Logo CFDT

Non à la suppression de l'Institut National de la Consommation (INC) : défendons l'information indépendante et l'emploi

Le 22 mai 2025, le Syndicat National des Médias et de l'Écrit (SNME CFDT) a réagi avec fermeté à l'annonce de la suppression de l'Institut National de la Consommation (INC) par la ministre chargée des Comptes publics, Amélie de Montchalin. Cette décision, basée sur l'idée que les missions de l'INC seraient "échues", est inacceptable et déconnectée des réalités des consommateurs et des professionnels.

L'INC : Un acteur indispensable face aux défis de la consommation

Les missions de l'INC sont plus que jamais d'actualité. Aider les associations de consommateurs en formant leurs bénévoles, informer les Français sur leurs problèmes de consommation en publiant "60 Millions de consommateurs" et en diffusant Consomag : toutes ces actions répondent à un besoin criant.

Comment imaginer que la complexité des offres d'énergie, des pratiques des opérateurs téléphoniques, ou la compréhension des contrats des complémentaires santé soient devenues simples et transparentes?? Les millions de sollicitations et d'interactions avec l'INC prouvent le contraire : des dizaines de milliers de consommateurs nous écrivent chaque année, le forum internet compte 435 000 membres, et le site enregistre 15 millions de visiteurs annuels. Le magazine "60 Millions de Consommateurs" est lu par 100 000 foyers chaque mois. En cette période marquée par des scandales sanitaires (eaux minérales, polluants éternels) et la désinformation, l'expertise indépendante de l'INC est un repère essentiel.

Une décision économique contestable et un mépris des salarié.es

La F3C CFDT, avec le SNME CFDT, dénoncent cette décision qui témoigne d'un "profond mépris pour le travail des salariés". La contribution de l'État aux missions confiées à l'INC s'élève à seulement 2,48 millions d'euros pour un budget global de 11,6 millions. L'INC vit aux deux tiers des ventes de "60 Millions de consommateurs" malgré une "politique assassine de désinvestissement financier que Bercy nous impose depuis plusieurs années" : l'impossibilité de mener des campagnes d'abonnement, l'absence d'investissement numérique (enjeu vital pour la presse écrite), et l'arrêt de "60 junior".

Rappelons que cette suppression entraînerait le chômage d'une soixantaine de personnes – journalistes, juristes, ingénieurs, fonctions support – alourdissant ainsi les comptes publics plutôt que de les assainir.

Notre proposition : du dialogue et une vision d'avenir pour l'INC

Avant de tout jeter, rappelons à madame la Ministre qu'il existe un plan, adopté à l'unanimité par le Conseil d'administration de l'INC, il y a à peine un an. Ce plan vise à consolider les missions d'information et d'assistance aux associations de consommateurs, notamment via une transformation numérique.

La F3C CFDT est convaincue que cette voie est la plus juste et la plus efficace pour l'intérêt général et celui des salariées et salariés. Nous demandons à la ministre de "poser sa tronçonneuse et d'en parler", pour construire ensemble une solution pérenne qui respecte les valeurs d'émancipation, de solidarité, d'égalité et de démocratie que nous défendons.

caddy course

l’INC

Infos pratiques

Suivez-nous sur les réseaux !

BlueskyS3C CFDT TELECOMS PRESTATAIRES

FacebookS3C Télécoms prestataires IDF

instas3ctelecomsprestatairesidf

LinkedinS3C Télécoms Prestataires IDF

Threadss3ctelecomsprestatairesidf

TiktokS3CTélécomsPrestatairesIDF

Liens utiles
Non à la suppression de l'Institut National de la Consommation (INC) : défendon…