNER DU SENS À LA PLACE DU SYNDICALISME SUR LES SUJETS SOCIÉTAUX QUE NOUS DÉFENDONS »

environnementaux se multiplient mais sont étouffés par les pouvoirs publics pour ne pas nuire aux intérêts des multinationales. Il y a donc plus que jamais besoin de défendre les consommateurs mais aussi de travailler pour créer de nouvelles convergences d'intérêts avec les salariés. La mondialisation néolibérale a mis salariés et consommateurs en concurrence en mettant fin à ce que certains appelaient le « compromis fordiste », c'est-à-dire le fait que les patrons aient intérêt à augmenter les salaires pour soutenir la consommation.

Depuis les années 1980, le libre-échange a laminé nos industries mais a, dans le même temps, permis aux travailleurs d'accéder à une masse considérable de production à bas coût dont l'usage s'est démocratisé. On arrive aujourd'hui au bout de ce cycle. D'abord d'un point de vue environnemental, car cette surproduction de produits, beaucoup moins durables qu'avant, est une catastrophe. Ensuite d'un point de vue social car la désindustrialisation s'est traduite par un déclassement massif, des millions de travailleurs et de travailleuses ne peuvent plus vivre de leur travail, des territoires entiers sont dévastés, les services publics sont paupérisés...ce qui fait le lit de l'extrême droite. Mais aussi d'un point de vue économique car on voit, contrairement aux discours tenus auparavant par le patronat et les décideurs politiques, qu'il ne peut y avoir d'industrie sans usine et de pays sans industrie.

Il faut donc relocaliser mais aussi transformer les modes de production et de consommation, avoir une production et une consommation plus durable et plus sobre.

Pour travailler ce nouveau paradigme, nous avons besoin d'Indecosa !

Actuellement beaucoup de syndiqué-es CGT, y compris en responsabilités, ignorent l'existence d'Indecosa. Ce constat est-il partagé par la Confédération ? Si oui, comment



Mamuel Lagos

pouvons-nous y remédier ensemble ?

Cette question est liée à celle de notre capacité à faire vivre les questions de vie syndicale.

L'existence d'une vie syndicale, par l'accueil de nos syndiqués en pointant notre histoire et ce que nous défendons, est essentielle : la création de notre association de consommateurs est à porter comme un outil de notre organisation, qui plus est alors que chaque adhérent l'est de fait à Indecosa à travers sa cotisation.

Il est donc de son droit de le savoir et à notre organisation de son devoir de l'expliquer.

Du matériel existe, faisons-le vivre dans les formations syndicales, d'accueil, et les autres. Portons la volonté dans les syndicats de faire connaître les sujets d'intervention et les convergences possibles avec les batailles menées.

Comment vois-tu la complémentarité « syndicalisme et association de défense des consommateurs » ?

En premier lieu, qu'elle perdure, et que nous soyons conscients de son intérêt à tous les niveaux de notre organisation.

Cela passe par la prise en compte des organisations pour l'organiser, pour s'en servir sur les sujets tels que le logement, la santé, alors que l'association porte la parole des usagers, eux-mêmes des salariés, privés d'emploi ou retraités que nous défendons quotidiennement.

Chacun dans ses prérogatives, cette complémentarité est essentielle.

Elle est à renforcer alors que les richesses produites captées par le patronat doivent servir au développement des services publics, des besoins des citoyens en territoires : là où les antennes Indecosa-CGT peuvent contribuer aux batailles menées par nos organisations territoriales et professionnelles sur des sujets comme la défense d'un hôpital, de bureaux de poste ou encore pour le droit au

Depuis les années 1980, le libre-échange a laminé nos industries mais a, dans le même temps, permis aux travailleurs d'accéder à une masse considérable de productions à bas coût dont l'usage s'est démocratisé. On arrive aujourd'hui au bout de ce cycle.

logement. Les choses avancent. Un travail est déjà fait par des unions départementales pour aider à trouver des représentants chez les bailleurs sociaux. Il en est de même avec le fait de donner les moyens de vivre à l'association, en permettant la tenue de permanences dans les UL ou même de laisser le siège de notre association dans les locaux CGT. C'est une porte d'entrée utile à notre syndicalisme, un autre moyen de montrer la CGT et de nous déployer. Dans de nombreux territoires, Inecosa-CGT permet la syndicalisation et notre renforcement. C'est un atout indispensable pour donner du sens à la place du syndicalisme sur les sujets sociétaux que nous défendons.

À l'issue de son 54^e congrès, qu'attend la CGT de son association de défense des consommateurs pour les prochaines années ?

Nous avons besoin qu'Indecosa nous aide à réfléchir sur le nouveau pacte productif à construire pour relocaliser et décarboner la production et la consommation. Pour cela il nous faut renforcer deux choses :

- Une meilleure imbrication avec la confédération pour que l'activité revendicative soit travaillée en cohérence
 - La construction de l'unité pour qu'Indecosa nous permette d'avoir une stratégie d'influence en direction de toutes les organisations et associations de consommateurs.
- Ensemble, nous avons les moyens de relever les défis qui nous sont posés dans la période à venir ! ■

Propos recueillis par Indecosa

UNE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE VERTE EN INDRE-ET-LOIRE

Le 2 avril, les camarades du 37 ont tenu leur Assemblée générale ordinaire à la Maison des syndicats de Saint-Avertin.

Produits locaux, objets réutilisables, covoiturage, ... : D'un point de vue écolo, plusieurs pratiques vertueuses étaient déjà en place ! Les camarades d'Indre-et-Loire sont en effet sensibles aux impacts environnementaux et cherchent à aller plus loin en ce sens. C'est pourquoi, en plus de prendre les décisions relatives à la vie de l'association, Indecosa-CGT 37 a profité de son AG pour organiser l'après-midi un débat sur la place de l'environnement dans les actions consuméristes, mais aussi sociales, politiques et militantes. Pour nourrir les échanges, ils ont fait participer la chargée de projet écoconsommation de l'équipe nationale d'Indecosa-CGT, qui a pu présenter les liens existants entre consommation et environnement, la stratégie adoptée pour l'année 2026 par l'association et proposer des pistes de réflexion quant aux actions pouvant être portées à l'échelon local.

