

AVIS DU CNC SUR LES ESSAIS COMPARATIFS

À la suite d'une réflexion des deux centres d'essais de l'INC et de l'UFC sur la protection et la valorisation du terme « essais comparatifs », le ministre de l'Économie a proposé qu'un groupe de travail du Conseil national de la consommation soit constitué.

Le Bureau du CNC a mandaté un groupe de travail le 6 juillet 1994 en vue :

- d'analyser les informations paraissant dans un nombre croissant de publications sous la mention « essais comparatifs », « bancs d'essais » ou « tests » ;

- d'étudier les moyens juridiques actuels de protection du terme « essais comparatifs » afin de permettre de distinguer les essais réalisés par les centres d'essais consommateurs des comparaisons publiées par les médias ;

- de proposer, si le besoin en est réellement établi, un dispositif permettant de valoriser les essais comparatifs des centres d'essais de l'INC ou des associations de consommateurs.

Les 200 centres d'essais de l'INC et de l'UFC avaient abouti à une proposition visant à protéger le terme « essai comparatif » par voie législative et réglementaire.

Les consommateurs sont aussi soucieux de la qualité des informations qu'ils reçoivent et ils souhaitent pouvoir différencier les résultats d'essais menés conformément à la méthodologie applicable aux essais comparatifs des autres informations obtenues selon d'autres procédures.

Le groupe de travail s'est réuni trois fois en présence notamment de représentants des deux centres d'essais comparatifs de l'INC et de l'UFC. Un représentant de la Fédération nationale de la presse hebdomadaire et périodique a été également auditionné.

L'analyse a été établie par les deux rapporteurs : M. GOUBIER (ASSECO-CFDT) au nom du collège des consommateurs et M^{me} VALACHS (CNPF) au nom du collège des professionnels.

Au vu de cette analyse, le Conseil national de la consommation adopte l'avis ci-après :

1. EN RÉPONSE À UNE DEMANDE CROISSANTE D'INFORMATIONS DES CONSOMMATEURS SUR LES

PRODUITS ET LES SERVICES, UN GRAND NOMBRE DE PUBLICATIONS PRÉSENTE, SOUS DES FORMES DIVERSES (TABLEAUX, COMMENTAIRES JOURNALISTIQUES), DES DONNÉES COMPARATIVES PORTANT DES INTITULÉS TELS QUE « TESTÉ POUR VOUS », « J'AI TESTÉ », « TEST COMPARATIF », « BANC D'ESSAIS ».

Les attentes des consommateurs en matière d'informations sur les produits sont diverses :

- recherche de données comparatives sur une catégorie de produits à partir d'une « batterie » de critères afin de disposer d'une aide à la décision d'achat fondée sur l'appréciation de l'aptitude à l'usage des produits ;

- recherche d'informations permettant de positionner un produit donné dans une gamme à partir d'une caractéristique considérée essentielle ;

- recherche d'éléments permettant d'apprécier un produit nouveau.

1.1. Un premier constat

L'analyse des informations publiées dans différents magazines et périodiques, magazines féminins de mode et de beauté, revues spécialisées dans la photo, la micro-informatique et la bureautique, l'automobile, met en évidence la multiplicité et la diversité des informations qui peuvent revêtir la même signification dans l'esprit des consommateurs, alors qu'elles sont obtenues selon des procédures qui ne sont pas comparables.

- En premier lieu, les termes utilisés visent à suggérer qu'il s'agit d'approches comparatives : « comparatif », « J'ai testé pour vous », « test », « banc d'essai », « test comparatif », « guide d'achat », « essais comparatifs ». Le terme « banc d'essai » semble être le plus fréquemment utilisé ;

- La présentation des informations sous forme de tableaux, de synthèses, de fiches techniques est parfois proche de celle adoptée par les revues des consommateurs publiant des essais comparatifs ;

- Les informations recueillies montrent une grande hétérogénéité dans les méthodes : certains tests, notamment dans les magazines féminins, reposent sur les appréciations personnelles des rédacteurs des articles. D'autres publications s'appuient sur des panels de lecteurs volontaires qui testent les produits, le sérieux des appréciations dépendant alors notamment du choix des lecteurs et de l'étendue du panel.

