

FLASH

SOUTENIR 60 MILLIONS...

► ...via la pétition en ligne : <http://soutenons60.org>
Déjà près de 20 000 personnes l'ont signée.

L'INC

► L'Institut national de la consommation mène des campagnes de sensibilisation et réalise des outils pédagogiques sur la consommation.

MOBILISATION

► L'Indecosa CGT (Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés), l'Afoc (Association force ouvrière consommateurs) ou encore le Cnafal (Conseil national des associations familiales laïques) ont manifesté leur soutien à 60 millions.

Le magazine *60 millions de consommateurs* est aujourd'hui en danger. Son comité de soutien se mobilise. Lionel Maugain, journaliste et élu du personnel témoigne.

Menace sur 60 millions de consommateurs

INFORMATION CHARLOTTE COUSIN

Le 25 juin, devant les Galeries Lafayette à Paris, les salariés de *60 millions de consommateurs* édité par l'INC (Institut national de la consommation) s'invitent lors de la cérémonie de lancement des soldes d'été par la secrétaire d'État chargée du Commerce et de la Consommation, Carole Delga. Cette dernière n'ayant pas répondu à leurs précédentes sollicitations, ils viennent manifester leur mécontentement face à la décision d'exclure le ma-

gazine des activités de l'Institut. La bataille n'est pas neuve. Déjà en 2008-2009, une série d'articles publiés dans le journal dévoilant une liste noire des prix qui flambent dans l'alimentaire avait mis le feu aux poudres. Et conduit, en 2009, à la décision de mettre fin aux campagnes d'abonnements. « Depuis ce temps-là, l'administration de tutelle à Bercy essaie de convaincre chaque ministre qui passe qu'il faut en finir avec 60 millions de consommateurs et le vendre à un groupe privé », déplore Lionel Maugain, journaliste

« LE CONTRAT D'OBJECTIFS 2014-2018 PRÉVOIT DE SORTIR LES ACTIVITÉS DE PRESSE DU PÉRIMÈTRE DE L'INC »

et élu du personnel au conseil d'administration de l'INC.

40 postes en jeu

Si en juillet 2013 Benoît Hamon, alors ministre délégué à la Consommation, avait pourtant indiqué que le journal ne serait pas vendu, aujourd'hui, son avenir est bel et bien incertain. Le projet de contrat d'objectifs et de performance 2014-2018 de Bercy prévoit en effet de sortir les activités de presse du périmètre de l'INC. « C'est ce qui a suscité la colère des salariés et c'est pour cela que nous sommes venus perturber le lancement des soldes. En plus de perdre l'âme du journal, s'il est vendu au privé, cette action créerait un plan social qui toucherait 60 % du personnel de l'INC selon les calculs de notre direction, soit 40 postes ». L'action du 25 juin aura en tout cas provoqué quelques remous : plusieurs retombées dans la presse et un rendez-vous le lundi suivant au cabinet de Carole Delga. « Nous avons ré-exprimé non seulement notre crainte mais aussi notre opposition farouche à la séparation des activités de l'Institut ». Une inquiétude doublée par l'appréhension de voir le montant de la subvention dédié à l'INC, déjà sabrée de 17 % en deux ans, diminuer encore davantage cette année. Remettant par la même occasion en cause la pérennité même de l'établissement, dont Lionel Maugain rappelle une des missions essentielles : « Réaliser des études, des enquêtes et des essais pour l'information objective et indépendante des consommateurs », tout en apportant notamment un appui technique aux 15 organisations nationales de consommateurs agréées. Ces dernières, au même titre que les salariés et les lecteurs, unissent donc aujourd'hui leurs efforts. L'action des soldes ayant montré son efficacité, les défenseurs du magazine souhaitent de nouveau à la rentrée « interpeller le gouvernement », en menant aussi des actions au niveau local. Rappelant la mission de service public du journal, Lionel Maugain appelle à cesser cette « guerre » qui dure depuis des années et à trouver les moyens de pérenniser leur activité. ■



PHOTO DR