



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Protection des consommateurs

Question écrite n° 9027

Texte de la question

M. Denis Merville appelle l'attention de M. le ministre de l'économie sur l'inégalité de concurrence existant entre les deux principales revues de consommation paraissant en France. En effet, il apparaît que l'Union fédérale des consommateurs (UFC), association de droit privé, tire l'essentiel de ses ressources de la vente de la revue *Que Choisir ?*, alors que l'Institut national de la consommation (INC), établissement public national à caractère industriel et commercial, reçoit, pour la publication de 50 Millions de consommateurs, une subvention représentant environ 25 p. 100 de ses produits d'exploitation. Même si le projet de loi de finances pour 1994 prévoit une réduction substantielle de la subvention allouée à l'INC, les conditions propres à l'exercice d'une saine concurrence ne semblent pas remplies, d'autant que l'Institut dispose d'un temps d'antenne destiné en principe à l'information du consommateur et qui est en fait très largement utilisé pour la promotion de ses publications. Il lui demande en conséquence quelles mesures il envisage de prendre afin de remédier à cette situation.

Texte de la réponse

L'Institut national de la consommation (INC) est un établissement public à caractère industriel et commercial depuis le décret du 4 mai 1990. Outre ses missions de service public, il a une activité commerciale liée essentiellement à la publication de la revue « 50 millions de consommateurs ». La subvention qui lui est attribuée (47 millions de francs en 1992, 37 millions de francs en 1993, 34 millions de francs en 1994) est une subvention globale qui ne représente plus désormais qu'environ 25 p. 100 de l'ensemble des ressources de cet institut, alors qu'elle représentait 58 p. 100 en 1982. Elle correspond au service public effectivement assuré par l'INC : assistance aux associations de consommateurs et information générale des consommateurs, notamment par la diffusion d'émissions télévisées d'information dans le cadre du cahier des charges des chaînes publiques. En 1992, l'aide totale des pouvoirs publics à l'union fédérale des consommateurs (UFC) a été de 5 473 631 francs dont 2 432 000 francs au titre du fonctionnement et 3 041 631 francs pour les actions spécifiques et locales et la prise en charge des objecteurs de conscience employés par l'association. L'UFC bénéficie par ailleurs de cotisations de ses adhérents, ce qui n'est pas le cas de l'INC. Ainsi, la subvention de l'INC a diminué de 23 p. 100 alors que, dans le même temps, la dotation de fonctionnement de l'UFC a progressé de 44 p. 100. Par ailleurs, l'INC a pris l'initiative de diversifier les émissions qu'il présente dans le cadre du cahier des charges des chaînes publiques afin d'éviter qu'elles n'apparaissent comme une promotion de la revue « 50 millions de consommateurs » et des guides ou numéros spéciaux édités par l'institut. Cette reorientation des émissions télévisées correspond à une demande formulée à maintes reprises par l'UFC.

Données clés

Auteur : [M. Merville Denis](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9027

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 13 décembre 1993, page 4426

Réponse publiée le : 17 janvier 1994, page 236