



INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Les faits marquants 2007

Ressources et expertises

Activités de presse

Actions d'information, de sensibilisation
et d'éducation à la consommation

Rayonnement de l'INC et de ses activités

Ressources humaines et financières

Alimentation

- beurres et margarines
- boissons sucrées, allégées
- céréales de petit-déjeuner
- **hard discount :**
raviolis et biscuits au chocolat
- jambons cuits préemballés
- soupes

Audiovisuel / Numérique

- appareils photo numériques
- cadres numériques
- **lecteurs HD DVD et Blu Ray**
- téléviseurs à écran plat
- tirages photos numériques

Assurance

- assurances dépendance
- assurances vie intergénérationnelles

Internet / Informatique

- clés USB U3
- fournisseurs d'accès à Internet
- imprimantes
- sites de rencontre
- sites de téléchargement de musique
- sites de vidéo à la demande (VOD)

Responsabilité sociale
des entreprises

- **jeans**

Téléphonie

- téléphones DECT
- téléphonie et jeunes : forfaits bloqués

Santé / Hygiène / Cosmétiques

- cosmétiques :
péremption après ouverture
- pansements
- produits amincissants
- **produits d'entretien pour lentilles**

Automobile / Loisirs / Tourisme

- agences de voyage en ligne
- GPS

Banque / Crédit

- carte bancaire : assistance voyage

Habitat / Bricolage / Jardinage

- alarmes domestiques sans fil
- contrats d'énergie (gaz-électricité)
- motobineuses
- produits anticalcaire

Electroménager

- aspirateurs avec et sans sac
- cafetières espresso
- centrales vapeur
- fours encastrables
- réfrigérateurs-congérateurs
- sèche-linge
- sorbetières

• --- **Alimentation hard discount.** L'INC a étudié la qualité nutritionnelle et gustative des produits premier prix, hard discount, et de marques de distributeurs pour savoir s'ils étaient plus sucrés, plus salés et plus gras que les produits des grandes marques nationales.

• --- High-tech. L'INC a suivi de près la montée en puissance de la télévision haute définition (TV HD), en réalisant un premier essai sur les **lecteurs de DVD haute définition** (HD DVD et Blu ray). A suivre en 2008...

• --- **Responsabilité sociale des entreprises.** La réalisation de l'étude sur l'engagement sociétal de 22 marques de **jeans**, publiée dans le mensuel de décembre, illustre les

nouveaux champs d'expertise que l'INC développe dans le domaine de la consommation responsable.

• --- Alerte sanitaire. L'essai comparatif sur les **produits d'entretien pour lentilles de contact** a mis en évidence une insuffisance des performances microbiologiques d'un certain nombre de références commercialisées, ainsi qu'une cytotoxicité in vitro de la plupart des produits. Aussi l'INC a-t-il, à titre de précaution, alerté l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé et l'Institut national de veille sanitaire sur la problématique, en proposant de réaliser une enquête épidémiologique relative à l'implication de ces dispositifs médicaux dans les infections oculaires.

Analyses juridiques et économiques

34 INC Documents

(fiches pratiques, études et jurisprudences) publiés dans INC Hebdo en 2007

Administration

- le référé administratif

Assurance

- la responsabilité
- le contrat d'assurance
- le contrat d'assurance vie
- responsabilité civile et assurance automobile

Banque / Crédit

- la fiscalité de l'épargne
- la fiscalité de l'immobilier en 2007
- la responsabilité du prêteur dans l'octroi de crédit
- le prêt viager hypothécaire
- l'hypothèque rechargeable

Commerce

- acheter en ligne : questions-réponses
- installations de cuisine
- la garantie du vendeur

Consumérisme

- le projet de loi en faveur des consommateurs

Culture / Communication

- l'information non commerciale dans la publicité
- publicité comparative : la guerre des indices de prix aura-t-elle lieu ?

