



**RAPPORT D'ACTIVITE**  
**DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION**  
**POUR L'ANNEE 2006**

**Conseil National de la Consommation** – 59, bd Vincent Auriol – 75703 PARIS Cedex 13  
Télédoc 051 – Téléphone : 01 44 97 31 89 ; 01 44 97 29 41  
Télécopie : 01 44 97 33 66 – Mèl : [cnc.secretariat@dgccrf.finances.gouv.fr](mailto:cnc.secretariat@dgccrf.finances.gouv.fr)

## INTRODUCTION

**L'activité du Conseil National de la Consommation, au cours de l'année 2006, a été la suivante :**

### *Les réunions du CNC en 2006*

Dix-huit réunions du C.N.C. ont été organisées en 2006 : une séance plénière consacrée à la question des soldes présidée par le Ministre, neuf réunions du bureau et huit réunions du collège des consommateurs et usagers.

En outre, le Conseil National de la consommation a réuni son groupe de travail permanent agroalimentaire et nutrition ainsi que cinq groupes de travail spécialisés créés sur la base de mandats présentés par le Ministre ou les collèges des consommateurs et des professionnels.

Les cinq groupes de travail « sur mandats » se sont réunis sur les thèmes suivants :

- l'amélioration de l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques (*groupe mis en place le 7 décembre 2005*) ;
- la vérification des compétences en matière de diagnostic immobilier (*groupe mis en place le 14 mars 2006*) ;
- les modes alternatifs de règlement des litiges (*groupe mis en place le 3 mai 2006*) ;
- la communication d'informations aux consommateurs en matière de produits présentant un risque grave ou immédiat pour la santé ou la sécurité des consommateurs (*groupe mis en place le 12 mai 2006*) ;
- l'expérimentation d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation (*groupe mis en place le 29 mai 2006*)

*Leurs travaux sont présentés dans la première et la deuxième parties du rapport.*

Le groupe permanent « Agroalimentaire et nutrition » s'est réuni à 5 reprises en séance plénière et à 7 reprises en sous-groupes sur les thèmes de « l'étiquetage nutritionnel » et des « mentions d'étiquetage ». *Ses travaux sont présentés dans la troisième partie du rapport.*

*Le tableau de recensement de l'ensemble des réunions du CNC figure dans la partie V du rapport.*

### *Les avis et rapports adoptés par le CNC en 2006*

Dix avis dont un guide pratique ont été adoptés en 2006 :

- Avis sur le décret relatif à la conservation du numéro prévue par l'article L.44 du code des postes et télécommunications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 13 janvier 2006*) ;
- Avis sur un arrêté relatif à l'information sur les tarifs des appels vers les services d'assistance technique des fournisseurs de services et de communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 15 mars 2006*) ;
- Avis sur un arrêté relatif à l'information sur la qualité de service dans les contrats conclu avec les fournisseurs de services de communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 15 mars 2006*) ;
- Avis relatif à la mise à disposition de fiches d'information standardisées dans les communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 15 mars 2006*).

- Avis relatif au traitement des litiges dans les communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 15 mars 2006*).
- Avis relatif à la résiliation des contrats dans le secteur des communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 23 juin 2006*).
- Avis relatif à la remise de contrats dans le secteur des communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 23 juin 2006*).
- Avis relatif à la publicité écrite dans le secteur des communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 23 juin 2006*).
- Avis relatif à un guide pratique des communications électroniques (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 23 juin 2006*).
- Avis relatif à l'expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation (*adoption lors de la réunion du bureau du CNC du 30 novembre 2006*).

*Ils figurent dans la première partie du rapport.*

### ***Les consultations écrites***

Les six consultations écrites suivantes ont été organisées en 2006 :

- Consultation du Bureau du CNC et du groupe de travail « communications électroniques » sur le contenu de deux dispositions législatives visant à encadrer les délais applicables pour la restitution au consommateur des avances et dépôts de garantie, préciser les délais de résiliation des contrats relatifs aux communications électroniques (transmise en avril 2006).
- Consultation du Collège des consommateurs et usagers sur l'extrait du projet d'ordonnance concernant la représentation des membres des comités nationaux au sein du futur Institut national de l'origine et de la qualité (transmise en juillet 2006).
- Consultation du CNC sur le projet de loi sur la protection des consommateurs ainsi que le projet de décret accompagnant l'introduction de l'action de groupe en droit français (transmise en août 2006).
- Consultation du CNC sur un projet de décret relatif à l'obligation d'information des passagers aériens sur l'identité du transporteur aérien et aux sanctions applicables en cas de non respect de cette obligation (transmise en septembre 2006).
- Consultation du CNC sur le projet de révision des modèles types d'offres préalables de crédit et de bordereau de rétraction détachable, respectivement annexés aux articles R. 311-6 et R. 311-7 du code de la consommation (transmise en octobre 2006).
- Consultation du CNC sur un projet d'arrêté relatif à l'information du consommateur sur les prix de vente des carburants (transmise en décembre 2006).

### ***La consultation sur le projet de Directive nationale d'orientation 2007 (DNO)***

Conformément au souhait exprimé par le Ministre de voir le CNC plus étroitement associé à la définition des objectifs de la DGCCRF, le Bureau du CNC et les associations de consommateurs non membres du bureau ont été consultés lors de la préparation des orientations annuelles de la DGCCRF.

Les propositions de la DGCCRF leur ont été transmises le 7 juin 2006 afin de recueillir leurs éventuelles remarques ou propositions sur d'autres thèmes qu'ils estiment pertinents.

Un débat a été organisé sur ce thème lors de la réunion du Bureau du CNC organisée le 11 juillet 2006.

## **Une dimension européenne reconnue en 2006**

Un déplacement du bureau à Bruxelles, en mars 2006, a permis de symboliser la volonté d'intervention active du CNC dans les processus complexes de préparation des textes communautaires.

Une réunion informelle du bureau était intervenue auparavant (le 9 janvier 2006) sur des sujets européens d'actualité (projet communautaire REACH concernant la chimie, directive crédit).

Le déplacement à Bruxelles a permis au bureau de rencontrer les principaux responsables de la direction générale santé et protection des consommateurs de la Commission (DG SANCO), et notamment le directeur général, Robert Madelin, qui a réagi positivement à la proposition d'un travail en commun plus étroit.

Autre concrétisation : la participation de la DG SANCO à une réunion du CNC sur l'étiquetage nutritionnel. L'instance européenne a pu être informée des points de vue exprimés au sein du CNC avant de faire une proposition de révision de la réglementation communautaire en la matière.

## TABLE DES MATIERES

### **I - Les avis et rapports adoptés par le CNC en 2006**

I. 1 - L'amélioration de l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques	6
I. 2 - L'expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation	7

### **II - Les groupes de travail du CNC**

II.1 - La vérification des compétences en matière de diagnostic immobilier	8
II.2 - Les modes alternatifs de règlement des litiges	9
II.3 - La communication d'informations aux consommateurs en matière de produits présentant un risque grave ou immédiat pour la santé ou la sécurité des consommateurs	9
II.4 - L'amélioration de la transparence tarifaire des prestations des syndicats de copropriété	10

### **III - Le groupe permanent du CNC « agroalimentaire et nutrition »**

11

### **IV - Les réunions du CNC : statistiques 2003 - 2006**

12

### **V - Le recensement des réunions du CNC en 2006**

13

### **VI - La communication sur les travaux du CNC**

16

### **Liste des membres du CNC pour l'année 2006**

Collège "Consommateurs et Usagers"	17
Collège des "Professionnels"	18
Membres de droit	19

### **Liste des membres du Bureau du CNC pour l'année 2006**

Représentants du Collège "Consommateurs et Usagers"	20
Représentants du Collège des "Professionnels"	21

### **Annexes : rapports et avis adoptés par le CNC en 2006**

22

### **Liste chronologique des avis des rapports élaborés par le CNC depuis 1983**

64

## I - Les avis et rapports adoptés par le CNC en 2006

### I. 1 - L'amélioration de l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques

A l'issue de la table ronde du 27 septembre 2005 sur les communications électroniques présidée par François Loos, Ministre de l'Industrie, la décision a été prise de rechercher les solutions à certaines des difficultés rencontrées par les consommateurs dans leurs relations avec les fournisseurs de services et de communications électroniques dans une concertation organisée dans le cadre du CNC.

Le mandat du groupe de travail a été adopté par le bureau du CNC lors de sa réunion du 8 novembre 2005.