Energie, alimentation, transports, biodiversité... De multiples sujets ont été évoqués, parfois avec désaccords, mais toujours avec rires et enthousiasme ! La question de la lutte contre la surconsommation et celle de la gestion de nos déchets est revenue régulièrement. Les camarades envisageaient certaines pistes : ramassage de déchets en bord de rivière, atelier couture, réparation vélo, troc... Ils aimeraient aussi participer à la Semaine européenne de réduction des déchets, reste à voir comment. Nous ne savons pas encore ce qu'ils vont faire, mais nous avons déjà hâte de les suivre !

Éléonore Kubik

SEMAINE EUROPÉENNE DE RÉDUCTION DES DÉCHETS, C'EST PARTI !

La Semaine européenne de réduction des déchets (SERD) est l'événement incontournable de sensibilisation à la prévention des déchets.

Organisée à l'échelle européenne étendue - 33 pays en 2025 - et coordonnée en France par l'Agence de la transition écologique (ADEME), elle a vocation à promouvoir des actions concrètes pour réduire la quantité de déchets que nous générons et encourager les pratiques de consommation plus sobre. C'est ainsi que chaque année en novembre, collectivités associations, institutions, mais aussi entreprises et citoyens se mobilisent pour proposer des animations de sensibilisation auprès du plus grand nombre : grand public, scolaires et jeunesse, usagers, salariés, élus... En 2025, 2,3 millions de personnes ont directement participé à l'événement : espérons que la prochaine édition, qui se tiendra du 21 au 29 novembre 2026, rassemblera encore plus !

Notre production de déchets est directement liée à notre consommation, et leur gestion est un service public à forts enjeux : en toute logique, Indecosa-CGT a vu en la SERD une opportunité de s'investir davantage sur ce sujet qui nous concerne tous, de tester de nouvelles activités et de pouvoir aller à la rencontre des usagers et habitants autrement. Connaissance des règles de tri, compostage, réparation, encombrants, suremballage, ramassage de déchets ... La liste des envies manifestées par les camarades est longue, tout comme les pistes d'animations : débats, stands d'information en pied d'immeuble, enquête ou plateforme de troc sont autant d'idées qui ont été évoquées.

Si vous souhaitez faire participer votre association à cet événement, ou simplement en savoir plus, n'hésitez pas à contacter par mail l'équipe nationale d'Indecosa-CGT : des travaux de réflexion ont déjà été engagés auprès d'un groupe qui ne demande qu'à s'agrandir !

Éléonore Kubik

AUGMENTATION DES MUTUELLES INTERDITE

L'article 13 de la loi de financement de la Sécurité sociale pour 2026, a interdit aux mutuelles d'augmenter leurs tarifs par rapport à 2025. Cependant, plusieurs organismes ont tout de même procédé à de telles augmentations, en violation manifeste de la loi. Il convient donc, si vous constatez être victime de cette pratique, d'adresser aussitôt une réclamation à votre mutuelle pour qu'elle corrige ses tarifs d'une façon ou d'une autre. Et n'oubliez pas, si vous êtes membre d'Indecosa-CGT, que vous pouvez vous faire aider de votre association à cet effet.

Dominique Bree



D.R.

Précarité alimentaire des jeunes

POUR LES JEUNES, UNE URGENCE SILENCIEUSE

En France, la précarité alimentaire des jeunes s'impose aujourd'hui comme un phénomène massif et durable. Longtemps reléguée au second plan, elle touche désormais une majorité de 18-24 ans, fragilisés par l'inflation, la hausse du coût du logement, la précarité de l'emploi et des études de plus en plus coûteuses. Pour beaucoup, se nourrir correctement n'est plus une évidence mais un défi quotidien, qui structure l'ensemble de leur vie sociale, scolaire et personnelle.

Les enquêtes menées ces dernières années montrent une tendance lourde : une part importante des jeunes déclare ne pas manger à sa faim ou devoir renoncer à une alimentation équilibrée. Sauter un repas, se contenter de produits très bon marché, limiter les fruits et légumes ou dépendre des distributions alimentaires sont devenus des pratiques courantes. Cette réalité, qui touche aussi bien les étudiants que les jeunes actifs, révèle un basculement profond : l'accès à une alimentation digne n'est plus garanti pour une génération entière, pourtant en pleine construction de son avenir.

Les étudiants sont particulièrement exposés. Entre loyers élevés, transports, frais d'inscription, matériel pédagogique et jobs précaires, leur budget alimentaire est souvent la variable d'ajustement. Beaucoup vivent seuls, loin de leur famille, et n'ont pas accès à des repas réguliers ou à des cuisines équipées. Les files d'attente devant les distributions alimentaires sur les campus témoignent de cette détresse silencieuse. Pour certains, l'aide alimentaire n'est plus un recours ponctuel mais une condition de survie, qui s'installe dans la durée et modifie profondément leur rapport à l'autonomie.

Un facteur d'inégalités

Les conséquences sont multiples. Une alimentation insuffisante ou déséquilibrée fragilise la santé physique, augmente la fatigue, réduit la concentration et affecte la réussite scolaire ou professionnelle. Elle pèse aussi sur la santé mentale : honte, isolement, sentiment d'échec ou d'injustice. La précarité alimentaire n'est pas seulement un manque de nourriture, c'est un facteur d'inégalités qui s'enracine et compromet l'avenir de milliers de jeunes.

Face à cette situation, les associations jouent un rôle essentiel. Certaines ont développé un modèle innovant : elles récupèrent des invendus alimentaires auprès de commerces, de traiteurs, de cantines ou d'événements, puis les redistribuent gratuitement aux étudiants en difficulté. Ce système, qui lutte simultanément contre le gaspillage et la précarité, permet de proposer des paniers variés, souvent de bonne qualité, incluant des produits frais et diversifiés. Dans de nombreuses villes universitaires, ces distributions sont devenues un rendez-vous indispensable, soutenu par un réseau de bénévoles et

de partenaires engagés. Pour beaucoup de jeunes, ces paniers représentent un souffle d'air, un moment de répit dans un quotidien tendu, et parfois la seule occasion de consommer des produits nutritifs.