Droit / Justice

- clauses abusives : mode d'emploi
- l'abus de faiblesse
- la déclaration au greffe ou saisine simplifiée
- la saisie immobilière
- le recouvrement amiable des créances

Economie

- tableau de bord mensuel présentant des indices et des repères économiques

Immobilier

- copropriété : la répartition des charges
- copropriété : le recouvrement des impayés
- copropriété : le règlement
- immobilier

Location

- location : les marchands de liste
- louer en HLM
- l'expulsion du locataire

Santé

- alimentation : les messages sanitaires
- le patient hospitalisé
- les dentistes
- les droits des résidents en maison de retraite
- les opticiens

Etudes et dossiers

• --- Indice d'impact sur le pouvoir d'achat

Pour la quatrième année consécutive, l'INC a calculé l'impact direct des hausses de prix sur le pouvoir d'achat des ménages français. Nouveauté 2007, l'indice inclut l'acquisition immobilière. Il pointe les postes de dépenses qui ont le plus contribué à dégrader le pouvoir d'achat sur une année.

• --- Indice de révision des loyers

A l'occasion de la mise en place du nouvel indice de révision des loyers, l'INC a réalisé une fiche pratique sur le sujet, diffusée uniquement sous format électronique sur le site www.conso.net.

• --- Syndics de copropriété

L'analyse juridique d'une centaine de contrats de syndics a révélé de nombreuses clauses abusives, des prestations indûment facturées et des tarifs exorbitants. Ces résultats, accompagnés de conseils pratiques pour aider les copropriétaires à évaluer leur syndic, ont fait l'objet d'un dossier dans le mensuel de novembre.

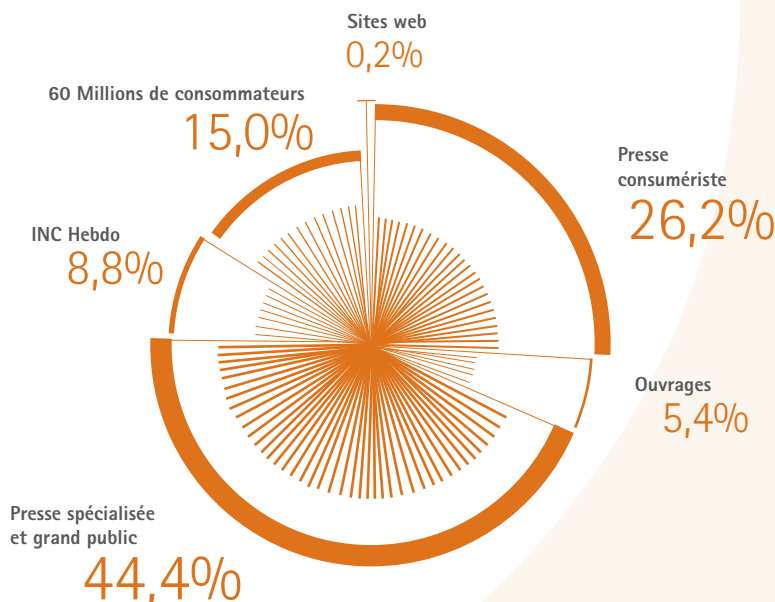
Documentation

Alimentation des bases de données

Les deux bases de données : **articles et ouvrages** et **sites web**, rassemblent 86 050 références au 31 décembre 2007.

Près de 2 700 données ont été intégrées dans la base articles et ouvrages au cours de l'année.

Les bases de données documentaires Répartition des données au 31/12/2007



Mise en valeur des ressources documentaires sur le site www.conso.net

Afin de simplifier l'accès à tous les documents et produits réalisés par l'ensemble des experts de l'INC, le site portail de la consommation édité par l'INC, www.conso.net, et INCPro, extranet principalement dédié aux associations de consommateurs, ont fusionné. Le nouveau site unique, www.conso.net,

lancé au mois d'octobre, propose des informations et documents, qui selon leur spécificité et leur technicité, sont en accès libre ou réservé (abonnement "service +").

Dans ce cadre, plusieurs prestations documentaires sont proposées aux internautes : l'accès aux bases

de données, un système de veille documentaire automatisée, un agenda de la consommation, des bulletins sur la veille législative et sur des sélections d'ouvrages et documents spécialisés nouvellement parus, des dossiers documentaires...

2007 a été une année forte, qui s'est terminée par un changement de formule, lancé avec le mensuel de décembre. Les ventes ont été satisfaisantes aussi bien au niveau du kiosque qu'au niveau des abonnements.

L'année a été rythmée par la parution de grands dossiers : l'essai comparatif sur les crèmes amincissantes, le match entre

les produits alimentaires hard discount et de marques, le dossier dénonçant les abus des syndic de copropriété... Rendez-vous désormais incontournable de la rentrée de septembre, l'enquête sur le pouvoir d'achat a été complétée en 2007 par une alerte sur les risques de flambée des prix des produits alimentaires dus à l'augmentation du prix des matières premières agricoles.

