



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Protection des consommateurs

Question écrite n° 9968

Texte de la question

M. Olivier Darrason attire l'attention de M. le ministre de l'économie sur la distorsion de concurrence existant entre les éditeurs des journaux de consommation. Ainsi l'Union fédérale des consommateurs (UFC) publie l'ouvrage *Que choisir*. L'Institut national de la consommation, organisme para-public, édite 50 millions de consommateurs. L'UFC tire ses revenus de la vente de son journal à hauteur de 35 p. 100 à l'inverse l'INC, pour sa publication, bénéficie de subventions d'environ 45 millions de francs par an. Cette inégalité de la concurrence est accentuée en raison de la publicité que fait l'INC de sa presse sur les chaînes publiques à raison de soixante minutes par mois, alors que ce secteur d'activité (la presse) est interdit de publicité audiovisuelle. Il lui demande quelles sont les mesures que le Gouvernement envisage de prendre pour rétablir des conditions de concurrence loyale entre ces organismes.

Texte de la réponse

Le mensuel 50 millions de consommateurs correspond à l'activité commerciale de l'Institut national de la consommation (INC), établissement public à caractère industriel et commercial depuis le décret du 4 mai 1990. La subvention attribuée à l'INC (37 millions de francs en 1993, 34 millions de francs en 1994) est destinée à la réalisation des missions de service public qui lui incombent statutairement : assistance aux associations de consommateurs et information générale des consommateurs, notamment par la diffusion d'émissions télévisées dans le cadre du cahier des charges des chaînes publiques. Cette subvention représente désormais environ 25 p. 100 de l'ensemble des ressources de cet institut. L'Union fédérale des consommateurs (UFC), qui édite le mensuel *Que choisir*, bénéficie elle-même, en tant qu'association de consommateurs, d'une subvention des pouvoirs publics qui s'est élevée à 5 473 631 F en 1992. Pour 1993, l'estimation finale du montant de la subvention n'est pas encore faite, les versements pour le soutien aux actions locales de l'UFC dans chaque département n'étant pas complètement recensés. Pour autant le niveau global de la subvention devrait être supérieur à celui de 1992. Les émissions de télévision de l'INC présentées dans le cadre du cahier des charges des chaînes publiques ne comportent plus, depuis le début de l'année 1994, de référence ni à la revue 50 millions de consommateurs ni aux guides ou numéros spéciaux édités par l'institut. Cette reorientation des émissions, engagée dès le mois de juin 1993, a été définitivement réglée à la suite d'une observation du Conseil supérieur de l'audiovisuel rappelant que la publicité pour la presse est interdite à la télévision. Toute distorsion de concurrence disparaît de ce fait.

Données clés

Auteur : [M. Darrason Olivier](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9968

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 10 janvier 1994, page 95

Réponse publiée le : 18 avril 1994, page 1919