



INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION FAITS MARQUANTS



2016

- 1 FAIRE BOUGER LES LIGNES**
- 2 ÉLARGIR SES PUBLICS**
- 3 SOUTENIR LES ASSOCIATIONS
DE CONSOMMATEURS**
- 4 TRADUIRE LE DROIT DANS LE QUOTIDIEN
DES CONSOMMATEURS**
- 5 AUGMENTER SON AUDIENCE**

- **Améliorer la qualité et la sécurité des produits et des services**
- **Alerter les citoyens**
- **Stigmatiser les dérives et les insuffisances**

FAIRE BOUGER LES LIGNES

Sucres cachés dans l'alimentation, molécules toxiques dans les produits ménagers, substances indésirables dans les saumons bio, pesticides dans les protections périodiques féminines... Différents essais comparatifs et études ont permis d'alerter les citoyens sur les dangers potentiels de certains produits pour leur santé et l'environnement.

Des études inédites ont également stigmatisé des insuffisances et des dérives, notamment sur les coûts cachés subis par les patients souffrant d'affections de longue durée (ALD), les règlements des services publics d'assainissement non collectif et l'accès équitable de tous les usagers aux services publics.

Une cinquantaine d'essais a été réalisée en 2016. Du maquillage d'halloween pour les enfants aux sites Internet de location de vacances, en passant par les tablettes numériques et la toxicité des produits ménagers,

l'INC s'attache à comparer les produits et les offres de services à partir de critères objectifs. Non seulement pour guider les consommateurs dans leurs choix quotidiens mais aussi pour leur permettre de consommer responsable.

ALIMENTATION

Bonbons, miels, saumons, sucres cachés dans l'alimentation, sulfites dans les produits alimentaires.



E-COMMERCE

Comparateurs en ligne de billets d'avion, sites de location d'appartements et d'hôtels, auto-écoles en ligne.



SANTÉ/HYGIÈNE

Amplificateurs d'écoute versus audioprothèses, déodorants et anti transpirants, protections périodiques féminines, protections pour incontinents, complémentaires santé.



PRODUITS D'ENTRETIEN

Toxicité des produits ménagers, vendeurs de produits phytosanitaires.

ÉLECTROMÉNAGER

Aspirateurs traîneaux, disponibilité des pièces détachées des équipements, robots pâtisseries, conseils des vendeurs d'électroménager.



HIGH TECH/ NUMÉRIQUE

Caméras de surveillance, tablettes numériques.

AUTOMOBILE/ LOISIRS

Pneus d'été et d'hiver, sièges auto, VTT.



En 2016, l'INC a réalisé plusieurs **études inédites à partir de l'exploitation de données « big data »**, qui permettent d'aborder les problématiques de consommation sous des angles novateurs.

L'étude sur les coûts cachés pour les patients atteints d'affections de longue durée a mis en évidence l'importance des frais qu'ils doivent supporter malgré leur prise en charge à 100 % par l'Assurance maladie.

Autre étude d'envergure de l'année : la qualité de l'accueil téléphonique des services publics.

Si l'usage du numérique est incontournable et facilite la vie de millions d'usagers, cette avancée interroge néanmoins le principe d'égalité d'accès aux services publics, en particulier pour les publics « moins connectés ». L'INC et le Défenseur des droits ont réalisé une enquête auprès de la Caisse nationale des allocations familiales, de Pôle emploi et de l'Assurance maladie afin d'évaluer la qualité des services téléphoniques de ces trois grands organismes.

L'enquête a révélé un renvoi trop rapide et quasi systématique vers Internet pour des personnes qui n'en disposent pas toujours... La fracture numérique éloigne encore davantage un public vulnérable de l'accès à l'information.

La résonance médiatique des études de l'INC et la sensibilisation des autorités publiques compétentes permettent de mobiliser l'ensemble des acteurs concernés.

Ce sont également des leviers pour faire évoluer les pratiques des professionnels et initier des groupes de travail pour améliorer la sécurité et la qualité des produits et des services.

Par exemple, les ministres de la santé et de la consommation ont alerté les autorités européennes sur l'absence d'obligation réglementaire pour étiqueter la composition des protections féminines. La commission Afnor sur l'e-cigarette a été créée à l'initiative de l'INC, à la suite de la publication de ses essais comparatifs.