Une mission de conseil sur la stratégie commerciale, entreprise en mars, dont le rapport a été remis au mois de septembre et les conclusions présentées au conseil d'administration en octobre, a permis de déterminer les bases d'une refonte des hors-série, d'une redéfinition des offres d'abonnement et de la rénovation du site Internet du magazine.

Sujets de l'année

Mensuels

- Immobilier : faut-il acheter en 2007 ? janvier
- Hard discount contre marques : les aliments moins chers sont-ils moins bons pour la santé ? février
- Téléphones portables et ados : parents, faites baisser la facture ! mars
- Beurres et margarines : les meilleurs pour votre santé avril
- Crèmes amincissantes : l'efficacité contre la cellulite en question mai
- Photo numérique (essais et conseils) juin
- Boissons sucrées, allégées et sans calorie juillet/août
- Les meilleures céréales septembre
- Internet : et si vous changiez de fournisseur ? octobre
- Copropriétaires, testez votre syndic novembre
- Télé : faut-il craquer pour la haute définition ? décembre

Hors-série

Expert ---

- Réussir son divorce
- Locataires : vos droits
- Immobilier : acheter pour investir
- Les meilleurs placements
- Donations

Découverte ---

- Aliments santé : guide d'achat 2007
- Automédication : le bon usage des médicaments
- Consommer vert : spécial énergie
- Guide d'achat numérique

Spécial Impôts ---

- Le guide fiscal 2007

Nouvelle formule

Avec son numéro de décembre, *60 Millions de consommateurs* propose une nouvelle formule qui vise à améliorer la lisibilité, à renforcer l'expertise et à affirmer l'indépendance éditoriale du mensuel.

La nouvelle formule s'articule autour de quatre séquences : *le mois de 60*, *essais*,

dossier et guide. A côté des rubriques habituelles apparaissent de nouveaux rendez-vous : dans la partie actualité, le *Kiosque international* offre un regard sur la presse consumériste étrangère ; dans le *guide*, *Votre table*, consacrée aux questions d'alimentation, complète les rubriques *Vos droits*, *Votre argent* et *Votre santé* ; *Ce que la pub ne vous dit*

pas décode chaque mois les messages et les images publicitaires.

Dorénavant, le magazine est imprimé sur du papier 100% recyclé et 100% desencré.

Partenariats

■ --- *La Dépêche du Midi*

Pour la troisième année consécutive, *La Dépêche du Midi* relaie auprès de ses lecteurs les essais et enquêtes publiés dans le magazine. Le quotidien régional publie chaque mardi, dans le cadre de sa rubrique *Vie quotidienne*, l'extrait d'un article issu du mensuel ou du hors-série en cours de vente.

● --- *Paris Normandie*

Depuis le mois d'avril, *Paris Normandie* (et ses déclinaisons locales *Le Havre Libre*, *Havre Presse* et *Le Progrès de Fécamp*) publie chaque mardi l'extrait d'un article issu du mensuel ou du hors-série.

● --- *Service public*

Chaque mois l'émission *Service public* programmée du lundi au vendredi de 10 à 11 heures sur *France Inter* traite d'un sujet publié dans le mensuel en cours de vente.

www.60millions-mag.com

Fréquentation

En 2007, le site accueille en moyenne 319 200 visiteurs uniques chaque mois. Après avoir connu une progression sensible entre 2003 et 2005 en quadruplant le nombre de ses visiteurs uniques, le site accuse une légère érosion

depuis 2006. Une refonte, entreprise en septembre, aboutira au début de l'année 2008.

Le testeur de connexion, qui a largement participé à développer la notoriété du site, demeure la rubrique

la plus consultée. C'est un produit de référence plébiscité aussi bien par les communautés d'internautes que par la presse professionnelle.

Complément interactif du magazine

Depuis le mois de mai 2007, le site propose d'acheter les magazines *60 Millions de consommateurs*, mensuels

et hors-série, en ligne.

Complément interactif du magazine, le site a proposé des études en ligne,

dont les résultats ont alimenté ou servi de point de départ à plusieurs essais comparatifs sur les sujets suivants :

- fournisseurs d'accès à Internet ;
- jeans ;
- développement durable ;
- sites de musique en ligne ;
- cuisinistes ;
- sites de rencontres.