Certaines revues spécialisées dans des domaines tels que la micro-informatique, l'automobile, la hi-fi et l'électro-ménager font effectuer des mesures en laboratoires.

Mais au total, il n'y a pas de points communs entre ces divers procédés et ceux contenus dans la norme NF X 50-005 qui définit les principes de base pour l'exécution d'essais comparatifs.

1.2. Les méthodes et la démarche des deux centres d'essais des consommateurs sont radicalement différentes

Leurs méthodes se fondent sur les principes énoncés dans la norme NF X 50-005 qu'il convient de rappeler.

- *La finalité* : fournir aux consommateurs une aide à l'achat fondée sur une information objective et représentative des produits présents sur le marché. Ainsi que le précise la norme, l'information donnée doit permettre aux consommateurs d'effectuer, en toute connaissance de cause, le choix des produits convenant le mieux à ses goûts, ses besoins et son budget.

Il importe de souligner que l'essai doit couvrir toutes les caractéristiques du produit en rapport avec l'utilisation qui en est faite par le consommateur et tout particulièrement celles relatives à la santé, à la sécurité et à l'environnement.

Les centres d'essais effectuent aussi des analyses mono-critère et des tests sur des produits nouveaux en appliquant les principes énoncés ci-après.

- *Un premier principe fondamental : l'indépendance des centres d'essais* face aux parties intéressées à la production et à la diffusion des produits faisant l'objet des essais.

Ce principe a d'abord des implications sur le mode de financement des essais qui doit être assuré sans que l'indépendance des décisions prises par les centres d'essais soit mise en cause.

Il se traduit notamment par l'achat anonyme dans le commerce des produits soumis à essais qui ne peuvent pas porter sur des prototypes, ainsi que par l'absence de toutes formes de publicités dans les publications des résultats.

- *Un second principe : la rigueur de la méthode d'essai*

La méthodologie est notamment basée sur les règles suivantes :

- la représentativité de l'échantillon par rapport au marché concerné ;

- le choix des caractéristiques testées qui doit être large ;

- l'établissement de cahiers des charges fixant le protocole de déroulement de l'essai au préalable ;

- la recherche de méthodes reproductibles et, à défaut, d'autres moyens tels que la constitution de panels d'experts. Le recueil de données provenant de panels de consommateurs est fait de manière objective ;

- la communication des résultats avant publication aux producteurs, ce qui constitue une garantie et répond à un souci d'objectivité ainsi qu'à une meilleure intégration en amont des résultats de l'essai pour améliorer les produits ;

- la rigueur des méthodes détermine largement le coût des essais et les conditions de fonctionnement des centres d'essais.

1.3. Le CNC estime utile de formuler trois remarques

- *L'utilité de mieux faire connaître la norme.* Ceci est vrai à l'égard de l'ensemble de la presse : la norme est naturellement d'usage facultatif mais cela n'empêche pas une plus large diffusion afin de s'informer et de sensibiliser les milieux professionnels sur la notion d'essais comparatifs.

- *La nécessité pour les centres d'essais* de mieux faire connaître leurs méthodes. Un effort de communication en direction des consommateurs semble nécessaire.

- Enfin, *la presse* qui réalise des comparaisons de produits ou de services *se refuse à communiquer*, pour assurer son indépendance, les conditions de réalisation et les coûts des méthodes qu'elle emploie.

Mais cette situation la place en position très favorable au regard des revues qui publient des essais effectués dans le cadre de la norme.

Du point de vue des organisations de consommateurs, il y a bien une certaine forme de concurrence déloyale.

2. LES CONSOMMATEURS NE PERÇOIVENT PAS TOUJOURS CES DIFFÉRENCES ET LES DEUX CENTRES D'ESSAIS CHERCHENT À VALORISER LES ESSAIS COMPARATIFS QU'ILS RÉALISENT.