- **Sensibiliser de nouveaux publics en développant des partenariats**
- **Communiquer auprès des consommateurs fragiles et en difficulté**
- **Informers les jeunes consommateurs**
- **Intensifier ses actions d'éducation à la consommation**

ÉLARGIR SES PUBLICS

La mise en place de partenariats sur des études ou des campagnes d'information, principalement avec des acteurs publics, a permis à l'INC d'enrichir ses expertises et de sensibiliser de nouveaux publics.

En 2016, il a également poursuivi la production de nouveaux outils éducatifs destinés aux enseignants, formateurs et acteurs du secteur social.

Parmi les partenaires de l'année :

DÉPENDANCE / AUTONOMIE

Après plusieurs essais comparatifs réalisés avec son soutien, l'INC a conclu un partenariat pluriannuel avec la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (CNSA) afin d'améliorer l'information des personnes en situation de handicap ou en perte d'autonomie sur les aides techniques (dispositifs de géolocalisation, amplificateurs d'écoute...).



ÉNERGIE

Le Médiateur national de l'énergie (MNE) et l'INC se sont associés pour informer les consommateurs sur les modalités de choix des fournisseurs d'énergie.



RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

Les campagnes de sensibilisation réalisées avec l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) ont porté sur les problématiques de rénovation énergétique du logement et sur les logos environnementaux.

TÉLÉVISION TNT HD

À l'occasion du passage à la TNT haute définition, l'Agence nationale des fréquences (ANFR) s'est associée à l'INC pour accompagner les téléspectateurs à travers une campagne TV et web.



PLACEMENTS FINANCIERS

L'INC et l'Autorité des marchés financiers (AMF) ont mené une campagne sur l'information des épargnants.



CONSTRUCTION / HABITAT

Un partenariat avec l'Agence Qualité Construction (AQC) a permis de sensibiliser les consommateurs sur plusieurs sujets : l'entretien de son logement, les travaux dangereux, la protection incendie et les constructions en zone inondable.

Dans le cadre de ses actions d'éducation à la consommation, l'INC a également mis en ligne en 2016 25 nouveaux **modules pédagogiques numériques en accès gratuit sur www.conso.net**. L'INC propose désormais une collection de plus de 50 outils. Destinés aux professeurs de l'enseignement primaire et secondaire, ces activités pédagogiques numériques sont ancrées dans les programmes scolaires.

Il coordonne également la **Pédagothèque de la consommation, qui recense et évalue des matériels pédagogiques** produits par des institutions, des associations, des professionnels...

Par ailleurs, l'INC a enrichi sa collection des « **Tutos de la conso** » qui compte désormais plus d'une dizaine de vidéos pédagogiques actualisées. Les 5 vidéos produites en 2016 ont porté sur l'éducation financière et le logement.



- » **Former les représentants des consommateurs**
- » **Accompagner les associations dans leurs missions de représentation des consommateurs**
- » **Valoriser leurs actions**

SOUTENIR LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

L'INC a poursuivi sa collaboration avec les 15 associations nationales de consommateurs agréées par le ministère de l'Economie. Il s'est également attaché à animer le réseau des 17 centres techniques régionaux de la consommation et structures assimilées, qui regroupent des associations locales.

Le soutien apporté aux associations de consommateurs en 2016 s'est traduit à travers de nombreuses actions, parmi lesquelles :

FORMATIONS

Évolution du droit de la consommation.



DOCUMENTATION JURIDIQUE ET VEILLES DOCUMENTAIRES

Réalisation de fiches pratiques, suivi de l'actualité, veille législative, recherches documentaires...



SUIVI DE L'ACTUALITÉ DE LA CONSOMMATION

La réforme du droit des contrats, la refonte du code de la consommation, la loi pour une République numérique et la parution des textes d'application des lois.



RÉALISATION DES ÉMISSIONS TÉLÉVISÉES CONSOMAG

80 des 120 sujets sont préparés par les associations.



APPUI TECHNIQUE DANS DES GROUPES DE TRAVAIL

Le Conseil national de la consommation (notamment sur les objets connectés de santé, les avis en ligne et le marketing généré), la Commission de régulation de l'énergie, le Comité consultatif des services financiers...