Le groupe de travail mis en place a créé en son sein six sous-groupes chargés respectivement d'examiner les thèmes suivants :

- la mise à disposition d'une fiche informatisée standardisée,
- le traitement des litiges,
- la publicité,
- l'élaboration d'un guide pédagogique,
- la résiliation du contrat en cas de service non rendu,
- la remise du contrat.

Les travaux ont été engagés en janvier 2006 pour les quatre premiers thèmes et en février pour les deux suivants.

Lors de ses réunions des 13 janvier, 13 mars, 23 juin et 11 juillet 2006, le bureau du CNC a adopté 9 avis préparés par ce groupe concernant :

- un décret relatif à la conservation du numéro prévue par l'article L.44 du code des postes et des télécommunications électroniques (*janvier 2006*)
- un arrêté relatif à l'information sur la qualité de service dans les contrats conclu avec les fournisseurs de services de communications électroniques (*mars 2006*) ;
- un arrêté relatif à l'information sur les tarifs des appels vers les services d'assistance technique des fournisseurs de services et de communications électroniques (*mars 2006*) ;
- la mise à la disposition des consommateurs d'une « fiche d'information standardisée » (*mars 2006*) ;
- le traitement des litiges (*mars 2006*);
- la publicité écrite (*juin 2006*) ;
- la remise de contrat (*juin 2006*) ;
- la résiliation de contrat (*juin 2006*) ;
- le guide pratique des communications électroniques (*juillet 2006*).

L'ensemble de ces avis ainsi que le guide pratique des communications électroniques ont été publiés au BOCCRF n°7 du 4 août 2006.

Dans la continuité des travaux effectués au cours du premier semestre 2006, le groupe de travail du CNC a identifié un thème sous-jacent à la problématique relative à la publicité écrite, il s'agit de la publicité diffusée sur supports audiovisuels et radiophoniques. Le groupe de travail a donc été prolongé en vue de réfléchir à l'élaboration d'une recommandation *ad hoc* sur ce sujet.

Ce dernier sous-groupe a pour objectif de définir des critères quantifiables permettant de faire des recommandations dont la mise en œuvre soit contrôlable.

Les six réunions organisées au second semestre 2006 ont permis de définir le champ d'investigation et d'entendre un certain nombre d'experts du monde de l'audiovisuel, de la radiophonie et de la publicité afin de mieux appréhender les contraintes et les spécificités propres à la diffusion de messages publicitaires sur ces vecteurs

## **I. 2 - L'expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation**

Dans un avis du 29 janvier 2004, le Conseil National de la Consommation avait recommandé la création d'une instance régionale réunissant à parité les consommateurs et les professionnels, pour permettre la confrontation et la concertation sur toutes les questions de consommation d'intérêt régional.

La suppression des comités départementaux de la consommation (CDC) par un décret du 7 juin 2006 et la régionalisation de l'organisation territoriale de la DGCCRF ont conduit le CNC à constituer un groupe de travail spécialisé chargé du pilotage et du suivi d'une expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation.

L'expérimentation a été conduite, à compter de septembre 2006, dans quatre régions, l'Alsace, la Bourgogne, Midi-Pyrénées et l'Ile-de-France, qui ont organisé des réunions paritaires entre les consommateurs et les professionnels.

Les travaux du groupe et l'expérience sur le terrain ont mis en évidence l'ambition du chantier ainsi que la complexité des questions à traiter et des choix à arrêter pour mettre en place et pérenniser le dialogue entre consommateurs et professionnels au niveau d'une région

Compte tenu des résultats en général encourageants obtenus dans ces quatre régions d'expérimentation, le CNC note que la démarche d'expérimentation des instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation est positive dans son principe.

Les propositions du CNC traduisent la nécessité de continuer l'expérimentation avant d'en tirer des conséquences pour la mise en place d'un dispositif pérenne de concertation consumériste dans les régions :

- poursuivre l'expérimentation de ces instances dans les quatre régions ;
- élargir l'expérimentation à d'autres régions ;
- réfléchir plus particulièrement à trois questions soulevées dans le cadre de l'expérimentation : l'identification de thèmes de travail proprement régionaux, la composition et le rôle de l'instance de pilotage, ainsi que les coûts induits par son fonctionnement.

Dans la perspective de la rédaction d'un rapport pour le 30 septembre 2007, le CNC a également souhaité que le groupe de travail spécialisé sur les instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation puisse se réunir en formation de suivi au premier semestre 2007.

## II - Les groupes de travail du CNC

### II.1 - La vérification des compétences en matière de diagnostic immobilier

Le Bureau du CNC a adopté, le 26 septembre 2005, un mandat portant sur « la vérification des compétences en matière de diagnostic immobilier ».

Les diagnostics techniques immobiliers rendus obligatoires en 2005 par les pouvoirs publics pour les transactions immobilières fournissent au consommateur mais aussi au professionnel des informations importantes sur l'état sanitaire et de sécurité du bien immobilier. Ce marché émergent regroupe des métiers et professionnels de spécialités très diverses (métrage, termites, amiante, plomb, gaz, électricité) et donne naissance à l'apparition de nombreuses entreprises dont la compétence des intervenants a suscité des interrogations

La croissance notoire des litiges portant sur la qualité des diagnostics, sur la compétence des diagnostiqueurs et résultant pour l'essentiel du manque d'information du consommateur sur les modalités des prestations de diagnostics immobiliers et les pratiques abusives de certains professionnels ont motivé la création d'un groupe de travail du CNC.

L'objectif du groupe est d'élaborer des solutions pratiques permettant de sauvegarder les intérêts du consommateur et de clarifier le cadre juridique de l'activité des professionnels du diagnostic immobilier.

Il s'est réuni à dix reprises entre mars et novembre 2006 et a organisé ses travaux autour de trois thèmes :

1. l'indépendance des diagnostiqueurs
2. la compétence et la qualification professionnelle
3. les modalités tarifaires des diagnostiqueurs

Les deux collèges ont pris connaissance du projet de décret du ministère de la cohésion sociale et du logement relatif à la certification des personnes habilitées à exercer la profession de diagnostiqueur. Ce projet de texte répond en partie à la demande de détermination du niveau de compétence et de qualification professionnelle du diagnostiqueur formulée par les consommateurs et à la validation et au contrôle régulier de cette compétence par les pouvoirs publics.

Le choix fait par le ministère de la cohésion sociale et du logement de la certification de compétence individuelle par des organismes certificateurs (SGC BVQI Afaq AFNOR) accrédités par le COFRAC (Comité français d'accréditation), sur la base d'un référentiel, avec des exigences qui seront précisées par les décrets et arrêtés en cours d'élaboration a suscité un débat sérieux sur le contrôle de ces organismes certificateurs et sur leurs compétences réelles en ce qui concerne le contrôle des diagnostiqueurs et leurs entreprises et leur pouvoir de sanction.

La définition de l'impartialité et de l'indépendance du diagnostiqueur énoncées dans l'article L 271-6 de l'ordonnance du 8 juillet 2005 a constitué un autre volet du débat. L'article prévoit qu'un décret en Conseil d'Etat définira les modalités d'application de cet article. Aussi la réflexion du groupe revêt toute son importance quant à l'enjeu économique qui est en cause.

Enfin, le coût de l'ensemble des diagnostics immobiliers obligatoires est un sujet auquel le collège consommateur accorde une grande importance.

Les deux collèges se sont accordés sur les mesures suivantes :

- L'élaboration d'une carte professionnelle pour les diagnostiqueurs avec des mentions obligatoires (assurance RCP, référence de (ou des) la certification obtenue par la personne et de la référence de l'entreprise, garantie financière, qualification professionnelle).
- La création d'un carnet de bien immobilier regroupant toutes les fiches techniques des diagnostics immobiliers (termites, plomb, amiante, gaz-électricité...).
- La création d'une grille de lecture et d'analyse des résultats des diagnostics.
- La nécessité de définir les contours de l'indépendance du diagnostiqueur (vis à vis des entreprises du BTP et vis à vis des mandataires).



- La création et la publication d'une liste actualisée en temps réel et accessible au grand public des diagnostiqueurs certifiés par les organismes certificateurs.

Les projets d'avis et de rapport seront présentés au Bureau du CNC au premier trimestre 2007.

## **II.2 - Les modes alternatifs de règlement des litiges**

Le mandat relatif aux modes alternatifs de règlement des litiges, présenté par Familles de France, a été adopté par le Bureau du CNC le 27 septembre 2006.

Il s'inscrit dans la continuité directe des travaux du groupe de travail sur la médiation de 2003-2004 ayant abouti à un avis du CNC le 6 juillet 2004.

Mis en place le 3 mai 2006, le groupe de travail s'est réuni à 7 reprises en séance plénière et à 9 reprises en sous-groupes.

