



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Protection des consommateurs

Question écrite n° 9212

Texte de la question

M. Philippe Langenieux-Villard attire l'attention de M. le ministre de l'économie sur la situation des revues de consommation françaises. L'UFC-Que Choisir, association de droit privé, tire ses revenus de la vente de son journal (à hauteur de 95 p. 100) tandis qu'à l'inverse l'INC (Institut national de la consommation) est subventionné à hauteur de 45 MF par an pour la publication de 50 Millions de Consommateurs ; cette somme représentant entre 25 p. 100 et 30 p. 100 des revenus de l'INC et environ 50 p. 100 du chiffre d'affaires réalisé par l'UFC-Que Choisir. Cette situation génère une forte distorsion de concurrence entre ces deux périodiques qui, à terme, pourrait entraîner la disparition du magazine Que Choisir. Il souligne que par ailleurs les sommes versées à l'INC auraient-elles servi à accroître ses réserves, lui permettant ainsi de disposer d'une importante trésorerie placée en produits financiers. En conséquence, il lui demande d'envisager de réviser le montant de la subvention octroyée, voire de procéder à une vérification de l'utilisation des fonds alloués.

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. Langenieux-Villard Philippe](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9212

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : économie
Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 13 décembre 1993, page 4427

Réponse publiée le : 17 janvier 1994, page 236