



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>65108</b>	De <b>Mme Joëlle Huillier</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>30/09/2014</b> Réponse publiée au JO le : <b>11/11/2014</b> page : <b>9505</b>		

### Texte de la question

Mme Joëlle Huillier attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, sur les activités de l'institut national de la consommation. Selon les associations et les organisations syndicales, l'exclusion de la revue *60 millions de consommateurs* de son champ d'action serait envisagée. Elles craignent les conséquences de la perte des recettes induites pour l'INC, notamment pour les emplois de ses salariés et le droit des consommateurs à disposer d'une information indépendante. Pour la région Rhône-Alpes, cette mesure s'ajouterait à la dissolution, intervenue en juillet 2013, du centre technique régional de la consommation. Elles demandent à être consultées sur le projet en cours et sollicitent le maintien du magazine dans les activités de l'établissement public. Elle souhaite connaître la position du Gouvernement et les mesures qu'il envisage pour garantir le rôle de l'INC dans l'information et la défense des consommateurs.

### 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.