Dès l'ouverture des travaux, un fort consensus est apparu sur les travaux antérieurs de 2004. Il a donc été convenu de reprendre et de transformer l'avis de 2004 en lignes directrices de la médiation, sous réserve de la prise en compte de quelques améliorations et demandes spécifiques formulées.

Les travaux du groupe, centrés sur les aspects opérationnels de la médiation, ont porté sur 5 chantiers incluant 3 sous-groupes : le bilan de l'avis de 2004, la définition des nouvelles lignes directrices, les moyens de communication sur la médiation à destination des consommateurs, le renforcement des garanties autour de la personne du médiateur, la construction d'un processus de médiation.

Bien que les principes et critères d'une médiation de qualité aient fait l'objet d'un accord unanime, il s'est avéré nécessaire d'examiner le projet de directive européenne sur la médiation en matière civile et commerciale. En outre, un chantier a visé des aspects essentiellement théoriques portant sur les critères.

En outre, deux axes forts ont été privilégiés : le premier axe pour créer un dépliant aux fins d'informer les consommateurs sur la médiation pour les inciter à y recourir ; le second axe vient en symétrie du premier pour encourager les professionnels, cette-fois, à développer des processus de médiation en leur fournissant un « vademecum » explicatif du montage d'un projet de médiation.

Le bilan des travaux fait ressortir 4 grands traits :

- une prise de conscience de l'intérêt de la médiation par des secteurs professionnels nouveaux (bâtiment et voyages notamment) mais comportant des hésitations quant à la méthodologie à mettre en œuvre ;
- l'absence de naissance de processus de médiation de grande ampleur depuis 2004 ;
- l'émergence de quelques tentatives de secteurs professionnels pour créer des MARL ;
- le développement de nombreuses officines individuelles de médiation faisant de la publicité en ligne et dont les garanties « juridiques » pour le consommateur-usager sont loin d'être avérées. En outre, les médiations proposées s'avèrent généralement payantes pour le consommateur.

Enfin, le groupe a demandé la création sur le site Internet de la DGCCRF, d'un portail médiation qui présenterait les textes de référence de la médiation. Des liens seraient créés vers les sites des médiateurs notifiés et les associations de consommateurs qui le souhaiteraient.

Les projets d'avis et de rapport seront présentés au Bureau du CNC au premier semestre 2007.

## **II.3 – La communication d'informations aux consommateurs en matière de produits présentant un risque grave ou immédiat pour la santé ou la sécurité des consommateurs**

Le Bureau du CNC a adopté, le 15 mars 2006, un mandat sur « la communication d'informations aux consommateurs en matière de produits présentant un risque grave ou immédiat pour la santé ou la sécurité des consommateurs ».

Le mandat rappelle que les textes communautaires (la directive 2001/95 et le règlement 178/2002) prévoient désormais une obligation pour les services officiels de contrôle de communiquer un certain nombre d'informations au public tout en respectant les règles de confidentialité que les autorités de contrôle sont tenues de respecter de part leurs dispositions juridiques nationales (secret professionnel et

secret de l'enquête en France). La réglementation communautaire ne fixant qu'un principe général, il est cependant apparu nécessaire d'essayer de fixer, au niveau national, des modalités plus précises de mise en œuvre de ces dispositions.

Le groupe de travail, qui s'est réuni à six reprises entre juin et décembre 2006, a débuté ses travaux par les auditions des différents acteurs, notamment deux fonctionnaires de la DG Sanco de la Commission européenne qui travaillent dans les deux unités en charge des réseaux d'alerte.

Il a retenu que la réflexion devait porter sur les produits visés par la réglementation communautaire précitée (en excluant notamment les prestations de service, les biens immobiliers et l'eau de consommation distribuée par réseau) qui sont déjà dans les circuits de commercialisation ou chez les consommateurs. Par ailleurs, un large consensus s'est dégagé pour considérer qu'une sélection en amont des informations à fournir aux consommateurs devait être effectuée.

Un schéma de travail en deux temps a également été défini. Dans un premier temps, les réflexions du groupe porteront sur le contenu des informations à fournir aux consommateurs et sur la détermination des cas dans lesquels une communication s'avérerait nécessaire ou utile. Dans un deuxième temps, le groupe se penchera sur les questions de support et relais de l'information. Il réfléchira, à cette occasion, à la mise en place d'une structure qui, outre une action de relais, pourrait également avoir une action d'appui et de soutien pour certaines catégories de professionnels ne disposant pas toujours des moyens et de la volonté de communiquer requise (les cas des PME, TPE, des importateurs et des entreprises défaillantes ont été évoqués).

Les projets d'avis et de rapport seront présentés au Bureau du CNC en mai ou juin 2007.

#### **II.4 – L'amélioration de la transparence tarifaire des prestations des syndicats de copropriété**

Le bureau du CNC a adopté, le 30 novembre 2006, un mandat sur « l'amélioration de la transparence tarifaire des prestations des syndicats de copropriété ».

L'initiative de ce mandat revient à l'Administration en raison des nombreuses plaintes reçues s'agissant des pratiques tarifaires des syndicats immobiliers.

Ces pratiques souffrent d'un manque de transparence que peut en partie expliquer le manque de précision de l'arrêté du 2 décembre 1986. Si ce texte distingue deux catégories de charges, les charges de gestion courante et les charges particulières, il ne précise ni la nature de chaque catégorie de prestations, ni un nombre suffisant de critères d'appréciation.

La consultation du CNC porte plus particulièrement sur :

- les prestations fournies à toutes les copropriétés, prestations faisant partie du socle de l'entretien normal des immeubles, ceci afin de fixer une première liste de tâches courantes, ajustable à la taille de la copropriété ;
- les modalités de facturation des syndicats, par exemple à l'acte, au forfait, à la vacation, au pourcentage des dépenses engagées ou au réel, et leur application
- les modalités d'information des copropriétaires sur les honoraires des syndicats ;
- l'information tarifaire mentionnée dans le contrat de syndicat ;
- l'examen du niveau des prix pratiqués par les syndicats ;
- les effets du mouvement de concentration des syndicats.

La méthodologie retenue par le groupe de travail repose sur deux axes :

- à partir de l'ensemble des prestations offertes par les syndicats, établir un socle commun de prestations récurrentes et habituelles dans les copropriétés ;
- élaborer des solutions pratiques réglementaires ou contractuelles permettant de sauvegarder les intérêts des consommateurs et de clarifier les modalités tarifaires des syndicats.

### **III - Le groupe permanents du CNC « agroalimentaire et nutrition »**

En 2006, le groupe de travail permanent « agro-alimentaire et nutrition » du CNC s'est réuni à 5 reprises. La nutrition a constitué le thème central de ces réunions. En effet la nutrition est devenue l'enjeu principal de l'industrie agroalimentaire tant sur le plan de la qualité nutritionnelle des produits que sur celui de la communication et de l'étiquetage. Cette évolution a conduit l'Union européenne à engager une réflexion sur l'étiquetage et les allégations nutritionnelles. Parallèlement, la Commission a engagé des travaux sur la refonte de l'étiquetage général des denrées alimentaires.

Les travaux menés au sein du groupe de travail du CNC ont permis de préparer la position française sur l'ensemble de ces sujets.

#### **1 - L'étiquetage nutritionnel**

Un consensus entre les deux collèges s'est dégagé sur la nécessité de mettre en place un dispositif d'information facilement compréhensible et simple sous la forme d'une représentation graphique, de limiter cette information à un nombre restreints de nutriments et d'écarter tout mode d'étiquetage qui émette un jugement négatif sur les produits.

Ces orientations ont été communiquées à la Commission européenne pour enrichir sa réflexion. Bien évidemment les débats au sein du CNC sur ce thème se poursuivront en 2007 afin de définir une position commune sur le caractère obligatoire ou non de cette information et sur le choix des nutriments à mentionner et de la représentation graphique la mieux adaptée.

#### **2 - Les allégations nutritionnelles et de santé**

Les travaux du CNC dans ce domaine ont également permis de déterminer la position défendue par la France à Bruxelles lors de l'élaboration du règlement du 18 janvier 2007 permet comme le souhaitent les représentants des consommateurs l'harmonisation de l'encadrement des allégations en imposant une autorisation « a priori » après évaluation scientifique. Ce dispositif doit permettre d'améliorer l'information du consommateur et l'efficacité des contrôles. Toutefois comme le demandaient les professionnels les allégations pré existantes à l'entrée en vigueur du règlement bénéficient de mesures transitoires permettant leur utilisation dans l'attente de la constitution d'un registre européen. Bien que ce texte soit applicable au 1<sup>er</sup> juillet 2007, de nouvelles concertations seront nécessaires pour la mise en œuvre effective de ce texte notamment pour la définition des profils nutritionnels. Le groupe de travail agro-alimentaire et nutrition sera sollicité à nouveau pour définir la position de la France sur cette définition.