Au-delà de ces initiatives, la situation exige désormais une mobilisation nationale à la hauteur de l'enjeu. Les acteurs de terrain alertent depuis plusieurs années sur l'aggravation rapide de la précarité alimentaire chez les jeunes. Les dispositifs existants, bien qu'utiles, restent insuffisants face à l'ampleur des besoins. L'urgence est donc que le gouvernement renforce son engagement, en inscrivant l'accès à une alimentation saine et suffisante comme une priorité de politique publique. Cela implique de consolider les aides, de soutenir davantage les structures de solidarité et de garantir des moyens pérennes pour que chaque jeune puisse se nourrir dignement. Sans un investissement plus fort de l'État, la précarité alimentaire risque de s'enraciner durablement et de compromettre l'avenir d'une génération entière.

Une demande en augmentation

D'autres initiatives complètent ce paysage : épiceries solidaires, repas à un euro, actions des CROUS, partenariats avec des producteurs locaux, projets municipaux ou associatifs. Elles apportent des réponses concrètes, mais restent souvent dépendantes de financements instables et d'un engagement bénévole sous tension. La demande, elle, ne cesse d'augmenter, signe que la précarité alimentaire n'est plus un phénomène conjoncturel mais structurel. La précarité alimentaire des jeunes n'est pourtant pas une fatalité. Elle interroge notre modèle social et les moyens que nous consacrons à l'autonomie des nouvelles générations. Garantir l'accès à une alimentation saine et suffisante, c'est offrir les conditions minimales pour étudier, travailler, se projeter et construire sa vie. C'est aussi affirmer qu'une société qui laisse ses jeunes avoir faim compromet son propre avenir. ■

Véronique Bourgeois

L'Épicerie gratuite solidaire de l'Université de Rennes récupère des invendus de supermarchés et de cantines scolaires pour les donner à des étudiants.



D.R.

LE SURENDETTEMENT DES JEUNES : UNE INTERPELLATION POLITIQUE

La Banque de France, dans son rapport 2025 sur le surendettement, annonce que 148 013 dossiers ont été déposés auprès des commissions départementales, soit 9,8% d'augmentation sur un an. Cette hausse observée confirme la persistance de difficultés financières pour les ménages les plus fragiles et révèle des tensions sur leurs revenus où les coûts fixes absorbent une part croissante des budgets.

Dans son rapport, parmi les faits les plus importants, la Banque de France fait état d'une forte augmentation du surendettement des jeunes.

L'analyse des dossiers traités en 2025 met en évidence une progression du surendettement dans la tranche d'âge 18-29 ans, puisqu'au total 17087 dossiers sont concernés contre 12535 en 2024 soit une hausse de 36%. Les 18-29 ans représentent désormais 12% des dossiers alors qu'ils ne pesaient que 5% en 2022.

Contrairement à une idée très répandue, le nombre de dossiers liés à une mauvaise gestion financière est minoritaire. Les facteurs économiques, notamment l'insertion, la stabilité dans l'emploi et le chômage jouent un rôle essentiel dans la montée du surendettement. Ainsi, 37% de ces jeunes endettés sont au chômage et 62% sont employés ou salariés, constituant des catégories sociales touchées par des contrats courts ou mal rémunérés. Pour exemple, le taux de chômage chez les 15-24 ans a bondi, selon l'INSEE, de 2,8% sur un an, atteignant 21,5%.

Le logement, problème majeur

Le contexte économique, marqué par les conséquences de l'inflation et la hausse des charges du quotidien, explique aussi le fait que les dettes de la vie courante (loyers, énergie, impôts) soient présentes dans 75% des dossiers. Ainsi, la pression sur le pouvoir d'achat de plus en plus érodé fragilise les plus modestes.

À cela, s'ajoute la problématique du logement qui apparaît comme étant majeure puisque près d'un



quart de ces jeunes ne peuvent payer un loyer et sont encore hébergés gratuitement, dépendant souvent de la solidarité familiale.

L'ensemble de ces éléments traduit une intensification des difficultés financières rencontrées par les jeunes adultes.

Danger des mini-crédits

Mais au-delà de ces constats liés à la situation économique et sociale, l'examen des dossiers montre de nouvelles formes de surendettement liées notamment aux mini-crédits, crédits consommation, crédits renouvelables et aux paiements fragmentés omniprésents sur tous les sites marchands. Ces nouveaux produits s'adressent essentiellement aux plus jeunes et aux personnes déjà en difficulté. Souvent souscrits en ligne simplement, sans vérification suffisante de la solvabilité, ils permettent la multiplication de petits crédits et participent grandement à l'accroissement du surendettement et particulièrement celui des jeunes.

Nul doute que la responsabilité des organismes de crédit et la pression à la consommation soient fortement engagées, même si dès novembre 2026, les crédits à la consommation seront davantage encadrés en contraignant les organismes de crédit à plus de contrôle sur la solvabilité des emprunteurs.

Mais, si l'encadrement de l'accès aux crédits consommation devrait permettre de limiter certaines dérives, cela ne sera pas suffisant

car la lecture des différentes analyses sur le surendettement des jeunes montre qu'il n'est qu'une réponse aux besoins immédiats de la vie quotidienne qui leur permet seulement de survivre et met surtout en lumière l'absence de projet.

