



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>62369</b>	De <b>Mme Odile Saugues</b> ( Socialiste, républicain et citoyen - Puy-de-Dôme )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Commerce, artisanat, consommation et économie sociale		<b>Ministère attributaire</b> > Commerce, artisanat, consommation et économie sociale
<b>Rubrique</b> > consommation	<b>Tête d'analyse</b> > INC	<b>Analyse</b> > missions. financement.
Question publiée au JO le : <b>05/08/2014</b> Réponse publiée au JO le : <b>11/11/2014</b> page : <b>9505</b> Date de changement d'attribution : <b>27/08/2014</b>		

### Texte de la question

Mme Odile Saugues attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, du redressement productif et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, sur les risques que ferait peser la sortie de la revue « 60 millions de consommateurs » du contrat d'objectifs et de performance de l'Institut National de la Consommation sur les activités de ce dernier. L'INC a connu ces dernières années une diminution constante des subventions lui étant allouées par l'État ; les recettes issues des ventes de « 60 millions de consommateurs » ont par conséquent représenté une part croissante de ses ressources. À subventions constantes et privé de ces recettes, l'Institut risquerait de voir son budget, et par conséquent ses capacités, grandement réduites. Elle souhaiterait donc connaître les mesures envisagées pour permettre à l'INC de continuer à effectuer dans de bonnes conditions sa mission d'information et d'expertise.

### 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, est en cours d'élaboration. Ce contrat permettra 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 viendront conforter et accroître la visibilité de l'INC et la lisibilité de son action au profit du mouvement consommériste. Les activités de presse du magazine 60 millions de consommateurs figurent explicitement dans le projet de COP, dont la rédaction, en voie de finalisation, pose le principe de la définition par l'INC d'une stratégie éditoriale permettant d'assurer la pérennité de ses activités de presse. 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.