#### **3 – L'étiquetage général**

L'étiquetage général des denrées alimentaires a fait l'objet d'un sous-groupe « mentions d'étiquetage », dont les travaux ont permis aux autorités françaises de préparer leur réponse à la consultation organisée par la Commission. Ont été proposés notamment la simplification du cadre législatif, le maintien d'un bon niveau d'information des consommateurs en conservant toutes les mentions obligatoires d'étiquetage, ainsi que l'idée de lignes directrices, au niveau européen, pour expliciter l'obligation de lisibilité des étiquetages.

#### **4 - Les autres thèmes abordés en 2006**

Le groupe de travail s'est également penché sur des sujets d'actualité comme les résidus de pesticides (fruits, légumes, céréales, miel), la réforme des signes de qualité, l'agriculture raisonnée. Il a été étroitement associé aux réflexions engagées sur l'obésité infantile et sur la préparation du Plan national nutrition et santé (PNNS 2006/2010) notamment sur les engagements de progrès nutritionnels susceptibles d'être pris par les industries agroalimentaires dans le cadre de chartes soumises à l'approbation des pouvoirs publics.

Il a été associé aux travaux menés à Bruxelles sur la production biologique, l'étiquetage des produits biologiques et l'enrichissement des denrées alimentaires.

Enfin, 2006 a vu l'aboutissement des travaux menés sur la présentation des denrées alimentaires aromatisées.

## IV – Les réunions du CNC

### STATISTIQUES 2003 à 2006

	2003	2004	2005	2006
Formation plénière	4	1	2	1
Bureau du C.N.C.	5	4	4	9
Collège des consommateurs	12	6	7	8
<b>Total partiel (A)</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>18</b>

Groupes de travail sur mandat (et sous-groupes)	30	15	41	114
Groupes permanents (et sous-groupes)	5	5	14	12
Groupes de suivi	-	2	1	-
Groupes de travail ad hoc	-	-	13 (a)	1 (a)
<b>Total partiel (B)</b>	<b>35</b>	<b>22</b>	<b>69</b>	<b>127</b>

<b>TOTAL GÉNÉRAL (A + B)</b>	<b>56</b>	<b>33</b>	<b>82</b>	<b>145</b>
------------------------------	-----------	-----------	-----------	------------

(a) :Groupe de travail sur « l'action collective »

## V – Le recensement des réunions du CNC en 2006

<b>CNC Plénier</b>	<b>Groupes de travail sur mandats</b>
28 février 2006	<i>L'amélioration de l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques</i>
<b>Bureau du CNC</b>	
9 janvier 2006	
13 janvier 2006	
1 <sup>er</sup> mars 2006	
15 mars 2006	
12 mai 2006	
23 juin 2006	
11 juillet 2006	
26 septembre 2006	
30 novembre 2006	
<b>Collège des consommateurs et usagers</b>	
16 février 2006	
13 mars 2006	
24 avril 2006	
19 juin 2006	
18 septembre 2006	
26 septembre 2006	
14 novembre 2006	
12 décembre 2006	
<b>Groupes de travail permanents</b>	
<i>Agroalimentaire et nutrition</i>	
13 janvier 2006	
9 mars 2006	
31 mai 2006	
15 juin 2006	
5 octobre 2006	
<i>Sous-groupe « Étiquetage nutritionnel »</i>	
10 janvier 2006	
7 février 2006	
22 février 2006	
23 mai 2006	
<i>Sous-groupe « Mentions d'étiquetage »</i>	
31 mars 2006	
24 avril 2006	
15 mai 2006	
	<i>Réunions plénières du groupe</i>
	10 janvier 2006
	03/ février 2006
	16 février 2006
	27 février 2006
	10 mars 2006
	27 avril 2006
	12 juin 2006
	7 juillet 2006
	17 novembre 2006
	<i>Sous-groupe « fiche standardisée »</i>
	18 janvier 2006
	23 janvier 2006
	30 janvier 2006
	6 février 2006
	13 février 2006
	20 février 2006
	<i>Sous-groupe « traitement des litiges</i>
	17 janvier 2006
	24 janvier 2006
	31 janvier 2006
	7 février 2006
	14 février 2006
	21 février 2006
	<i>Sous-groupe « publicité »</i>
	10 janvier 2006
	17 janvier 2006
	24 janvier 2006
	31 janvier 2006
	7 février 2006
	28 février 2006
	12 avril 2006
	<i>Sous-groupe « résiliation des contrats »</i>
	28 février 2006
	7 mars 2006
	14 mars 2006
	21 mars 2006
	28 mars 2006
	5 avril 2006
	11 avril 2006
	18 avril 2006

## Le recensement des réunions du CNC en 2006 (suite)

### Groupes de travail sur mandats

#### *Secteur des « communications électroniques » (suite)*

##### *Sous-groupe « résiliation des contrats » (suite)*

25 avril 2006  
2 mai 2006  
9 mai 2006  
23 mai 2006

##### *Sous-groupe « remise de contrats »*

7 mars 2006  
14 mars 2006  
21 mars 2006  
28 mars 2006  
5 avril 2006  
11 avril 2006  
18 avril 2006  
25 avril 2006  
9 mai 2006  
23 mai 2006

##### *Sous-groupe « guide pédagogique »*

13 janvier 2006  
20 janvier 2006  
27 janvier 2006  
10 février 2006  
24 février 2006  
10 mars 2006  
24 mars 2006  
21 avril 2006  
12 mai 2006  
19 mai 2006  
9 juin 2006  
16 juin 2006  
23 juin 2006  
26 juin 2006  
27 juin 2006  
30 juin 2006  
3 juillet 2006  
7 juillet 2006  
11 juillet 2006  
12 juillet 2006  
18 juillet 2006

##### *Sous-groupe « publicité audiovisuelle »*

19 octobre 2006  
26 octobre 2006  
9 novembre 2006  
23 novembre 2006  
30 novembre 2006  
21 décembre 2006

#### *La vérification des compétences en matière de diagnostic immobilier*

14 mars 2006  
4 avril 2006  
25 avril 2006  
16 mai 2006  
15 juin 2006  
14 sept. 2006  
5 octobre 2006  
24 octobre 2006  
21 novembre 2006  
30 novembre 2006

#### *Les modes alternatifs de règlement des litiges*

##### *Réunions plénières du groupe*

3 mai 2006  
6 juin 2006  
5 juillet 2006  
7 septembre 2006  
17 octobre 2006  
9 novembre 2006  
15 décembre 2006

##### *Sous-groupe « communication sur la médiation »*

29 mai 2006  
20 juin 2006  
11 juillet 2006  
5 septembre 2006

##### *Sous-groupe « méthodologie de la médiation »*

24 mai 2006  
19 juin 2006  
30 juin 2006

##### *Sous-groupe « le renforcement des garanties autour de la personne du médiateur »*

31 mai 2006  
22 juin 2006

## Le recensement des réunions du CNC en 2006 (*suite*)

### Groupes de travail sur mandats

*Expérimentation de la mise en place  
d'instances régionales de concertation  
dans le domaine de la consommation*

29 mai 2006  
12 juin 2006  
26 juin 2006  
7 septembre 2006  
22 septembre 2006  
9 octobre 2006  
23 octobre 2006  
10 novembre 2006

*Communication d'informations aux  
consommateurs en matière de produits  
santé ou la sécurité des consommateurs*

27 juin 2006  
12 juillet 2006  
1<sup>er</sup> sept. 2006  
4 octobre 2006  
6 décembre 2006

## VI – La communication sur les travaux du CNC

### Le site Internet du CNC

Depuis le 17 novembre 2000, le CNC dispose d'un site Internet.

Géré par la DGCCRF, ce site fournit la composition du CNC, ses missions, son fonctionnement et son actualité. Il présente les mandats confiés aux différents groupes de travail en cours ainsi que tous les avis et rapports adoptés par le CNC depuis 1984.