Dossiers de l'année

● --- *Fête de l'Internet*

A l'occasion de la Fête de l'Internet, qui s'est tenue entre le 19 et le 24 mars, le site a proposé d'accéder en ligne gratuitement au hors-série *Internet : les nouveaux usages*.

(1er au 7 avril), le site a mis en ligne un quiz sur les économies d'énergie et fait gagner des exemplaires du hors-série *Consommer vert 2007*.

● --- *Semaine du développement durable*

Lors de la cinquième édition de la Semaine du développement durable

● --- *Action de groupe : qu'en pensent les candidats à la présidence de la République ?*

Dans le cadre de la campagne électorale pour l'élection présidentielle, *60 Millions de consommateurs* a

demandé à l'ensemble des candidats de donner leur position sur l'un des sujets essentiels de consommation : l'introduction de l'action de groupe dans le droit positif. Les réponses de 6 candidats ont été publiées le 27 mars 2007 sur le site.

INC Hebdo

Hebdomadaire de l'actualité de la consommation diffusé uniquement par abonnement, *INC Hebdo* est principalement destiné aux associations de consommateurs dans leurs différentes composantes : nationales, régionales

et locales, et aux professionnels de la consommation.

INC Hebdo fait l'objet d'une mise en avant sur le nouveau site www.conso.net, qui a développé son espace consacré à l'actualité de la consommation. Chaque

semaine deux articles sont proposés en accès libre, la totalité étant disponible sur abonnement.

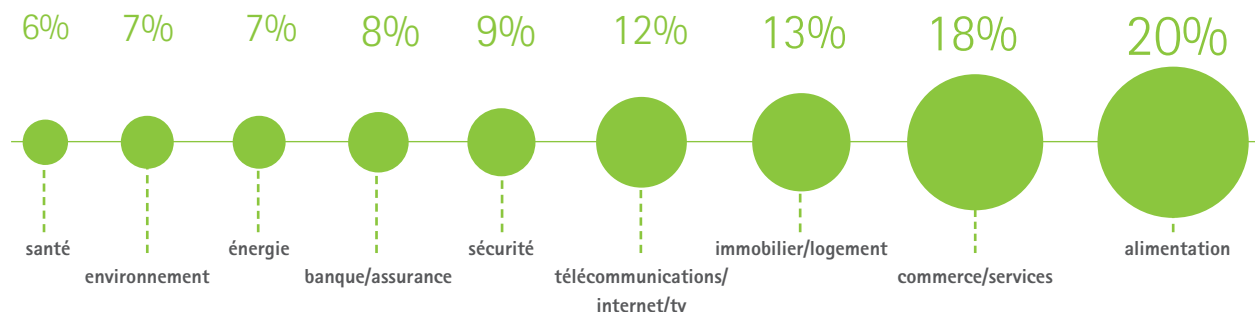
120 émissions

Sur les 120 émissions réalisées en 2007, 1 sur 5 traite d'un sujet lié à l'alimentation. Le thème « commerce/

services » arrive en deuxième position avec 22 émissions. L'audience moyenne par diffusion

atteint 1,5 million de téléspectateurs sur France 2 et près de 2,5 millions de téléspectateurs sur France 3.

Sujets Consumag 2007 - répartition par thème



Séries thématiques

En 2007, l'INC expérimente la production de séries thématiques. Cette formule permet de décliner un sujet sous plusieurs angles, sur le mode du feuilleton, et de développer des campagnes de communication à l'occasion de la diffusion du premier épisode.

- La série *Alimentation : les bons gestes au quotidien*, réalisée en partenariat avec le ministère de l'Agriculture et de la Pêche, comporte 14 sujets multi-diffusés entre avril et septembre 2007. Ils ont été produits en trois formats : 1 minute

40 secondes et 2 minutes pour une diffusion télévisée, et 4 minutes pour une diffusion web. Une campagne radio, proposant 14 saynètes reprenant les sujets des émissions, a accompagné le lancement de cette série à la télévision. Plus de 300 fréquences radio ont relayé l'information, consacrant près de 180 heures d'antenne à l'opération. Cette campagne *Consumag* a gagné le *Concours de la meilleure campagne française d'information des consommateurs 2007*, organisé par la Commission européenne.