Dans l'ensemble de ses activités et dans ses médias, l'INC s'attache à valoriser les actions des associations. À l'occasion de la journée internationale des consommateurs, le 15 mars, l'INC a lancé, sur son site www.conso.net, le **moteur de recherche « trouvez l'association de consommateurs la plus proche de chez vous »**. Cet outil mis à la disposition du grand public recense les associations de consommateurs au niveau départemental (1500 adresses sont répertoriées par association et par domaine d'activité).

En 2016, l'INC s'est beaucoup investi dans la conduite de changements sur le **réseau des Centres techniques régionaux de la consommation (CTRC)**. Il les a incités à des regroupements et des unions, afin d'être en cohérence avec la réforme territoriale et les 13 nouvelles régions. Fin 2016, tous les CTRC en phase d'Union avaient effectivement réalisé leur Union, présenté les statuts de ces nouvelles structures et déposé leurs statuts en préfecture.



- » *Expliquer l'impact des nouvelles réglementations dans la vie quotidienne*
- » *Informers les consommateurs sur leurs droits pour les faire respecter*

TRADUIRE LE DROIT DANS LE QUOTIDIEN DES CONSOMMATEURS

En 2016, les travaux juridiques et économiques ont principalement porté sur la traduction de plusieurs textes législatifs dans le quotidien des consommateurs :

- » Les textes sur les actions de groupe, la médiation de la consommation et la recodification du code de la consommation, la réforme du droit des contrats et la loi pour une République numérique ;
- » le suivi de la mise en œuvre des lois « Hamon », « Alur » et « Macron ».

Démarchage abusif dans le secteur de l'énergie, éco-prêt à taux zéro, rénovation énergétique, syndicats de copropriété, assurance scolaire, voyage à forfait... Toutes les préoccupations de la vie quotidienne sont suivies et donnent lieu à des décryptages pédagogiques et des conseils pratiques, à la fois utiles pour les consommateurs et l'ensemble des acteurs du monde consommériste.

L'INC s'attache également à promouvoir le mouvement consommériste et ses acteurs, notamment les associations de consommateurs, en publiant des guides pratiques dédiés.

Ces analyses donnent lieu à la diffusion d'articles d'actualité, de fiches pratiques, de dossiers thématiques, fiches de jurisprudences, indices et repères...



ALIMENTATION / SANTÉ

Gaspillage alimentaire, choix d'un objet connecté de santé.



ASSURANCES

Assurance emprunteur, assurance scolaire, assurance vie.



BANQUE / ARGENT

Crédit immobilier, carte bancaire, éco-prêt à taux zéro, points Conseil Budget.

ÉCONOMIE

Personnalisation des prix, traité de libre-échange transatlantique (TAFTA).



DROIT / JUSTICE

Actions de groupe « santé », actions de groupe « Consommation », médiation de la consommation.



COMMERCE

Abus de faiblesse, achats sur Internet, démarchage abusif dans le secteur de l'énergie, garanties, liste d'opposition au démarchage téléphonique, sites comparateurs de prix.



TOURISME / TRANSPORTS

Voyages à forfait, train, déplacements en avion.



LOGEMENT

Agents immobiliers, construction, copropriété, rénovation énergétique, location.



ÉNERGIE / ENVIRONNEMENT

Chèques énergie, compteurs communicants, eaux usées / services publics d'assainissement non collectif, contrats de fourniture d'énergie.



- *Placer le consommateur au centre des débats de société*
- *Mobiliser tous les acteurs de la consommation*
- *Consolider les audiences de ses médias écrits, TV et web*

AUGMENTER SON AUDIENCE

L'INC veille à placer et souvent « re-placer » le consommateur au centre des débats de société et faire valoir ses intérêts.

Il diffuse l'ensemble de ses travaux à travers ses propres médias : l'émission TV **Consomag**, le magazine **60 Millions de consommateurs** et ses sites Internet www.conso.net, www.60millions-mag.com et www.jeconsommeresponsable.fr.

