



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>63185</b>	De <b>Mme Marie-Noëlle Battistel</b> ( Socialiste, républicain et citoyen - Isère )	<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>26/08/2014</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 Marie-Noëlle Battistel 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, au sujet des missions de l'Institut national de la consommation (INC). Il semblerait que le projet de contrat d'objectifs 2014-2018 exclut le magazine *60 millions de consommateurs* des activités de l'INC, qui l'édite depuis 1970. Cette exclusion aurait pour conséquence directe de priver cet établissement public d'une part considérable de ses ressources, alors même que l'INC doit faire face, depuis plusieurs années, à une diminution des subventions publiques. Aussi, elle souhaiterait connaître les mesures envisagées par le Gouvernement pour permettre à l'INC de continuer à jouer son rôle d'expertise, d'information et de défense des droits des consommateurs en toute indépendance.

### 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.