

# Information des consommateurs sur l'euro

## Avis n° 3 du 04 décembre 1997

### *Rapporteurs*

*Mme Annick GAIME (CNPFF)*

*M. Pierre MARLEIX (AFOC)*

### Objectifs

L'information donnée aux consommateurs sera l'un des facteurs clé de succès d'un passage réussi à l'euro. Les deux collègues considèrent en particulier que l'information nécessaire pour permettre aux consommateurs de s'adapter à l'utilisation de l'euro et de retrouver des points de repères sur le niveau des prix est cruciale.

A cet égard, ils notent qu'il faudra tenir compte :

1°) des données pédagogiques couramment admises pour rendre efficace et rapide tout apprentissage. Ainsi, il faudra respecter le principe selon lequel toute connaissance nouvelle est beaucoup mieux assimilée si elle donne lieu à une application concrète (rapprochement de la formation et de l'action).

2°) des campagnes ou outils d'informations initiés par la Communauté Européenne, le gouvernement français, en particulier l'Éducation Nationale. C'est la cohérence de toutes les informations institutionnelles ou professionnelles qui fera leur efficacité.

3°) du coût global des mesures d'information préconisées. Il faut en effet maintenir un juste équilibre entre le niveau d'information souhaité et son coût final, donc avoir en permanence un haut degré d'exigence sur l'efficacité des mesures préconisées. Encore convient-il d'estimer ce coût global au regard de l'importance de l'enjeu : contribuer à ce que le passage à l'euro s'effectue dans des conditions optimales.

4°) du fait que les populations fragiles ont besoin de plus d'informations que les autres (cf. sondage SOFRES / Ministère des Finances - Avril et Octobre 1996).

### Points d'accord généraux

#### Les deux collègues

- reconnaissent qu'un phénomène dit de " porosité " (Demande active de moyens scripturaux en euros par certains consommateurs durant la période transitoire (1999-2002)), a toute chance d'exister et ce, dès la première année. Ils considèrent qu'il est cependant nécessaire de tenter d'organiser la progressivité de la mise à disposition de ces moyens de paiement scripturaux en euros. Cette progressivité doit faire l'objet d'une attention particulière de l'ensemble des parties concernées (pouvoirs publics, administrations, professionnels et consommateurs). La mise en place des moyens

d'information du consommateur devra en effet se faire sur un rythme parallèle à la diffusion de ces moyens de paiement.

- demandent que les moyens de paiement scripturaux en euros soient disponibles pour le consommateur dès le 1<sup>er</sup> janvier 1999, dans des conditions non discriminatoires par rapport aux moyens de paiement scripturaux en francs. Ils considèrent que les consommateurs n'utiliseront ces moyens de paiement en euros que si un environnement favorable les y incite.
- considèrent, s'agissant du double affichage, qu'il est nécessaire de s'attacher à la finalité de l'information et à son efficacité plutôt qu'à sa forme. Ils entendent en conséquence faire des " recommandations " à destination des entreprises et assurer le suivi de leur application. Ils admettent que le recours à la réglementation ne leur paraît pas s'imposer à priori ni avant, ni pendant, ni après une période d'adaptation significative (1 an environ à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1999), dès lors que cette période serait jugée probante d'un commun accord. Encore faut-il que toute possibilité soit donnée aux entreprises qui souhaiteraient s'engager dans cette voie en leur apportant une aide appropriée en information, formation, concours technique avec toute facilité offerte pour recevoir des paiements en euros, sachant par exemple que tous les terminaux de paiement électronique devront être adaptés et un certain nombre changés.

Les deux collèges sont d'accord pour :

- créer une instance de suivi fonctionnant tout au long de la période transitoire de manière régulière, pour adapter les recommandations à l'évolution de la situation. Ils constatent en effet que, compte tenu de la longueur de la période transitoire, une adaptation de ces recommandations sera inévitable. Les Comités départementaux de l'euro existants pourraient jouer un rôle important dans ce dispositif de suivi.
- recommander une surcharge des billets français par l'indication chiffrée de leur valeur en euro arrondie à la deuxième décimale. Cette référence simple et immédiate offerte en permanence à toutes les catégories sociales d'utilisateurs pourrait assurer très vite une présence constante de la nouvelle monnaie dans la vie quotidienne des français, voire pallier les insuffisances constatées ici ou là dans les domaines de la communication et de la formation. Cette surcharge devrait être faite en appliquant strictement les règles de conversion et d'arrondis prévues par le règlement communautaire. Elle n'aurait pour but que d'être un affichage informatif.
- préconiser de donner aux particuliers une double information en francs et en euros pour les opérations qu'ils effectuent au titre de l'épargne administrée. Les modalités d'application de cette proposition, qui peut concerner des produits différents, donneront lieu à un examen ultérieur en vue de permettre aux populations les plus modestes de se familiariser avec l'euro.
- préconiser la rédaction en euros et en francs de tous les contrats de prêt dont les mensualités iraient au delà du 1<sup>er</sup> janvier 2002.