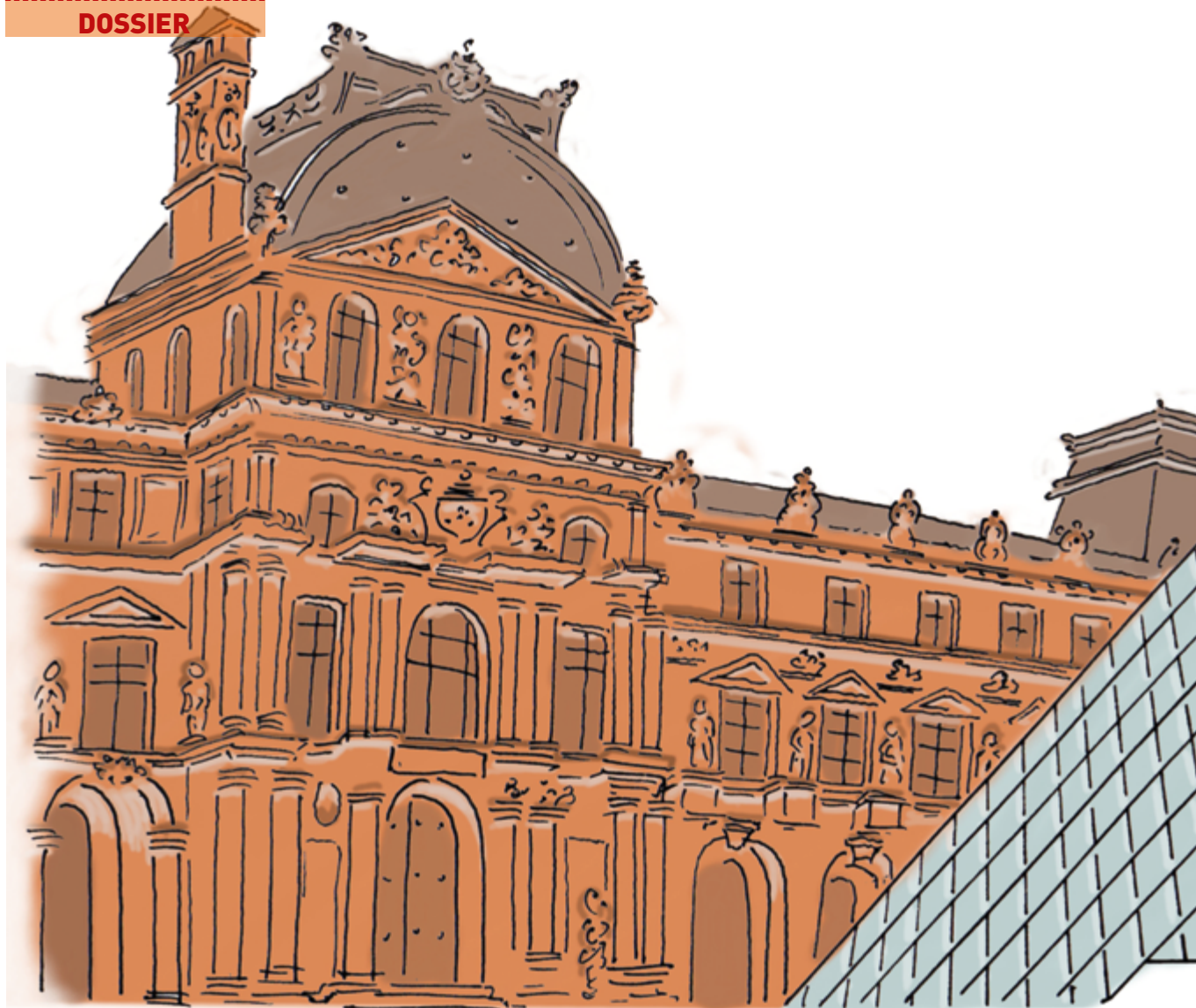
Cet élément est fondamental dans la compréhension de l'augmentation du surendettement des jeunes car il est la traduction de ce qu'ils vivent : à savoir l'absence de perspective et l'impossibilité de se projeter, aggravées par un sentiment de déclassement économique et social. La France est aujourd'hui le pays en Europe qui compte le plus de jeunes de 16 à 29 ans qui ne sont ni en études, ni en emploi, ni en formation (NEETs) puisqu'à fin 2024, elle comptait 1,4 million de jeunes NEETs, c'est-à-dire plus d'un jeune sur 8 et près d'un jeune sur 3 dans les quartiers prioritaires de la ville.

Rester aux côtés des jeunes

Nous ne pouvons laisser nos jeunes dans cet état de déshérence, ballottés entre fatalisme, frustration, désillusion et impuissance, en décalage complet entre les discours politiques affichés et la réalité.

Leur inclusion économique et sociale doit être au cœur de nos préoccupations. La situation des jeunes est une interpellation qui doit s'adresser à toute notre société. ■

Martine Morel



MAIN BASSE SUR LA CULTURE

Quand la culture devient marché, l'imaginaire se fait

La culture devrait déterminer notre capacité collective à imaginer le monde pour mieux le comprendre et le transformer. Mais cet imaginaire est de plus en plus soumis aux logiques de rentabilité financière. Nos consciences sont domestiquées. Entre plateformes numériques globales et initiatives locales résistantes, entre algorithmes tic et toc et créations collectives exigeantes, une bataille d'imaginaires fait rage. Dans cette mêlée, une grande question se joue : la culture restera-t-elle un bien commun... ou perdra-t-elle son ADN, cette aptitude à questionner, à mettre en partage et à ouvrir de nouveaux horizons ?



produit

« La culture ne s'hérite pas, elle se conquiert. » La formule d'Albert Camus souvent attribuée à André Malraux revendiquait un sens, un contenu, un devoir de libération des consciences en ces bons vieux temps de glorieuses rugissantes, lorsque furent posées les fondations d'une culture conçue comme un bien commun, une mission d'intérêt général, une promesse d'émancipation. Le modèle, issu du projet politique né de la Libération, a nourri une sorte de fierté nationale qui prit pour nom l'exception culturelle. Avec la création du ministère de la Culture, en 1959, une idée aussi simple qu'ambitieuse prenait corps : rendre accessibles au plus grand nombre les mille et une facettes de la création.

Quand la culture se fit exception

C'est ainsi que la culture devint un droit, un espace de transmission, d'émancipation et de pensée critique. Des maisons de la culture aux bibliothèques municipales, des scènes nationales aux conservatoires, toute une architecture

publique s'est progressivement mise en place. Dans les années 1980-1990, on peut même parler d'âge d'or pour cette action culturelle qui voit ses budgets progresser, qui soutient ardemment le spectacle vivant, qui accouche de la Fête de la musique et du prix unique du livre.

L'exception culturelle gagne les cerveaux des acteurs de la culture sous l'impulsion notamment de personnalités comme Jack Ralite, grand défenseur du service public culturel et de l'accès de tous à la création. Cette idée que les biens et services culturels – qui ne sont pas de simples marchandises mais qui portent des identités, des langues et des imaginaires – doivent être protégés des lois du marché est un défi de taille face à la marchandisation grandissante de la culture par ses industries, notamment anglo-saxonnes. Ce qui se traduit dans la France de l'époque par des politiques publiques volontaristes visant à préserver la diversité culturelle (quotas de diffusion, subventions, soutien au cinéma, etc.). La culture se dit alors bien commun.

