



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Protection des consommateurs

Question écrite n° 9213

Texte de la question

M. Henri d'Attilio attire 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 : 50 Millions de Consommateurs, éditée par l'Institut national de la consommation, et Que choisir, diffusée par l'Union fédérale des consommateurs. En effet, l'UFC - Que Choisir, association de droit privé, tire ses revenus de la vente de son journal à hauteur de 95 p. 100. À l'inverse, l'INC, établissement public national à caractère industriel et commercial, est subventionné pour la publication de 50 Millions de Consommateurs, à hauteur de 45 MF par an, somme représentant entre 25 p. 100 et 30 p. 100 de ses produits d'exploitation. Cette inégalité de la concurrence est encore accrue par l'utilisation que fait l'INC du temps d'antenne destiné en principe à l'information du consommateur et qui est en fait très largement utilisé pour la promotion de ses produits de presse alors que ce secteur d'activité est interdit de publicité audiovisuelle. Même si la 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. 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. d'Attilio Henri](#)

Circonscription : - SOC

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9213

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