Ce site est accessible à l'adresse suivante : [www.conseilconsommation.minefi.gouv.fr](http://www.conseilconsommation.minefi.gouv.fr)

### La médiatisation des travaux du CNC

<b>Communiqués de presse</b>	11/07/2006	François Loos salue les avancées d'une concertation exemplaire qui va améliorer le service rendu aux consommateurs de téléphonie et d'Internet
	26/06/2006	Avis du Conseil National de la Consommation: remise des contrats, conditions de résiliation et publicité dans le secteur des communications électroniques
	20/03/2006	Conclusions de la seconde Table ronde entre opérateurs et consommateurs sur les services téléphoniques et Internet
	28/02/2006	Conseil national de la consommation du 28 février 2006
	10/01/2006	Modernisation des soldes : Thierry Breton réunira prochainement le CNC
<b>Revue « Concurrence &amp; Consommation »</b>	n° 148-149 (oct.nov.déc)	Conseil national de la consommation : après la réforme, un premier bilan
	n° 147 (juil.août. sept.)	Concertation entre fournisseurs de services de communications électroniques et consommateurs



## LISTE DES MEMBRES DU CNC

### Collège "Consommateurs et Usagers"

<b>Associations</b>	<b>Titulaires</b>	<b>Suppléants</b>
ADEIC	M. Christian HUARD	Mme Anne PETIT
AFOC	M. Raphaël MANZANO remplacé par Mme Valérie GERVAIS (arrêté du 24 avril 2006)	M. Pierre MARLEIX
ALLDC	M. Yves HUGUET	Mme Ludivine COLY
ASSECO -CFDT	M. Patrick GUYOT remplacé par M. Pascal MARCO (arrêté du 7 février 2006)	M. René MACHABERT
CGL	M. Emmanuel NGUYEN remplacé par Mme Josette BARLE (arrêté du 24 avril 2006)	M. Henry de GAULLE remplacé par M. Emmanuel NGUYEN (arrêté du 24 avril 2006)
CLCV	Mme Reine-Claude MADER	Mme Frédérique PRFUNDER
CNAFAL	M. Daniel FOUNDOULIS	Mme Françoise THIEBAULT
CNAFC	M. Emmanuel de CARNÉ	M. Pierre de BERNIERES
CNL	Mme Corinne RINALDO	Mme Patricia SAVONNEAU
CSF	M. Emmanuel RODRIGUEZ	Mme Laetizia ALI
Familles de France	Mme Véronique CRESPEL	Mme Catherine LEFRANÇOIS
Familles Rurales	Mme Béatrice CAILLER	Mme Catherine DECAUX
FNAUT	M. Régis BERGOUNHOU	M. Marc DEBRINCAT
INDECOSA-CGT	M. Daniel TOURNEZ remplacé par M Daniel COLLET (arrêté du 11 octobre 2006)	M. Arnaud FAUCON
ORGECO	M. Yves SIROT	M. Bernard CHEVALIER
UFC	M Alain BAZOT	Mme Lydie ROUX remplacée par M. Cédric MUSSO (arrêté du 4 mai 2006)
UFCS	Mme Marie-Brigitte VIGNON remplacée par Mme Marianick LAMBERT (arrêté du 22 novembre 2006)	Mme Chantal JANNET
UNAF	Mme Corinne GRIFFOND	M. Nicolas REVENU

## LISTE DES MEMBRES DU CNC

### Collège des "Professionnels"

<b>Organismes</b>	<b>Titulaires</b>	<b>Suppléants</b>
FNSEA	M. Didier MARTEAU	Mme Pauline RAUST
CNMCCA	M. Jean-François BELLIARD	M. Olivier COLIN
APCA	Mme Gisèle CORNIER	M. Frédéric ERNOU
CONFEDERATION PAYSANNE	Mme Jocelyne RIFFAUD	Mme Véronique LEON
MEDEF	Mme Pascale BARTHOMEUF-LASSIRE	M. Francis ATTRAZIC
MEDEF	M. Emmanuel BUS	M. Thierry GESLAIN
MEDEF	M. Alain GRANGÉ CABANE	M. Yves JUILLET
MEDEF	M. Pierre ROSIER remplacé par Mme Véronique DISCOURS-BUHOT (arrêté du 30 décembre 2005- JO 12 janv.2006)	M Michel LE TALLEC  M. Marc LOLIVIER
MEDEF	M. Benoît MANGENOT	M. Laurent MARTIN
MEDEF	M. Jacques PERRILLIAT	M. Jean MINET
MEDEF	M. Bernard PLANQUE	M. Jean-Claude NASSE
MEDEF	M. Jacques SAINTAVIT	M. François REMOUE
MEDEF	Mme Christine de SAINT-DIDIER remplacée par M. Hervé GUILLOT-TANTAY (arrêté du 13 janvier 2006)	Mme Christine REICHENBACH
MEDEF	M. Bernard SIOUFFI	
MEDEF	M. Jean-Louis SCHILANSKY	
CGPME	M. Hubert-Marie GHIGONIS	M Didier CHENET
CGPME	M. Jacky LEBRUN	M. Jean-Marie DISSIDI
A.C.F.C.I.	M.Guy COSTE	M. Christian BERGE
UPA	M.Pierre JESSEL	Mme Sabine BASILI
APCM	Mme Rolande SASSANO	M. Jean-Louis MAITRE
LOGEMENT	M. Patrick KAMOUN	M. Dominique DUPERRET
SERVICES PUBLICS	M. Pierre ASTRUC  M. Pascal SOKOLOFF	Mme Marie-Christine COTTIN  Mme Danielle GRABER
UNAPL	M. Guy ROBERT	Mme Marie-Jeanne OURTH- BRESLE

## LISTE DES MEMBRES DU CNC

### Membres de droit

*(arrêté du 14 mars 2005 paru au J.O. du 18 mars 2005)*

Président de l'Institut national de la Consommation (I.N.C)	M. Noël de SAINT-PULGENT
Président du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC)	M. Bernard SCHAEFER
Président du Conseil national de l'alimentation (C.N.A)	M. Philippe GUERIN
Président de la Commission de la sécurité des consommateurs (C.S.C)	M. Luc MACHARD
Président du Comité consultatif du secteur financier (C.C.S.F.)	M. Emmanuel CONSTANS
Président du Conseil national des transports (C.N.T)	M Alain GILLE
Président de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (A.F.S.S.A)	M. Paul VIALLE
Président de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (A.F.S.S.A.P.S)	M. Jean MARIMBERT
Secrétaire général du Secrétariat général des affaires européennes (S.G.A.E.)	Mme Pascale ANDREANI

**LISTE DES MEMBRES DU BUREAU DU CNC  
POUR L'ANNEE 2006**

*Aux termes de l'arrêté du 14 mars 2005 relatif à la constitution, aux attributions et au fonctionnement du bureau du Conseil national de la consommation, ce bureau est composé de sept membres titulaires et de trois membres suppléants par collège. Les membres du bureau sont nommés par arrêté du Ministre chargé de la consommation pour une durée de dix-huit mois.*

**Représentants du Collège des « consommateurs et usagers »**

***Titulaires***

M. Emmanuel de CARNE	Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques (CNAFC)
M. Daniel FOUNDOULIS	Conseil national des Associations familiales laïques (CNAFAL)
M. Christian HUARD	Association d'éducation et d'information du consommateur de l'éducation nationale (ADEIC)
M. Yves HUGUET	Association « Léo Lagrange » de défense des consommateurs (ALLDC)
Mme Reine-Claude MADER	Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie (CLCV)
M Emmanuel RODRIGUEZ	Confédération syndicale des familles (C.S.F)
M. Daniel TOURNEZ (jusqu'au 20 octobre 2006)	INDECOSA-CGT

***Suppléants***

Mme Béatrice CAILLER	Familles Rurales
M. Yves SIROT	Organisation Générale des Consommateurs (ORGECO)
Mme Marie-Brigitte VIGNON (jusqu'au 1 <sup>er</sup> décembre 2006)	Union féminine civique et sociale (U.F.C.S)

Le mandat des représentants des consommateurs au bureau constitué en 2005 prenant fin le 17 novembre 2006, il a été prolongé de six mois par un arrêté du 31 octobre 2006. (*JO du 11 novembre 2006.*)

## Représentants du Collège des « professionnels »

### *Titulaires*

M. Jean-François BELLIARD	CNMCCA – Confédération nationale de la mutualité de la coopération et du crédit agricole
Mme Véronique DISCOURS-BUHOT	MEDEF – Directrice du développement durable du groupe Carrefour
M. Alain GRANGÉ CABANE	MEDEF - Président de la Fédération des Industries de la Parfumerie Union Professionnelle Artisanale
M. Hervé GUILLOT-TANTAY	MEDEF – Directeur des affaires consoméristes de la société Automobiles PEUGEOT (Groupe PSA Peugeot Citroën)
M. Pierre JESSEL	U.P.A - Président de la Fédération Nationale des Syndicats Professionnels du Commerce du Poisson et de la Conchyliculture
M Jacky LEBRUN	CGPME - Président de la CCI de l’Oise
Mme Marie-Christine COTTIN	Secteur des services publics - Directrice des Relations Extérieures de la Direction Grandes Lignes –SNCF-