Quelque chose s'est depuis fissuré. Par petites touches pour →

“UN EFFET DE L'AIR DU TEMPS SUGGÈRE DE CONSOMMER PLUS QUE DE CULTIVER”

→ commencer, comme un effet de l'air du temps qui suggéra de consommer plus que de cultiver, puis à plus vive allure. La culture sera de plus en plus traitée comme un produit parmi d'autres, une offre à optimiser, un contenu à monétiser, un flux à capter. On ne parle plus de transmission mais d'« engagement », de « visibilité », de « marché ». Le citoyen est écarté, on lui préfère le consommateur de produits culturels, l'acheteur de contenus. Le phénomène est mondial. Comme l'a noté le philosophe Byung-Chul Han en 2010 dans sa critique de la société de la performance, « *la culture contemporaine tend à perdre sa dimension critique au profit d'une logique de performance et de consommation.* »

Pénurie organisée

Sous la pression du marché, le choix est politique... et assumé. Il résulte d'un processus délibéré qui s'appuie doublement sur le désengagement public et l'assaut marchand. Depuis les grandes lois de décentralisation des années 1980 jusqu'aux réformes récentes, l'État s'est en effet progressivement désengagé de son rôle de garant de l'accès universel à la culture. Tout un réseau de Maisons de la culture, de DRAC, de festivals subventionnés, d'ateliers d'écriture ou de danse en milieu scolaire s'est progressivement délité sous l'effet de coupes budgétaires systématiques. Quand l'État déserte, le marché s'engouffre.

Depuis une quinzaine d'années, les budgets culturels stagnent ou se réorganisent sous contrainte. En 2024, le budget culture de l'État a été amputé de 204 millions. Il baisse encore d'environ 150 millions d'euros dans la loi de finances 2025. Les dotations aux collectivités qui financent l'essentiel de la dépense culturelle publique (10,7 milliards d'euros en 2023) sont en baisse de 2,2 milliards. Conséquence, en 2025, près de 50 % des collectivités ont réduit leur budget culture, une rupture historique. Plus des deux tiers des départements ont réduit leurs subventions aux associations. Dans certains cas, les aides au spectacle vivant ou aux festivals chutent de plus de 30 %. Certaines régions rationnent leurs aides aux scènes nationales.

Des municipalités gèlent les subventions aux associations



culturelles. Des maisons des jeunes et de la culture ferment ou limitent leurs activités. Des radios associatives ont dû restreindre leurs émissions faute de financement. Des scènes nationales ont supprimé des productions ou raccourci leurs saisons. Les festivals indépendants sont cruellement touchés, beaucoup disparaissent, d'autres changent de nom pour séduire des sponsors. C'est ainsi que ces dernières années, plusieurs petits festivals de musique ont dû renoncer à leur programmation artistique originale pour adopter des formats plus commerciaux, souvent centrés sur des têtes d'affiche médiatiques.

Un directeur de scène nationale confie, un peu amer : « *On ne veut plus savoir ce que nous produisons artistiquement, on nous demande seulement combien de spectateurs se déplaceront et combien de nuitées d'hôtel seront générées.* » La subvention enfile les habits du contrat de performance, il faut attirer du public, convoquer des partenaires privés, rassurer les financeurs. La logique reste la même : arbitrage budgétaire, rationalisation, optimisation. La culture se fait variable d'ajustement. Les

CENSURE DANS LE GRAND EST

La pression du marché ne se contente pas de redessiner radicalement le paysage culturel. Les liens entre le monde de l'entreprise et celui du monde politique et de ses institutions ajoutent à ce remodelage une inquiétante dimension idéologique. C'est ainsi qu'en 2026 – un exemple parmi d'autres – la Région Grand Est a gelé sous la pression de la droite et de l'extrême droite sa subvention de 90 000 euros au festival « Le Jardin du Michel ». Il lui était reproché de programmer les rappeurs de Sniper dont certains anciens morceaux (de 2001 et 2003) avaient été jugés anti-France et anti-police par des élus de droite et d'extrême droite. Ces mêmes morceaux avaient fait l'objet de poursuites judiciaires au début des années 2000, notamment à l'initiative de Nicolas Sarkozy alors ministre de l'Intérieur. Le groupe avait été relaxé sans condamnation. Ce qui n'a pas empêché une grande région de remettre le couvert de la censure.





financements dépendent de plus en plus des critères de fréquentation, d'attractivité ou de retombées économiques. La culture doit prouver qu'elle rapporte.

Show devant !

Pendant que les collectivités se retirent, les sponsors, les fondations privées, les grandes entreprises se précipitent. Les vases communiquent parfaitement. Même si le mécénat n'est pas chose nouvelle, il est devenu pour nombre d'institutions la variable d'ajustement budgétaire. Certaines expositions de musées ne peuvent tout simplement plus exister sans

partenaires privés. Le recours croissant au mécénat, les partenariats avec de grandes entreprises et le développement d'expériences immersives témoignent de la transformation progressive des grands musées en institutions hybrides, à la fois culturelles, touristiques et économiques. Les musées publics doivent développer des recettes propres avec l'aide de leurs boutiques, des privatisations de salle, des événements... devenant eux-mêmes des marques culturelles à vocation internationale comme le Centre Pompidou à Malaga ou le Louvre à Abu Dhabi... Résumé, il faut « sécuriser » les programmations, privilégier les artistes connus, les expositions spectaculaires, les formats dits « grand public ».

