

AVIS ET RAPPORT DU CNC ADOPTÉS EN 1996

AVIS DU CNC RELATIF À L'AMÉLIORATION DE LA COMMUNICATION SUR LES SIGNES OFFICIELS DE QUALITÉ

NOR : FCEC9610075V

Le dispositif juridique relatif à la reconnaissance et à la valorisation de la qualité des produits et des services a été profondément remanié par les lois du 3 janvier 1994 relative à la reconnaissance de la qualité des produits agricoles et alimentaires et du 3 juin 1994 relative à la certification des produits industriels et des services.

Dans ce contexte, une réflexion sur la communication sur les signes officiels de la qualité en vue d'améliorer la connaissance et la compréhension qu'en ont les consommateurs s'avérait opportune.

Le conseil a constaté :

- L'extrême diversité des signes qui coexistent actuellement sur le marché, bien que leur recensement n'ait pu être mené de manière exhaustive, compte tenu du large champ d'investigation. Cette multiplicité des signes, leur spécificité, leur portée et le niveau de garanties offertes constituent une difficulté dans leur compréhension pour le consommateur ;

- Leur encadrement systématique par un dispositif législatif ou réglementaire. Mais si la caution de l'État est toujours présente, le cadre juridique est parfois très ancien (1912 pour les récompenses industrielles, 1919 pour les appellations d'origine) ;

- Le développement dans ce contexte des démarches volontaires qui tendent à devenir la règle, avec des référentiels au contenu précis, une organisation adaptée des entreprises pour y parvenir et le contrôle par tierce partie ;

- Le caractère le plus souvent collectif des démarches, qu'elles concernent un ensemble professionnel au niveau national, certains métiers de l'artisanat ou un réseau professionnel organisé sur le territoire national ;

- Le recours de plus en plus fréquent à la reconnaissance mutuelle des systèmes nationaux, compte tenu de l'internationalisation des économies afin d'éviter la multiplication de signes spécifiques à un seul marché. Dans ces systèmes à géométrie variable, le niveau national devient un niveau parmi d'autres, ce qui limite la portée de certaines campagnes de communication.

Le conseil a estimé qu'il y avait lieu de prendre en compte les fortes spécificités de trois ensembles :

Le secteur agro-alimentaire où coexistent une réglementation en matière de qualité, d'anciens signes de qualité propriété de l'État, de nouveaux signes liés à la certification de conformité des produits et deux règlements européens qui visent à la reconnaissance mutuelle de cer-

tains signes de la qualité par l'ensemble des États membres et une protection plus large de certaines dénominations (appellations d'origine et indications géographiques protégées et attestation de spécificité). Cette coexistence s'avère contraignante et l'articulation entre les certifications nationales et les protections de dénominations communautaires est complexe ;

Le secteur artisanal puisque le produit artisanal est par définition unique et s'accommode mal de référentiels techniques. Dans ce secteur, la démarche qualitative conduit plus à garantir la compétence de l'entreprise artisanale par la qualification des artisans qu'elle ne peut déboucher sur une certification ou un label, même si des recherches sont faites dans cette direction ;

Le secteur des produits industriels et des services pour lequel la certification est en plein développement.

Le conseil a validé une typologie des signes de qualité à partir de huit critères communs à considérer cumulativement les distinguant des marques, marquages et signes autoproclamés existant sur le marché :

- l'existence d'un cadre réglementaire ;
- la démarche d'initiative professionnelle volontaire ;
- un document technique de référence ;
- un contrôle par tierce partie publique et/ou privée ;
- la participation des organisations de consommateurs dans l'élaboration et/ou la validation du document de référence ;
- l'implication des pouvoirs publics qui, en outre, peuvent détenir ou concéder l'usage d'une marque ;
- l'apposition d'une marque, d'un signe sur le produit ou le service par un professionnel sur attribution d'un droit d'usage ;
- le caractère collectif de la marque.

Les conclusions du conseil aboutissent aux dix propositions et recommandations suivantes :

- le soutien par les pouvoirs publics des actions :
- d'information et de formation réalisées par les organisations de consommateurs ;
- de communication aux côtés des professionnels sur les signes officiels de qualité ;
- le financement par les pouvoirs publics, par une ligne spécifique de la participation des organisations de consommateurs au processus de normalisation, certification, contractualisation ;
- le développement des aides accordées par l'État ou les collectivités territoriales aux entreprises s'engageant

dans un processus de certification ;

- l'implication de la distribution dans le respect des signes de la qualité et de ses caractéristiques ;

- la détermination et le rappel de règles précises permettant aux entreprises de communiquer sur leur certification ISO 9000 sans confusion avec la certification de produit ou de service ;

- la clarification et l'identification de la différence pour le consommateur entre conforme à une norme NF et l'apposition de la marque NF ;

- le maintien, parmi les conditions d'agrément ou d'accréditation des organismes certificateurs, de l'existence des comités de certification ;

- la promotion des spécificités de l'artisanat en matière

de qualité et l'adaptation des modalités du contrôle qu'implique la certification au fonctionnement de l'entreprise artisanale et à sa relation avec le client ;

- la valorisation de la qualité artisanale et du titre de Maître artisan en liaison avec la qualification professionnelle correspondante ;

- le recours chaque fois que nécessaire au contrôle par tierce partie dans la négociation et la mise en œuvre des contrats d'amélioration de la qualité des produits et des services (Approuvé).

Les membres du CNC, réunis en formation plénière le 19 mars 1996, ont adopté l'avis à l'unanimité des deux collèges moins une abstention pour le collège des consommateurs et usagers.