2.1. Les éléments recueillis sur la situation prévalant en Europe montrent que la situation – c'est-à-dire la notoriété et l'audience – des centres d'essais et des revues publiant ces essais varie d'un pays à l'autre. Les facteurs explicatifs sont multiples et il a paru difficile d'en tirer des éléments transposables au cas français.

D'autre part, il n'existe pas dans les différents pays européens de dispositifs juridiques particuliers régissant les informations de nature comparative et leur publication.

2.2. Conformément aux termes du mandat, le CNC a examiné les moyens juridiques actuels de protection et de valorisation du terme « essais comparatifs ».

À cet égard, la réflexion première était centrée sur la prise de mesures spécifiques visant à réglementer les essais comparatifs.

Sa proposition consistait en l'introduction de plusieurs articles nouveaux dans le Code de la consommation définissant limitativement les caractéristiques propres des essais comparatifs ainsi que leurs conditions de réalisation.

Ce projet se serait accompagné d'un régime de sanction en cas d'utilisation du terme « essais comparatifs » en dehors des conditions réglementaires.

Il est apparu que cette orientation risquait de rigidifier les conditions de fonctionnement des deux centres d'essais sans leur apporter pour autant les moyens de valoriser les essais.

En effet, une codification par voie réglementaire des conditions de réalisation et de publication des essais, actuellement contenues dans une norme d'application volontaire, constituerait un cadre contraignant pour les deux centres d'essais sans pour autant que puissent être exclues d'autres formes d'informations comparatives.

La possibilité de rendre obligatoire la norme n'est pas non plus apparue adaptée. Cette solution présente aussi l'inconvénient de rigidifier les conditions d'exercice des deux centres d'essais. Au demeurant, une telle mesure ne peut intervenir que dans des circonstances précises. Celles-ci font l'objet d'une énumération dans le décret 84-74 du 26 janvier 1984 modifié qui vise des impératifs d'ordre public, de sécurité publique, de protection de santé et de vie des personnes ainsi que des exigences impératives tenant notamment à la loyauté des transactions et à la défense des consommateurs.

Les critères énoncés par le décret de 1984 précité ne paraissent pas remplis au cas présent.

2.3. Le CNC est donc d'avis qu'il convient de privilégier une autre orientation visant non pas à réglementer mais à favoriser la valorisation des essais comparatifs menés conformément à la norme.

Cette valorisation a pour objet de permettre aux consommateurs de différencier les essais comparatifs des deux centres d'essais des autres démarches de nature comparative. Une telle valorisation suppose un effort accru de communication mettant en valeur les spécificités des essais comparatifs.

Cet effort de communication devrait s'appuyer sur des signes de reconnaissance permettant précisément aux lecteurs de revues de distinguer aisément et rapidement les différents types d'informations sur les produits.

La création et le dépôt d'une marque visualisée par un logo facilement identifiable par les consommateurs apparaissent la meilleure voie pour valoriser les essais des deux centres d'essais des consommateurs.

Le Conseil national de la consommation recommande donc que les deux centres se concertent en vue d'aboutir au dépôt d'une marque commune constituée d'un logo clair, distinctif et aisément repérable pour le consommateur.

Il a pris acte que cette orientation est désormais celle retenue par les représentants des deux centres d'essais. Une telle orientation implique ultérieurement une action soutenue de communication afin de précisément promouvoir le logo. La DGCCRF pourrait aider à cette communication.

Le Conseil considère qu'il appartient désormais aux deux centres d'essais de mener cette démarche en commun. Il demande à être tenu informé des résultats de la démarche ainsi que des modalités de promotion du logo.

Cet avis ne saurait être interprété comme une autorisation de fait donnée à quiconque de procéder à de prétendus études ou essais comparatifs ; les parties à l'origine de cet avis adopté par le CNC se réservent expressément la possibilité de protéger leurs intérêts spécifiques par toute initiative autorisée par la loi et la jurisprudence.