“ LA CULTURE CONTEMPORAINE TEND À PERDRE SA DIMENSION CRITIQUE AU PROFIT D'UNE LOGIQUE DE PERFORMANCE ET DE CONSOMMATIONS ”



LE SPECTACLE VIVANT À BOUT DE SOUFFLE

Par définition, le spectacle vivant a besoin de respirer. Son poumon ? Les intermittents du spectacle, dont le statut est régulièrement remis en cause depuis les années 1990 lors de chaque négociation de l'assurance-chômage, sous la double pression des représentants patronaux et de l'État. Ce statut qui permet de rémunérer des artistes entre deux contrats instaure une solidarité interprofessionnelle indispensable à la survie d'une grande partie de cette production culturelle souvent non rentable et fondée sur des emplois discontinus. Sur les 305 000 intermittents indemnisés en 2024, plus de la moitié nourrit le spectacle vivant. Or comme l'a dénoncé la Fédération du spectacle CGT, « plus la crise avance, plus les conditions d'accès aux indemnités se durcissent ». Toute restriction du régime réduit d'autant le nombre de productions, notamment dans le spectacle vivant et pour les petites structures, ce que Jean Vilar, fondateur du festival d'Avignon avait résumé en affirmant que « la qualité, la diversité et la pérennité du spectacle vivant reposent en très grande partie sur les intermittents du spectacle ». Ce qui se joue est simplement la persistance du modèle culturel français.



→ Les projets plus libres ou exigeants sont de plus en plus difficiles à financer, ce qui conduit à ce terrible paradoxe : alors que la création n'a jamais été aussi foisonnante, les moyens de la soutenir fondent comme neige au soleil.

Dans ce chaos libéral, l'art lui-même change de nature. Il s'industrialise. Dans les musées, les grandes expositions tendent à devenir de grands shows médiatiques. Elles accueillent des centaines de milliers de visiteurs et génèrent d'importantes recettes, à condition de séduire partenaires et publics, d'être spectaculaires, immersives, « instagrammables ». Les scénographies multiplient les projections, les dispositifs interactifs, les expériences sensorielles. Sorti du Luna Park, c'est sûr, le visiteur repartira avec des images, des sons et des vidéos qu'il s'empressera de partager sur les réseaux. Le public se fait influenceur d'autres publics qui se feront eux-mêmes influenceurs...

Dans les festivals, la pression économique pousse également à la prudence artistique. Les programmeurs privilégient souvent des têtes d'affiche déjà connues pour garantir la billetterie. Le Printemps de Bourges et le Nice Jazz Festival ont par exemple progressivement intégré des logiques de financement privé, de partenariats et de têtes d'affiche destinées à attirer un public plus large. Plusieurs festivals indépendants ont disparu ces dernières années faute de financement, comme l'Imaginarium Festival, le No Logo Festival ou l'Electrobeach du Barcarès. D'autres ont modifié en profondeur leur programmation pour attirer des sponsors. Une évolution qui traduit la transformation des festivals culturels en événements économiques et touristiques majeurs.

Formatages culturels

La mutation la plus spectaculaire vient toutefois du numérique. En une quinzaine d'années, les plateformes ont totalement redessiné le paysage culturel mondial. À la barre, Netflix

pour les séries, Spotify pour la musique, TikTok pour la vidéo courte, Amazon pour les livres et le streaming. Ces acteurs privés façonnent désormais la majeure partie de nos pratiques culturelles avec un modèle simple de type « médiocratique » : accumuler les contenus, analyser les comportements des utilisateurs, calibrer l'offre en tenant compte des usages, puis imposer en retour les recommandations concoctées par les algorithmes. Uniformiser. Appauvrir. Restreindre... Certaines séries sont même écrites en fonction des données de visionnage. La durée des épisodes, le rythme narratif ou les rebondissements sont ajustés pour maximiser l'attention. Ce que le philosophe américain Shoshana Zuboff a appelé un capitalisme de surveillance culturelle, « *chaque clic, chaque écoute, chaque pause devient une donnée exploitable* ».

Dans la musique, l'effet est encore plus net. Sur Spotify, une grande partie des écoutes provient de playlists éditoriales ou algorithmiques. L'impression de diversité repose sur une illusion et cache en réalité une standardisation silencieuse. Certains artistes en viennent parfois eux-mêmes, en fonction des formats « consommables », à composer des morceaux courts, avec accroche immédiate et structure simple. Le musicien devient un stratège de l'algorithme, la culture une science du clic.

Les artistes eux-mêmes, par contrainte économique, doivent changer de métier, se transformer en entrepreneurs. Dossiers de subvention, appels à projets, communication sur les réseaux sociaux, recherche de sponsors, le créateur devient multitâche, se charge d'un lourd travail d'administration et de promotion. Les compagnies de théâtre produisent des spectacles plus légers, plus faciles à tourner. Les résidences artistiques se raréfient. Les formes longues ou expérimentales sont difficiles à financer. Sur les réseaux sociaux, les artistes sont encouragés à devenir leur propre marque pour exister dans l'écosystème numérique. Certains musiciens passent plus de temps à produire des vidéos promotionnelles sur TikTok qu'à composer. La logique du buzz s'impose. La

“LA
SUBVENTION
ENFILE LES
HABITS DU
CONTRAT DE
PERFORMANCE.
LA CULTURE
DOIT PROUVER
QU'ELLE
RAPPORTE”

PASS CULTURE : L'ÉCHEC D'UN QUINQUENNAT

Généralisé en 2021, le pass Culture aura été l'une des grandes promesses non tenues du quinquennat Macron. Le dispositif a bien touché une génération : environ 4,2 millions de jeunes inscrits depuis 2019 et près de 84 % d'une classe d'âge bénéficiaire. Mais sur le plan culturel, le bilan est sévère. La Cour des comptes constate un impact « limité » sur la démocratisation culturelle, le dispositif profitant d'abord aux jeunes déjà familiers de la culture. Les classes populaires sont moins nombreuses à l'activer (68 %). Tandis que le spectacle vivant reste marginal, le pass fonctionne davantage comme un outil de consommation que comme un instrument de découverte. Surtout, les reculs budgétaires récents (baisse du crédit de 500€ à 300 €, puis à 150 €, réduction de la part collective) traduisent un désengagement de l'État qui signe l'échec de l'objectif initial : élargir réellement l'accès à la culture. Lorsque les crédits diminuent, ce sont d'abord les établissements scolaires et les publics les plus éloignés de la culture qui sont touchés, ceux qui ont le plus besoin d'incitation et d'accompagnement. Les attermolements politiques et les changements de cap ont donc fragilisé les acteurs culturels et éducatifs. Conçu pour démocratiser l'accès à la culture, le pass Culture reproduit les inégalités qu'il devrait corriger.

pass
Culture 



création, qui a besoin de temps, cède le pas au « coup » médiatique espéré. La dictature du chiffre – nombre de vues, abonnés, likes – s'impose pour établir la valeur artistique.