- La série *Les dangers de la contrefaçon*, réalisée en partenariat avec la Direction générale des Douanes et Droits indirects, comporte 5 sujets, qui ont été diffusés durant les mois de novembre et décembre 2007. Ils ont été produits en trois formats : 1 minute 40 secondes et 2 minutes pour une diffusion télévisée, et 4 minutes pour une diffusion web. La série a été prolongée par la réalisation d'un dossier juridique et la mise en place d'un chat vidéo sur www.conso.net.

www.conso.net

En accueillant 232 400 visiteurs uniques en moyenne par mois en 2007, le site a augmenté sa

fréquentation de plus de 90% par rapport à l'année 2006. La lettre d'information mensuelle compte

25 500 abonnés à la fin du mois de décembre 2007.

Nouvelle version

En novembre, l'INC a mis en ligne une nouvelle version du portail de la consommation, mettant l'accent sur l'actualité, l'interactivité et les services. Les moteurs de recherche et le système de navigation, de même que la présentation des contenus, ont été revus et simplifiés, afin d'être accessibles plus facilement par le plus grand nombre.

L'espace *Actualités de la semaine* accueille trois nouvelles rubriques : l'agenda hebdomadaire des événements du secteur consommation, une sélection hebdomadaire des derniers ouvrages

et rapports parus et *Paroles d'experts*, réactions des juristes, économistes et ingénieurs de l'INC face à l'actualité. Les internautes peuvent participer à des enquêtes ponctuelles réalisées par les experts de l'INC. Ils ont aussi la possibilité de répondre aux appels à témoignages lancés par les associations de consommateurs et de consulter leurs prises de position.

La nouvelle version met l'accent sur la vidéo, en donnant une place de choix aux émissions *Consumag* et à une collection de reportages sur les enjeux de la consommation dans l'Union européenne.

Par ailleurs, le site a enrichi son *Espace éducation*, notamment en rendant plus lisible la notation des matériels pédagogiques qu'il recense.

Enfin, www.conso.net propose aux spécialistes de la consommation d'accéder par abonnement annuel (*service +*), à des contenus spécifiques et techniques issus des ressources de l'INC. Ce nouveau service, qui remplace l'espace INC Pro, permet de valoriser l'ensemble des productions de l'INC et de faciliter les requêtes des associations de consommateurs, public privilégié du site.

Fiches pratiques

Top 10 des fiches les plus téléchargées en 2007 :

1. le crédit immobilier
2. les saisies mobilières
3. nouvel indice de révision des loyers
4. la carte bancaire
5. conservation des papiers
6. le compte bancaire
7. les tarifs des huissiers
8. l'achat d'une voiture d'occasion
9. les charges locatives
10. le chèque

Formation

Programmes réalisés par les experts juridiques et économiques

- --- Stage **copropriété** pour les organisations de consommateurs et les CTCR.
- --- Formation continue des magistrats pour l'Ecole nationale de la magistrature : présentation des institutions et animation de la table ronde sur les **communications électroniques**.
- --- Formation continue des magistrats juges de proximité : **droit et acteurs de la consommation**.

Les experts de l'INC sont également intervenus dans une dizaine de stages organisés par des associations de consommateurs, des centres techniques régionaux de la consommation ou des universités.

Education à la consommation

Pédagothèque

En 2007, le comité paritaire d'évaluation des outils pédagogiques a évalué **près de 140 nouveaux matériels pédagogiques** portant sur les différents champs de la consommation.

Le nombre d'outils figurant dans la *Pédagothèque* se stabilise autour de 800, tenant compte des nouveaux outils

apparus dans l'année et de ceux mis en archive du fait de leur obsolescence ou de l'arrêt de leur diffusion. La part des outils produits par les entreprises ou syndicats professionnels représente un peu plus de la moitié du total de la base (55%), alors que ceux produits par les associations ou les collectivités et administrations

publiques portent sur une part équivalente de l'ordre de 20%.

Désormais la base de données de la *Pédagothèque*, hébergée dans l'espace éducation du site www.conso.net, propose une notation des outils par étoile.

Agenda Europa : vos droits, vos choix, édition 2007-2008

Cette action pédagogique, financée par plusieurs directions générales de la Commission européenne, s'est poursuivie en 2007 pour la quatrième année

consécutive.

