union PRESSE

60 millions de consommateurs lance une nouvelle formule

mar 25/11/2025 - 14:38



Le 27 novembre, le magazine 60 millions de consommateurs se pare d'une nouvelle formule avec des changements dans la forme et dans le fond (codification 13980 à 4,80 euros).

Un plein de nouveautés

Le numéro du 27 novembre comprendra pléthore de changements. Nouvelle maquette, nouveau logo et nouvelles rubriques comme "Point de vue", "On en pense quoi ?", et "Match". Des indicateurs montrant des planètes rouges ou vertes de petite taille et la formulation "Attention greenwashing" pourront être aperçus dans le titre de presse afin d'alerter les lecteurs au sujet d'une "communication trompeuse", souligne l'éditeur.

Au sommaire du numéro daté décembre, on retrouve des essais sur les coquilles Saint-Jacques, les enceintes connectées et les marques de téléphones qui connaissent "le moins de pannes". Vos clients apprendront également à "bien choisir" leur assurance trottinette.

Une affirmation de son rôle

La création de cette formule doit incarner l'affirmation du "rôle de vigie, de guide, mais aussi de contre-pouvoir citoyen" qu'incarne le mensuel, selon son éditeur. La rédactrice en chef Sylvie

Metzelard prône un engagement plus profond au sein duquel sera dit “ce que nous pensons d’un produit, d’une loi ou d’une réforme.” La “consommation responsable et un environnement plus sain” sont aussi portés par le magazine. Ils impliquent “de dénoncer les pratiques nuisibles à la planète et d’épingler ceux qui verdissent leur discours juste pour vendre plus”, a-t-elle ajouté.

Le développement fulgurant du e-commerce, des influenceurs, du marketing, des tentations multiples et des arnaques pousse 60 millions de consommateurs à se poser en tant que “décodeur” et “garde-fou des consommateurs”, indique le titre. Le magazine n'analyse pas que ce qui peut-être problématique, il valorise également “les “innovations” et les initiatives à suivre”.

Un contexte incertain pour le magazine

Pour rappel, cette nouvelle formule paraît alors que l’existence de l’éditeur du titre de presse, l’Institut national de la consommation (INC), est menacée dans un contexte tendu. L’entité fait face à une menace de liquidation, prévue dans le projet de budget du gouvernement à la date limite du 31 mars 2026. D’après un document budgétaire cité par l’AFP, cette décision a été motivée par la mauvaise santé financière de l’INC. L’Etat a donc retenu deux choix : la cession du titre de presse à un tiers privé et la dissolution de l’INC. L’association UFC-Que Choisir avait fait part de son attrait pour la reprise du magazine.