L'aspiration des consciences

Face à cette aspiration des consciences, les inégalités d'accès à la culture ne cessent de se creuser. Tandis que dans certaines communes rurales les bibliothèques réduisent leurs horaires faute de personnel, que des ateliers artistiques disparaissent dans les écoles, que les interventions d'artistes en milieu scolaire se raréfient au profit de l'entrée en salle de classe de Google ou Microsoft, les plateformes prennent le relais au prix fort, sous abonnement. Les plus fragiles en sont les premiers exclus. Une famille qui cumule Netflix, Spotify et d'autres services dépense facilement plus de cinquante euros par mois. La culture devient un service payant continu, créant une nouvelle fracture. D'un côté, une offre massive mais standardisée, de l'autre, des pratiques culturelles plus exigeantes mais concentrées dans les centres urbains et fréquentées par des publics déjà dotés d'un fort capital culturel.

Résistances

Heureusement, l'histoire ne s'arrête pas à cet inquiétant constat. Des mouvements de résistance émergent pour arracher ici et là un projet de culture publique, démocratique, émancipatrice. Ces initiatives, qui puisent dans les richesses de l'éducation populaire, privilégient les temps longs, le collectif, le partage et le commun. Parmi ces contre-modèles, citons les librairies indépendantes qui connaissent depuis quelques années un regain significatif. Partout en France, elles développent des modèles économiques alternatifs pour résister au rouleau compresseur des grandes chaînes et du commerce en ligne. Certaines s'appuient sur la mutualisation des moyens et des ventes via des réseaux comme ALIP ou la plateforme leslibraires.fr, d'autres misent

sur la diversification, les cafés-librairies, les événements culturels, les rencontres, la spécialisation éditoriale ou encore des structures coopératives associant les lecteurs.

Le foisonnement ne s'arrête pas là. Les cinémas d'art et d'essai attirent encore un public fidèle malgré la concurrence des plateformes. À Lyon, par exemple, les cinémas Lumière ont mis en place une politique tarifaire solidaire et des abonnements à prix réduit, permettant à des publics modestes d'accéder à une programmation de cinéma d'art et essai. Des coopératives culturelles se développent associant artistes, publics et collectivités dans des projets collectifs. À Marseille, la coopérative musicale Grand Bonheur regroupe plusieurs structures pour mutualiser moyens, compétences et réseaux. Dans les univers numériques, des initiatives d'accès libre se multiplient avec l'ouverture de bibliothèques numériques, l'émergence d'archives en ligne et de plateformes coopératives. Des initiatives comme Framasoft développent ainsi des services libres et décentralisés, proposant des alternatives aux grandes plateformes commerciales et défendant un modèle fondé sur les communs numériques. Certains musées entrent dans la danse de ces résistances pour expérimenter de nouveaux formats participatifs. Des lieux hybrides fleurissent un peu partout mêlant ateliers, création artistique et débat citoyen. L'éducation populaire retrouve également une certaine vitalité par le biais d'associations animant des ateliers d'écriture, des ciné-clubs, des universités populaires... Sans oublier le nombre de médias associatifs, en ligne souvent, qui ne cesse de se multiplier pour exprimer une critique engagée de la marchandisation culturelle, donner la parole aux artistes et aux professionnels du secteur.

Alors, si Camus avait raison en affirmant que « la culture ne s'hérite pas mais qu'elle se conquiert », ajoutant même qu'elle est « ce qui répond à l'homme quand il se demande ce qu'il fait sur la terre », comment imaginer un instant pouvoir en confier le destin aux algorithmes ? La marchandisation de la culture n'est pas qu'affaire de gros sous. Elle nous interpelle dans notre capacité collective à penser le monde et à le transformer. ■

“ LE MÉCÉNAT EST DEvenu POUR NOMBRE D'INSTITUTIONS LA VARIABLE D'AJUSTEMENT BUDGÉTAIRE ”

OBLIGATION DE DÉLIVRANCE CONTINUE

Par un arrêt rendu le 5 mars 2026, la Cour de cassation rappelle que l'obligation de délivrance constitue une obligation continue dont l'exécution doit être assurée pendant toute la durée du contrat. La prescription ne commence pas à courir tant que le manquement persiste, ce qui permet au consommateur d'agir tant que la prestation n'est pas correctement fournie. Cette solution, bien que prononcée en matière immobilière, s'applique aisément aux contrats de services à exécution successive, notamment dans les secteurs de l'énergie, des télécommunications ou des abonnements numériques. Elle ouvre la voie à des demandes de réparation portant sur les cinq années précédant l'action et renforce la responsabilité des prestataires en cas de dysfonctionnements prolongés. ■ 5 mars 2026 – Cass. 3e civ., n° 24-19.292

REMBOURSEMENT D'INDUS ET USAGE CONFORME

Dans une décision du 19 février 2026, la Cour juge que le remboursement d'indus est dû lorsque la prestation n'a pas été utilisée conformément aux conditions prévues. Bien que l'affaire concerne un dispositif social, le principe dégagé présente une portée plus large : le paiement doit correspondre à une utilisation conforme de la prestation. Cette logique éclaire les contrats de services à forfait, les assurances ou encore les prestations réglementées. Le consommateur doit respecter les modalités d'usage prévues au contrat, faute de quoi un réajustement financier peut être exigé. L'arrêt rappelle ainsi l'importance d'une adéquation entre la prestation fournie, son usage réel et le montant facturé. ■ 19 février 2026 – Cass. 2e civ., n° 23-18.955



TRANSPARENCE TARIFAIRE : CONTRÔLES DGCCRF ET SANCTIONS

Les contrôles menés par la DGCCRF au cours du mois d'avril 2026 mettent en évidence des manquements persistants dans l'affichage des prix, en particulier dans les secteurs du contrôle technique, des services bancaires et du dépannage. Les sanctions administratives peuvent atteindre 15 000 euros en cas de défaut d'information précontractuelle. Les autorités insistent

sur la nécessité d'une information claire et accessible, notamment en ligne, et ciblent les pratiques commerciales trompeuses liées aux frais annexes. Les professionnels sont invités à mettre à jour leurs supports numériques et à renforcer leurs procédures internes afin de garantir une conformité documentaire complète. ■ Avril 2026



ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA TAXE SUR LES PETITS COLIS (TPC)

Depuis le 1^{er} mars 2026, une taxe spécifique s'applique aux envois de faible valeur importés depuis des pays situés hors Union européenne. Issue de la loi de finances pour 2026, la taxe sur les petits colis vise à limiter les achats impulsifs de produits très bon marché, notamment issus de la fast-fashion. Elle concerne les envois d'une valeur inférieure à 150 euros destinés à la France métropolitaine, aux départements d'outre-mer (hors Guyane, Mayotte et Saint-Martin) ainsi qu'à Monaco. Le montant est fixé à deux euros par catégorie de produit, indépendamment du nombre d'articles. La taxe est due par le redevable de la TVA à l'importation, généralement le vendeur ou la plateforme d'e-commerce. Le dispositif est transitoire et prendra fin au plus tard le 31 décembre 2026, date à laquelle un mécanisme européen harmonisé doit prendre le relais. ■ 1^{er} mars 2026

ACTUALISATION DES SEUILS DE L'USURE : NOUVEAUX PLAFONDS APPLICABLES AUX CRÉDITS

L'avis publié le 26 mars 2026 fixe les nouveaux seuils de l'usure applicables à compter du 1^{er} avril. Ces plafonds sont établis à partir des taux moyens pratiqués au premier trimestre 2026 par les établissements de crédit. Le taux d'usure correspond au taux maximal au-delà duquel un prêt devient usuraire, apprécié au regard du TAEG, lequel inclut intérêts, frais de dossier, commissions d'intermédiaires, assurances et garanties obligatoires. Les nouveaux plafonds applicables aux prêts immobiliers s'établissent à 4 % pour les prêts de moins de dix ans, 4,48 % pour ceux compris entre dix et vingt ans, 5,19 % pour les prêts de vingt ans et plus, 5 % pour les prêts à taux variable et 6,2 % pour les prêts-relais. La révision trimestrielle permet d'ajuster ces seuils aux conditions réelles du marché du crédit et vise à maintenir un équilibre entre protection des emprunteurs et continuité de l'offre bancaire. ■ 1^{er} avril 2026

Karima Chikhaoui Mellas

À PROPOS DU PRIX UNIQUE DU LIVRE

La loi Lang sur le prix unique du livre, appliquée en France depuis le 1er janvier 1982, l'était déjà en Espagne depuis 1975, et le sera dans la plupart des pays européens entre 1996 et 2017. En France, ce ne fut pas sans mal : les grandes surfaces sont allées jusqu'à porter l'affaire devant la Cour de justice des communautés européennes. L'objectif était de protéger les librairies contre les grandes surfaces, hypermarchés, grossistes, dorénavant obligés de limiter leurs rabais à 5 % du prix déterminé par l'éditeur, alors qu'auparavant, la Fnac proposait des réductions allant jusqu'à 40 %, entraînant la fermeture de nombreuses librairies.

On pourrait penser que cette loi prive le consommateur du bénéfice de ces rabais.

Mais les librairies – durant la crise sanitaire, elles ont fait partie des commerces essentiels et sont restées ouvertes – ont pour mission de mettre à disposition le plus large échantillon de la production éditoriale, livres « de niche » comme best-sellers, contrairement aux hypermarchés, qui ne proposent que les derniers. Leur permettre d'échapper à la concurrence des grandes surfaces pour pouvoir remplir leur mission culturelle, tel est l'esprit de cette loi.

Francis Ambrois

DES CARMEN VERSION GRÉVISTES



Qui est allé à Marseille connaît la Friche de la Belle de Mai, un centre culturel alternatif. En revanche, pas grand monde ne sait qu'à la fin du XIXe siècle s'y trouvait une fabrique de cigares et cigarettes, la Belle de Mai. Et moins nombreux encore ceux qui savent que dans cette manufacture d'État (le tabac fut un monopole d'État) s'est déroulée en 1887 (huit ans avant la naissance de la CGT) une grève des cigarières, l'une des premières grèves de femmes, immigrées italiennes pour la plupart. Une grève – victorieuse – pour la dignité (arrêt des fouilles et des palpations par des

contremaîtres lubriques), pour des augmentations de salaire et l'amélioration des conditions de travail. Cette BD raconte ce mouvement collectif oublié des livres d'histoire, qui eut pourtant un impact considérable sur les rapports sociaux, les relations entre les hommes et les femmes et l'histoire du syndicalisme. En noir et blanc, avec quelques touches de bleu, les deux autrices retracent cette histoire qui aboutira à la création d'un syndicat.

La Belle de Mai. Fabrique de révolutions, de Mathilde Ramadier et Élodie Durand, Futuropolis, 144 p., 22 €.

Georges Ubbiali

ABONNEMENT

INDIVIDUEL

6 € le numéro

35 € pour 6 numéros

Livraison à domicile

Nom :

Prénom :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Tél. :

Portable :

E-mail :

Entreprise ou organisme :

ENVOI EN NOMBRE

Nous contacter : contact@indecosa.cgt.org

Je règle par chèque à l'ordre de Indecosa-CGT
je règle par carte bancaire sur indecosa.fr

A retourner à IN magazine •

Case 1-1 263, rue de Paris 93516

Montreuil Cedex Tél. : 01 55 82 84 05

ADHÉSION

Nom :

Prénom :

Date de naissance :

Adresse :

Code Postal :

Ville :

Téléphone fixe :

Portable :

Courriel :

Entreprise ou organisme

Adhésion seule 30 €

Je m'abonne à In magazine pour six numéros 35 €

Date et signature



Scannez et
découvrez le site
d'INDECOSA-CGT
<https://www.indecosa.fr>

La Macif vous protège dans votre activité syndicale () avec **des contrats** **sur mesure.**

Être syndicaliste, aujourd'hui plus que jamais, est un engagement de tous les instants.

La Macif est à vos côtés pour soutenir et sécuriser votre action militante.

→ Contactez-nous : partenariat@macif.fr



La Macif,
c'est **vous.**