### *Suppléants*

M. Emmanuel BUS	MEDEF - Président du Comité juridique de la Fédération Française des Sociétés d’Assurance (FFSA)
M. Benoît MANGENOT	MEDEF - Directeur Général du Centre national interprofessionnel de l’économie laitière (CNIEL)
M. François REMOUE	MEDEF - Chargé de Mission pour les affaires sectorielles

***Le mandat des représentants des professionnels au bureau constitué en 2005 prenant fin le 22 octobre 2006, ont été nommés membres du bureau du CNC par arrêté du 31 octobre 2006 (JO du 11 novembre 2006) :***

### *Titulaires*

M. Didier MARTEAU	FNSEA – fédération nationale des syndicats d’exploitants agricoles
Mme Véronique DISCOURS-BUHOT	MEDEF – Directrice du développement durable du groupe Carrefour
M. Alain GRANGÉ CABANE	MEDEF - Président de la Fédération des Industries de la Parfumerie Union Professionnelle Artisanale
M. Hervé GUILLOT-TANTAY	MEDEF – Directeur des affaires consoméristes de la société Automobiles PEUGEOT (Groupe PSA Peugeot Citroën)
M. Benoît MANGENOT	MEDEF - Directeur Général du Centre national interprofessionnel de l’économie laitière (CNIEL)
M. Pierre ASTRUC	Secteur des services publics – Délégué relations clients Electricité Gaz de France Distribution (EGD)

### *Suppléants*

M. Emmanuel BUS	MEDEF - Président du Comité juridique de la Fédération Française des Sociétés d’Assurance (FFSA)
M. François REMOUE	MEDEF - Chargé de Mission pour les affaires sectorielles
M. Jacques SAINCTAVIT	MEDEF – Directeur marketing stratégique – Crédit agricole SA

## ANNEXES

### Rapports et avis adoptés par le CNC en 2006

#### **I – Avis du CNC pour l’amélioration de l’information donnée au consommateur, le contenu et l’application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques**

I.1 – Mandat du CNC	23
I.2 – Avis sur le décret relatif à la conservation du numéro prévue par l’article L. 44 du code des postes et des communications électroniques	25
I.3 – Avis sur l’arrêté relatif à l’information sur la qualité de service dans les contrats conclus avec les fournisseurs de services de communications électroniques	26
I.4 – Avis sur un arrêté relatif à l’information sur les tarifs des appels vers les services d’assistance technique des fournisseurs de services et de communications électroniques	27
I.5 – Avis sur la mise à la disposition des consommateurs d’une « fiche d’information standardisée »	28
I.6 – Avis sur le traitement des litiges	37
I.7 – Avis sur la publicité écrite	41
I.8 – Avis sur la remise de contrat	45
I.9 – Avis sur la résiliation de contrat	48
I.10 – Avis sur le guide pratique des communications électroniques	51

#### **II – Rapport et avis du CNC sur l’expérimentation de la mise en place d’instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation**

II.1 – Rapport	54
II.2 – Avis	62

**Avis du Conseil national de la consommation pour  
l'amélioration de l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats,  
la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications  
électroniques**

*Mandat du groupe de travail du Conseil National de la Consommation*

Le secteur des communications électroniques a connu, au cours des dernières années, un accroissement important du nombre de litiges : entre 2002 et 2004, ce nombre a augmenté de 63 %. Les services de la DGCCRF ont recensé en 2004 près de 23 000 réclamations dans le secteur des communications électroniques qui se répartissent à hauteur de 30,2 % pour la téléphonie mobile, de 34 % pour la téléphonie fixe et de 35,8 % pour l'Internet.

Les consommateurs rencontrent globalement trois grands types de difficultés : un défaut d'information préalable (42 % des plaintes), des difficultés liées à la souscription des contrats (33 % des plaintes) et des clauses des contrats qui ne sont pas respectées ( 23 % des plaintes).

La table ronde organisée le 27 septembre 2005 entre les opérateurs de réseaux et de services de communications électroniques et les associations de consommateurs a permis d'adopter un dispositif d'ensemble visant à améliorer la situation. Plus de vingt mesures ont ainsi été arrêtées à l'issue de la table ronde.

Il a été décidé de confier à un groupe de travail du Conseil National de la Consommation (CNC) l'examen de celles d'entre elles dont il a été convenu qu'elles nécessitaient une concertation.

Le présent mandat invite le groupe ad hoc à faire des recommandations qui répondent aux trois objectifs prioritaires dont la réalisation doit conduire à modifier favorablement la relation entre les opérateurs de réseaux et de services de communications électroniques et les consommateurs, à savoir l'amélioration de l'information préalable du consommateur pour lui permettre d'exercer un choix éclairé, l'amélioration du rapport « qualité-prix » du service rendu au client tout en renforçant l'équilibre et la transparence des relations contractuelles, l'amélioration du règlement des litiges.

Le groupe devra faire des propositions visant à :

- améliorer la lisibilité des publicités afin que l'essentiel des caractéristiques des offres y figurent clairement ;
- renforcer l'information du consommateur par :
  - la mise à disposition préalable obligatoire d'une fiche d'information standardisée (sur support papier ou électronique) décrivant les principales caractéristiques de l'offre (durée, prix, services, conditions de résiliation, prix de l'offre « tout compris », etc ...). Cette fiche devra être disponible dans tout le réseau commercial,
  - la mise en ligne des offres sur les sites Internet des opérateurs, de façon systématique, en indiquant dès la page d'accueil un lien vers ces fiches d'information standardisées ;
- élaborer un guide pédagogique à destination des consommateurs, expliquant notamment le vocabulaire technique des offres ;
- prévoir la remise systématique d'un contrat (papier ou électronique) lors d'un abonnement à un service de téléphonie ou à un accès Internet. Les modalités pratiques seront étudiées et sera notamment examiné le cas des avenants au contrat distincts de la première souscription, lorsque ces avenants portent sur des points secondaires de l'abonnement sans altérer la nature de celui-ci ;
- élaborer un guide des bonnes pratiques sur le traitement des litiges ; ce guide devra permettre aux opérateurs de traiter de façon homogène les litiges dont ils sont saisis et de garantir aux consommateurs un traitement équitable de leurs réclamations dans le respect de procédures transparentes et clairement identifiées.

Le groupe de travail élaborera un ensemble de recommandations regroupant

- l'ensemble des précisions devant être apportées aux solutions retenues lors de la table ronde du 27 septembre 2005 pour résoudre certaines difficultés rencontrées par les consommateurs,
- et les solutions éventuelles qu'il propose pour résoudre des difficultés, clairement identifiées, qui n'auraient pas été envisagées par ailleurs.

Le groupe de travail présentera ses conclusions et propositions au fur et à mesure de leur mise au point et en tout état de cause avant le 1<sup>er</sup> mars 2006.



*Avis du Conseil National de la Consommation sur le décret relatif  
à la conservation du numéro prévue par l'article L. 44 du code  
des postes et des communications électroniques*

Lors de sa réunion du 13 janvier 2006, le Bureau du Conseil national de la consommation a examiné le projet de décret relatif à la conservation du numéro prévue par l'article L. 44 du code des postes et communications électroniques.

Le Collège consommateurs du CNC se déclare favorable au projet de décret en ce sens qu'il permet notamment l'application du système du simple guichet prévu par la loi.

Le Collège consommateurs souligne que les dates d'entrée en vigueur du décret lui apparaissent trop éloignées et souhaite des dates d'application plus rapprochées.

Le Collège consommateurs demande également que le décret précise la notion d'opérateur et que le mandat donné par le consommateur contienne la preuve de son consentement explicite et indique la fin de la période d'engagement du contrat en cours (si les dispositions relatives aux durées minimales d'engagement s'appliquent) ainsi que les mensualités restant dues.

Le Collège consommateurs demande que le décret précise les modalités de calcul du tarif raisonnable et les modalités de surveillance de l'application de ces tarifs.

Le Collège consommateurs demande que toutes les dispositions nécessaires (en particulier à l'occasion du projet de loi sur la consommation annoncé par Ministre de l'économie et des finances) soient prises pour clarifier les modalités d'application de la portabilité. Ainsi, il demande que soient précisés le point de départ du délai de portage et l'articulation entre les délais de rétractation prévus en cas de démarchage à domicile et de vente à distance et le délai de portage.

Il demande que soit confirmé, en particulier pour les contrats en cours, le fait que la demande de portabilité entraîne la résiliation du contrat conclu avec l'opérateur donneur et ce dans le même délai de 10 jours.

Le Collège des professionnels se déclare favorable au projet de décret.