Près de **232 000 agendas** de l'édition française 2007-2008 ont été adressés à la rentrée scolaire aux lycéens des classes

de seconde générale, technologique, professionnelle ou agricole, dans 1 053 lycées (soit près d'un lycée sur 3).

www.ctaconso.fr, le site conso 100% ados

Destinés aux jeunes de 12 à 20 ans, le site www.ctaconso.fr propose des informations pratiques et des bons plans. En cumulé sur les 12 premiers mois

d'existence du site, 329 000 visiteurs uniques et 2 204 100 pages vues ont été comptabilisés.

Différents partenariats ont été développés en 2007 avec *Science et Vie Junior*, *Les Clés de l'actualité*, la fondation Génération Europe et Sidaction.

Manuel d'éducation pour les jeunes consommateurs

Publié en octobre dans le cadre du réseau européen E-Cons/Comenius3, ce manuel didactique destiné aux professionnels du

secteur éducatif vise à soutenir la mise en place de projets sur l'apprentissage de la société de consommation par les jeunes,

l'acquisition ou le perfectionnement de comportements avisés, responsables et vigilants.

Clara et Noé, une journée au fil de l'eau

Dans le cadre d'une campagne de promotion de l'eau du robinet comme boisson au quotidien et de la prévention de l'obésité infantile, l'INC a réalisé et mis en ligne en septembre un **espace Internet ludo-éducatif**, *Clara et Noé, une journée au fil de*

l'eau. Destiné aux enfants des écoles primaires, ce kit pédagogique comprend aussi un espace dédié aux parents et aux enseignants. De plus, un livret pédagogique a été réalisé à destination des professeurs des écoles, ainsi qu'une affiche pour les écoles primaires.

La campagne a reçu, pour la diffusion des outils, le soutien de Lyonnaise des Eaux-Groupe Suez. Celui-ci a engagé des moyens supplémentaires afin de permettre aux enfants des écoles primaires un meilleur accès à l'eau du robinet, avec l'installation de robinet-fontaines.

Participations extérieures et travaux de prospective

Outre leur participation aux travaux de normalisation et de certification, leur inscription dans plusieurs réseaux européens d'éducation et leur investissement dans des projets de recherche, les experts de l'établissement se sont impliqués en 2007 dans de nombreux groupes de

travail mis en place par des instances publiques.

L'INC a développé sa fonction prospective à travers l'organisation de deux colloques :

- --- la responsabilité du prêteur dans l'octroi de crédit, réalisé en liaison avec l'European coalition for

responsible credit (ECRC) ;

- --- les nouveaux enjeux de la sécurité des consommateurs, réalisé en partenariat avec la Commission de la sécurité des consommateurs et Macif Prévention.

Reprises médiatiques

2 272 reprises presse (hors articles publiés dans le cadre des partenariats presse) ont été comptabilisées pour l'année 2007, soit près de 20%

de plus qu'en 2006. Les reprises audiovisuelles représentent près de 18% de l'ensemble.

La majorité des reprises concernent

60 Millions de consommateurs, principal média diffusant les travaux réalisés par l'INC.

Top 5 des sujets les plus repris par la presse :

1. pouvoir d'achat (mensuel de septembre)
2. syndicats de copropriété (mensuel de novembre)
3. consommation énergétique des box Internet (mensuel d'octobre)
4. voyageurs en ligne (mensuel de juillet-août)
5. crèmes amincissantes (mensuel de mai)

Indicateurs sociaux

L'établissement regroupe des compétences diverses d'expertise technique, juridique et économique, mais aussi d'information et de communication. Il compte 77 salariés au 31 décembre 2007.

36 d'entre eux, soit 46,75% de l'effectif, ont bénéficié d'une formation au cours de l'année.

Deux accords ont été élaborés et signés en 2007 :

- --- l'adhésion à un régime

collectif de couverture complémentaire des frais de santé ;

- --- un accord d'intéressement général pour la période 2007-2009.

Indicateurs financiers

Le résultat de l'exercice s'établit à près de 216 000 €, soit une augmentation sensible par rapport à 2006 (98 000 €).

L'écart s'explique d'une part par de meilleures ventes en kiosque et surtout par abonnement et d'autre

part par la maîtrise des charges. La subvention d'Etat a été maintenue en euros constants.

Produits 2007 : 16,51 M€

Charges 2007 : 16,30 M€