Modalités pratiques d'information du consommateur

Par ailleurs, en ce qui concerne les modalités pratiques d'information du consommateur, les deux collèges constatent que, pendant la période transitoire, les instruments juridiques, notamment les factures remises au consommateur et les moyens de paiement scripturaux utilisés par celui-ci, pourront être établis en euros. Le consommateur aura donc la possibilité d'effectuer ses achats dans cette monnaie, avec l'accord du professionnel. Encore faut-il que ce dernier informe préalablement le consommateur qu'il accepte des paiements en euros.

1. S'agissant des relations du consommateur avec les administrations / services publics au niveau national et local

Les deux collèges estiment que le rôle pédagogique des administrations et des services publics est important. Ils touchent en effet le plus grand nombre d'individus. L'État notamment, garant de la crédibilité de la nouvelle monnaie, devrait montrer l'exemple en matière d'information, voire de double affichage.

Aussi, dès 1999, sur tous les documents administratifs (sécurité sociale, impôts, retraites, etc.), les consommateurs devraient pouvoir lire les principaux soldes convertis en euro : le total des remboursements d'assurance maladie, le montant de l'impôt sur le revenu à payer, le montant des prestations familiales, etc.

2. S'agissant des relations des consommateurs avec les commerçants

A partir de janvier 1999, il doit être laissé libre cours aux initiatives privées en matière de double affichage. Ainsi, si le commerçant accepte des paiements scripturaux en euros pour les produits qu'il propose à sa clientèle, il doit le faire savoir clairement. Dans ce cas, il doit :

- afficher en vitrine qu'il accepte des paiements en euros et cela doit concerner tous les produits offerts à la vente ;
- offrir un double affichage significativement informatif concernant les produits les plus couramment vendus par la fréquence d'achat et/ ou en fonction de leur part dans la formation de son chiffre d'affaires ;
- afficher également les règles de conversion et d'arrondis prévues par le règlement communautaire.

Le simple affichage du taux de conversion officiel n'est pas une information suffisante au regard d'une information pédagogique du consommateur, mais elle est nécessaire et doit faire l'objet d'une communication la mieux adaptée.

L'information donnée doit être loyale et ne privilégier aucune indication particulière sur l'euro ou le franc. Elle pourrait donner lieu à sanctions si elle était susceptible d'induire le consommateur en erreur, sauf à examiner si la réglementation en vigueur serait applicable au cas d'espèce.

Afin d'éviter le détournement de la mise en place de l'euro à des fins publicitaires et d'assurer le respect des règles, les deux collèges souhaitent qu'un texte spécifique sanctionne les ventes ne respectant pas la stricte parité des monnaies, les rabais effectués uniquement sur l'une des deux monnaies et les conversions tronquées. Des agents devront être habilités pour effectuer des contrôles.

La taille des caractères des prix exprimés en euros doit être réduite par rapport à ceux affichés en francs.

Sur les factures et tickets de caisse, seul le montant total à payer doit être converti en euros. Il convient en effet d'éviter l'affichage d'écarts du fait de l'application de la règle des arrondis (la somme des prix arrondis n'est pas égale à l'arrondi de la somme des prix). L'écart augmente avec le nombre d'arrondis, il est donc préférable de n'arrondir que sur les totaux, conformément aux propositions du CNC sur ce point (cf. rapport d'étape n°2).

Les deux collèges considèrent que ces modalités pratiques doivent permettre au consommateur de se créer un nouveau référentiel des prix. Elles lui donnent la possibilité de comparer les prix dans les deux monnaies sans qu'il ait à faire des calculs particuliers.

**Les membres du Conseil National de la Consommation, réunis en séance plénière le 4 Décembre 1997, ont adopté l'avis à l'unanimité des deux collèges, moins une abstention pour le collège des consommateurs et usagers.**