



« 60 Millions de consommateurs » va vivre ! Mais une autre menace pèse désormais

Après plus d'un an de mobilisation, nous pouvons enfin l'écrire : *60 millions de consommateurs* ne va pas disparaître ou être vendu. Le titre va poursuivre sa mission d'information d'intérêt général au service de l'ensemble des consommateurs et de leurs représentants.

Vendredi 21 juin, le conseil d'administration de l'Institut national de la consommation (INC), éditeur du magazine, a pris acte de l'engagement de l'État en adoptant à l'unanimité deux résolutions.

La première permet de pourvoir aux besoins les plus criants de l'organisme, très affaibli, et prévoit notamment trois embauches.

La deuxième garantit le soutien de l'État pour relancer le titre sur la base d'un plan de transformation qui sera présenté en novembre prochain et sur lequel travaillent d'ores et déjà les équipes de l'INC.

Grâce au travail sans relâche d'explication et d'information des représentants du personnel au Comité social et économique et au Conseil d'administration, tous élus sous la bannière du SNJ-CGT, nous avons su convaincre les représentants de l'État qu'il fallait construire et non pas détruire.

En premier lieu, Olivia Grégoire, ministre de la Consommation, qui a elle-même dû convaincre jusqu'au président de la République pour accorder à *60 millions de consommateurs* les moyens de ne pas disparaître et au contraire de faire

confiance aux salariés de l'INC afin de concevoir un projet visant la pérennité et la transformation de notre média.

Merci aux treize associations nationales de consommateurs qui se sont mobilisées pour défendre l'existence de cet organe d'information indépendant. *60 millions* devra encore davantage représenter la diversité des associations.

Notre travail de conviction doit beaucoup au soutien de l'association *Un bout des médias*, présidée par l'économiste Julia Cagé, qui s'est portée à nos côtés, en tant qu'organisme défendant la mission d'information de service public de *60 millions*.

Il doit aussi beaucoup aux confrères et consœurs journalistes qui, persuadés de l'importance de *60 millions de consommateurs* ont relaté dans leur média les enjeux et les menaces qui entouraient le magazine ces derniers mois.

60 millions aura donc de nouveau les moyens de remplir sa mission d'information, qui consiste à publier des essais, des enquêtes et des études comme le prévoit le Code de la consommation.

Il s'attachera à développer et transformer son expertise technique, juridique et économique au service du plus grand nombre, et traitera davantage les conséquences de nos choix de consommation sur le réchauffement climatique.

Ce sont ces arguments que nous avons répétés sans relâche aux décideurs publics, exécutifs et parlementaires, au monde associatif et aux citoyens, grâce aux relais médiatiques.

Hélas, cette victoire est assombrie par les perspectives politiques nées de la dissolution de l'Assemblée nationale.

Une majorité d'extrême droite pourrait en effet décider de revenir sur ces décisions, et vendre *60 millions de consommateurs* à qui bon lui semble, comme elle le projette pour les médias audiovisuels publics. Ceci signerait la fin du titre tel qu'il existe depuis plus de cinquante ans.

Notre mobilisation n'est donc pas terminée.

Malakoff, le 28 juin 2024.

Contact : Lionel Maugain, délégué SNJ-CGT, tél. 06 99 90 44 24.