Il rappelle toutefois que la complexité des aspects techniques et juridiques de cette question fait obstacle à l'adoption d'une position unique des opérateurs de communications électroniques.

Compte tenu de ces différents éléments, le Conseil national de la consommation émet un avis favorable sur le projet de décret en tant qu'il explicite certaines modalités d'application de l'article 59 de la loi du 2 août 2005, sous réserve des précisions qui pourront être apportées concernant la date de mise en œuvre de la portabilité et la nature du mandat.

Il propose que parallèlement à l'adoption du décret les pouvoirs publics apportent les précisions nécessaires sur l'articulation des différentes règles régissant les délais (résiliation, portabilité, vente à distance, démarchage, durée minimale d'engagement) en ce qui concerne les contrats de communications électroniques.

*Avis du Conseil National de la Consommation sur un arrêté relatif à  
l'information sur la qualité de service dans les contrats conclus  
avec les fournisseurs de services de communications électroniques*

**Le Conseil National de la Consommation, après avoir constaté**

- que l'article L. 121-83 du Code de la consommation énumère la liste minimale des informations qui doivent figurer dans tout contrat de services de communications électroniques (identité et adresse du fournisseur ; services offerts, niveau de qualité et délai nécessaire pour en assurer la prestation ; détail des tarifs pratiqués et moyens par lesquels des informations actualisées sur l'ensemble des tarifs applicables et des frais de maintenance peuvent être obtenues ; compensations et formules de remboursement applicables si le niveau de qualité des services prévus dans le contrat n'est pas atteint ; durée du contrat, conditions de renouvellement et d'interruption des services et du contrat ; modes de règlement amiable des différends) ;
- que lors de la table ronde du 27 septembre 2005 organisée avec les fournisseurs de services et de communications électroniques, la décision a été prise de prendre un arrêté d'application de l'article L. 121-83 du Code de la consommation (point 15 du communiqué du Ministre) ;
- qu'une consultation et un débat ont été organisés au sein du groupe de travail du CNC sur les communications électroniques afin de préciser le contenu de l'arrêté ;
- que l'arrêté qui lui a été transmis pour avis
  - o énumère de façon non limitative les éléments sur lesquels le fournisseur doit fournir des informations concernant le niveau de qualité de service
  - o précise les informations que le fournisseur de services doit mentionner en matière de remboursement et de compensation lorsque le service attendu n'a pas été rendu ou a été rendu dans des conditions non conformes au contrat ;
  - o ne fait pas obstacle à ce que les opérateurs prévoient d'autres stipulations contractuelles favorables au consommateur comme la résiliation du contrat,
- que le collègue consommateur considère que l'obligation d'informer les consommateurs sur le niveau de qualité de service dans les contrats doit faire l'objet d'un point spécifique supplémentaire de la fiche d'information pré-contractuelle actualisant celle définie dans les avis du CNC de 2002 et 2003 ;

*émet un avis favorable unanime sur le texte proposé.*

*Avis du Conseil National de la Consommation sur un arrêté relatif  
à l'information sur les tarifs des appels vers les services d'assistance technique  
des fournisseurs de services et de communications électroniques*

**Le Conseil National de la Consommation après avoir constaté**

- que l'article L. 113-3 du Code de la consommation définit les règles applicables en matière d'information sur les prix des produits et des services ;
- que lors de la table ronde du 27 septembre 2005 organisée avec les fournisseurs de services et de communications électroniques, la décision a été prise
  - de prendre un arrêté imposant aux services d'assistance technique des opérateurs d'annoncer la tarification et la durée statistique d'attente avant d'être mis en relation avec un chargé de clientèle (point 13 du communiqué du Ministre),
  - de mettre en place la gratuité du temps d'attente pour les appels vers les services d'assistance technique, les services après vente, les services de réclamations;
- que l'arrêté qui lui a été transmis est pris sur le fondement de l'article L. 113-3 du code de la consommation ;
- que cet arrêté impose aux fournisseurs de services de communications électroniques d'informer le consommateur sur le prix des appels passés vers les services d'assistance technique, les services après-vente, les services de réclamation et que cette information doit
  - o figurer sur les contrats, factures et documents d'information précontractuelle,
  - o être rappelée en début d'appel accompagnée d'une information sur le temps d'attente prévisible ;

**émet un avis favorable unanime sur le texte proposé.**

***Avis du Conseil National de la Consommation sur  
la mise à la disposition des consommateurs d'une « fiche d'information standardisée »***

En application du mandat donné au Conseil National de la Consommation par le Ministre délégué à l'Industrie à la suite de la table ronde organisée le 27 septembre 2005 avec les associations de consommateurs et les fournisseurs de services et communications électroniques, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques. Ce groupe a élaboré un ensemble de recommandations afin de permettre la mise à disposition de fiches d'information standardisées par les fournisseurs de services et de communications électroniques.

**Aux termes de ces travaux le Conseil National de la Consommation adopte l'avis ci-après.**

### **Objectifs**

Le développement de la concurrence dans le secteur des communications électroniques s'est accompagné d'une multiplication des offres proposées au consommateur. Ces offres, parfois complexes, se différencient par leur contenu et par la présentation qui en est faite.

En dépit de cette diversité, le consommateur ne dispose pas toujours des informations les plus pertinentes pour effectuer son choix.

Dans ses avis rendus en 2002 et 2003, le Conseil National de la Consommation a émis un ensemble de recommandations pour améliorer l'information pré-contractuelle du consommateur et lui fournir les éléments nécessaires à l'exercice de son choix. Il a ainsi défini deux documents :

- une fiche d'information pré-contractuelle dont la finalité est de décrire les principales dispositions du contrat,
- un document tarifaire dont l'objet est de décrire précisément les conditions tarifaires proposées à la souscription du contrat.

Afin de prolonger cette démarche et de donner la possibilité au consommateur d'effectuer des comparaisons entre les différentes offres proposées, le principe a été adopté de mettre à sa disposition des fiches d'information standardisées. Ces fiches qui font apparaître clairement les caractéristiques principales des offres sont élaborées sous forme de tableau, selon une présentation harmonisée quant aux libellés des champs et à leur nombre minimal.

### ***Les principes***

Le présent avis s'applique à l'ensemble des fournisseurs de services de communications électroniques.

La mise en place de fiches d'information standardisées est aussi large que possible. Elle intervient pour des offres répondant globalement à l'essentiel de la demande. En pratique, une fiche est établie

- pour chaque offre, ou groupe d'offres, en cours de commercialisation et répondant à une part significative de la demande,
- pour chaque offre, ou groupe d'offres, faisant l'objet d'une promotion commerciale, sous quelque forme que ce soit.

Chaque fournisseur de services de communications électroniques établit les fiches correspondant à ses offres ou groupe d'offres de téléphonie fixe (abonnement, forfait et, si justifié, communications), de téléphonie mobile, d'accès à Internet et ses offres « multiservices » conformément aux fiches-types figurant en annexe.

Chaque fiche est dénommée « fiche d'information standardisée », à l'exclusion de toute autre dénomination. Elle est rédigée en français et fait apparaître le nom du fournisseur de services, le nom de l'offre et ses caractéristiques essentielles ainsi que la date de mise à jour. Les rubriques figurant dans les fiches-types peuvent être complétées, en tant que de besoin, de rubriques supplémentaires. Dans ce cas, les rubriques ajoutées viennent s'insérer à la suite de celles prévues par la fiche-type.

Elle se présente sous la forme d'un tableau comportant deux colonnes dans lesquelles sont mentionnées :

- dans la colonne de gauche, les différentes rubriques correspondant aux caractéristiques essentielles des offres ou groupe d'offres ; les rubriques sont toujours mentionnées dans le même ordre ;
- dans la colonne de droite, les informations correspondantes (montants en euros et autres informations pertinentes).

La terminologie retenue est celle qui a été définie dans l'avis du Conseil National de la Consommation de 2003, rappelée et complétée en annexe.

Chaque fiche est réalisée dans des conditions en assurant la meilleure lisibilité.

Les fiches d'information standardisées sont mises à disposition des consommateurs de la façon la plus large possible.

Elles sont en particulier mises à disposition des consommateurs par les fournisseurs de services de communications électroniques

- sur leurs sites Internet, en étant accessibles par un lien direct dès la première page de présentation des offres,
- dans les points de vente à leur enseigne exclusive, selon des modalités qui permettent à tout consommateur d'en obtenir un exemplaire,
- sur demande, auprès de chacun des fournisseurs de services de communications électroniques.