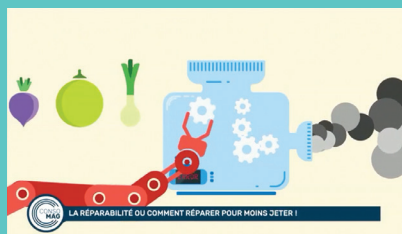
À travers l'ensemble de ses médias, son implication dans des réseaux d'expertise ou encore l'organisation de colloques, il sensibilise ainsi les consommateurs, alerte les acteurs de la société civile, interpelle les décideurs publics, les relais d'opinion et fait réagir les professionnels.

2016 a été l'occasion de préparer une nouvelle formule de l'émission **Consomag**, diffusée dès janvier 2017. Le magazine TV de 2 minutes réalisé pour les deux tiers avec les 15 associations de consommateurs, s'est modernisé. Son écriture a été simplifiée pour être plus pédagogique et dynamique.



Le programme a maintenu son audience sur les chaînes de France Télévisions, malgré une concurrence accrue des chaînes de la TNT. **Consomag** bénéficie d'un capital sympathie important et rassemble près de 3 millions de téléspectateurs.

En parallèle, l'INC s'est attaché à diversifier ses modes de diffusion sur Internet, notamment via les réseaux sociaux.



Le site www.conso.net enregistre une augmentation constante de sa fréquentation. Il s'adresse non seulement aux particuliers, aux associations de consommateurs et aux acteurs de l'éducation à la consommation, sans oublier les professionnels. Le site accueille plus de 180 000 visiteurs uniques par mois.

En 2016, de nombreux contenus ont été mis en ligne : fiches pratiques, articles, dossiers juridiques, dossiers pratiques, revues de presse internationale, vidéos **Consomag**, tutoriels, modules pédagogiques...

Le site propose également trois simulateurs pour calculer son budget, l'augmentation de son loyer et, dans le cadre de situation de surendettement, son « reste à vivre ».

En 2016, le site www.jeconsommeequitable.fr, consacré jusqu'à présent au décryptage de l'actualité du secteur du commerce équitable, a évolué pour aborder les problématiques plus larges de développement durable et de



consommation responsable. Géré en partenariat avec le Commissariat général au développement durable (CGDD), il s'appelle désormais www.jeconsommeresponsable.fr.

Quant au magazine **60 Millions de consommateurs**, il a remporté un succès commercial remarquable. Alors que le marché de la presse est en baisse constante depuis plusieurs années, le mensuel enregistre une progression significative de sa



diffusion en kiosque.

La poursuite de campagnes de recrutement d'abonnés a porté ses fruits et a permis au titre « 60 » d'augmenter son portefeuille d'abonnés.



Par ailleurs, cette année encore **les experts de l'INC ont participé aux travaux de nombreuses instances, notamment des commissions de normalisation et des groupes de travail techniques.**

La sollicitation grandissante des experts dans des instances de natures différentes et sur des sujets très diversifiés démontre combien l'INC est reconnu et incontournable sur les problématiques d'évolution des modes de consommation et de leur prise en compte par le législateur, les professionnels...

Ainsi en 2016, l'INC a intégré de nouveaux groupes de travail, parmi lesquels :

- Le comité des parties prenantes sur la vaccination au sein de la Direction générale de la santé,
- Le groupe de travail sur l'étiquetage et la restriction des produits contenant des nanomatériaux mis en place par le ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer,
- Le groupe de travail sur l'éducation financière organisé par la Banque de France dans le cadre du portail national mesquestionsdargent.fr.

Trois colloques ont été organisés en 2016 sur les problématiques suivantes :

- La consommation collaborative, un atout pour la transition énergétique ?
- Le nudge, au service de la transition écologique et énergétique ?
- Santé : les frais cachés des affections de longue durée.

Ces opérations, organisées en partenariat, d'une part avec le Commissariat général au développement durable et, d'autre part avec le Comité inter associatif sur la santé, ont permis à l'INC de développer et valoriser ses expertises et d'élargir ses réseaux pour constituer des collaborations utiles aux consommateurs actuels et futurs.



INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Etablissement public à caractère industriel et commercial dont les missions sont régies par le code de la consommation

Editeur du magazine 60 Millions de consommateurs

18, rue Tiphaine – 75732 Paris cedex 15

T : 01 45 66 20 20

www.conso.net

www.60millions-mag.com

www.jeconsommeresponsable.fr