Les fournisseurs de services de communications électroniques s'engagent en outre à faire leurs meilleurs efforts pour favoriser leur mise à disposition dans les réseaux qui ne sont pas à leur enseigne exclusive. A cette fin, ils s'engagent à faire parvenir aux distributeurs les fiches sous format papier ou électronique. Les associations représentatives des consommateurs et du secteur des communications électroniques s'accordent sur la nécessité de sensibiliser les distributeurs. Les associations de consommateurs insistent tout particulièrement auprès des professionnels et des pouvoirs publics pour que ces efforts soient portés en direction des points de vente spécialisés.

### ***Téléphone fixe***

#### **Abonnement**

Chaque fiche d'information standardisée fait apparaître pour une offre ou un groupe d'offres, dans l'ordre suivant

- le nom de l'offre ou du groupe d'offres
- le prix mensuel (TTC) de l'offre ou du groupe d'offres,
- la durée minimale d'engagement,
- la description de l'offre ou du groupe d'offres,
- les frais de mise en service
- le délai indicatif de mise à disposition
- l'indication du dépôt de garantie éventuel et de son montant,
- les options incluses dans l'offre,
- la description des conditions de résiliation à l'initiative du client,
- la description du service clients et de ses conditions tarifaires

Chaque rubrique est remplie conformément aux indications figurant dans les fiches-types annexées au présent avis.

Lorsqu'une offre ou un groupe d'offres donne lieu à une promotion, le prix promotionnel accompagné de la durée de la promotion et de sa description fait l'objet d'une rubrique particulière insérée immédiatement après le nom de l'offre ou du groupe d'offres.

### **Communications**

Chaque fiche d'information standardisée fait apparaître pour une offre ou un groupe d'offres, dans l'ordre suivant

- le nom de l'offre ou du groupe d'offres
- le prix mensuel (TTC) de l'offre ou du groupe d'offres,
- la durée minimale d'engagement,
- la description de l'offre ou du groupe d'offres,
- la description des modalités de décompte des communications incluses dans l'offre,
- les options incluses dans l'offre,
- l'indication du dépôt de garantie éventuel et de son montant,
- la description des conditions de résiliation à l'initiative du client,
- les caractéristiques techniques principales et équipements éventuellement nécessaires,
- la description du service clients et de ses conditions tarifaires

Chaque rubrique est remplie conformément aux indications figurant dans les fiches-types annexées au présent-avis.

Lorsqu'une offre ou un groupe d'offres donne lieu à une promotion, le prix promotionnel accompagné de la durée de la promotion et de sa description fait l'objet d'une rubrique particulière insérée immédiatement après le nom de l'offre ou du groupe d'offres.

### ***Téléphonie mobile***

Chaque fiche d'information standardisée fait apparaître pour une offre ou un groupe d'offres :

- le nom de l'offre ou du groupe d'offres,
- les conditions d'éligibilité éventuelles,
- le prix mensuel (TTC) de l'offre ou du groupe d'offres,
- la durée minimale d'engagement,
- la description de l'offre ou du groupe d'offres,
- la description des modalités de décompte des communications incluses dans l'offre,
- les options incluses dans l'offre,
- la description des conditions de résiliation à l'initiative du client,
- les caractéristiques techniques principales et équipements éventuellement nécessaires,
- la description du service clients et de ses conditions tarifaires.

Chaque rubrique est remplie conformément aux indications figurant dans les fiches-types annexées au présent-avis.

Lorsqu'une offre ou un groupe d'offres donne lieu à une promotion, le prix promotionnel accompagné de la durée de la promotion et de sa description fait l'objet d'une rubrique particulière insérée immédiatement après le nom de l'offre ou du groupe d'offres.

### ***Accès à Internet***

Chaque fiche d'information standardisée fait apparaître pour une offre ou un groupe d'offres :

- le nom de l'offre ou du groupe d'offres,
- les conditions d'éligibilité éventuelles,

- le prix mensuel (TTC) de l'offre ou du groupe d'offres,
- le prix (TTC) de vente ou de location du modem,
- la durée minimale d'engagement,
- la description de l'offre ou du groupe d'offres,
- les frais de mise en service,
- le délai indicatif de mise à disposition de l'accès,
- l'indication du dépôt de garantie éventuel et de son montant,
- la description des conditions de résiliation à l'initiative du client,
- les caractéristiques techniques principales et équipements éventuellement nécessaires,
- le débit estimé en réception,
- la description du service clients et de ses conditions tarifaires.

Chaque rubrique est remplie conformément aux indications figurant dans les fiches-types annexées au présent-avis.

Lorsqu'une offre ou un groupe d'offres donne lieu à une promotion, le prix promotionnel accompagné de la durée de la promotion et de sa description fait l'objet d'une rubrique particulière insérée immédiatement après le nom de l'offre ou du groupe d'offres.

### **Offre multiservices**

Chaque fiche d'information standardisée fait apparaître pour une offre ou un groupe d'offres :

- le nom de l'offre ou du groupe d'offres,
- les conditions d'éligibilité éventuelles,
- le prix mensuel (TTC) de l'offre ou du groupe d'offres,
- le prix (TTC) de vente ou de location des équipements (modem, décodeur télévision),
- la durée minimale d'engagement,
- la description de l'offre ou du groupe d'offres,
- les frais de mise en service,
- le délai indicatif de mise à disposition de l'accès,
- l'indication du dépôt de garantie éventuel et de son montant,
- la description des conditions de résiliation à l'initiative du client,
- le débit estimé en réception,
- la description des communications téléphoniques incluses dans l'offre,
- la mention de services, chaînes ou bouquets de télévision inclus,
- les caractéristiques techniques principales et équipements éventuellement nécessaires,
- la liste des services, chaînes ou bouquets de télévision accessibles et payants,
- la description du service clients et de ses conditions tarifaires.

Chaque rubrique est remplie conformément aux indications figurant dans les fiches-types annexées au présent-avis.

Lorsqu'une offre ou un groupe d'offres donne lieu à une promotion, le prix promotionnel accompagné de la durée de la promotion et de sa description fait l'objet d'une rubrique particulière insérée immédiatement après le nom de l'offre ou du groupe d'offres.

\* \*

Le présent avis s'applique dès sa publication au BOCCRF. Toutes les fiches correspondant aux offres mentionnées dans le présent avis seront disponibles au plus tard six mois après cette publication.

Un suivi de cet avis sera effectué un an après sa publication

## ANNEXE

### 1 – Téléphonie fixe

#### abonnement téléphonique

<b>Nom de l'offre ou groupe d'offres: <i>Nom commercial ou usuel ou libellé du catalogue tarifaire de l'offre ou groupe d'offres</i></b>	
<b>Prix mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b>	<i>Montant en euros TTC du tarif mensuel de l'offre ou groupe d'offres, hors promotion</i>
<b>Durée minimale d'engagement</b>	<i>Durée minimale exprimée en mois correspondant à la durée de l'engagement contractuel</i>
<b>Description de l'offre ou groupe d'offres</b>	<i>Description des caractéristiques essentielles de l'offre ou du groupe d'offres</i>
<b>Frais de mise en service</b>	<i>Montant en euros TTC des frais d'ouverture ou de mise en service de l'accès</i>
<b>Délai indicatif de mise à disposition de l'accès</b>	<i>Mention du délai en jours/semaines entre l'acceptation de l'offre et l'ouverture effective de l'accès</i>
<b>Dépôt de garantie</b>	<i>Le cas échéant, réponse "oui" avec indication du montant en euros. Champ facultatif si dépôt de garantie non demandé à l'ensemble des clients pour accéder à l'offre.</i>
<b>Options Incluses</b>	<i>Description des options incluses dans l'offre ou groupe d'offres</i>
<b>Conditions de résiliation à l'initiative du client</b>	<i>Description des conditions de résiliation, le coût éventuel en euros TTC, ainsi que la durée du préavis à respecter avec mention du renvoi éventuel aux modalités précisées dans les conditions générales de l'offre</i>
<b>Service clients</b>	<i>Description des conditions tarifaires (gratuit, inclus dans le forfait ou x € par minute) et du type d'assistance téléphonique (le cas échéant, technique et commerciale), avec les horaires et jours d'ouverture</i>



## Communications

<b>Nom de l'offre ou du groupe d'offres : <i>Nom commercial ou usuel ou libellé du catalogue tarifaire de l'offre ou du groupe d'offres</i></b>	
<b>Prix promotionnel mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b>	<i>Montant en euros TTC du tarif mensuel de l'offre ou groupe d'offres dans le cadre d'une promotion tarifaire, suivi de la durée d'application de cette promotion en mois et du contenu de cette promotion</i>
<b>Durée de la promotion</b> <b>Description de la promotion</b>	<i>Montant en euros TTC du tarif mensuel de l'offre ou groupe d'offres, hors promotion</i>
<b>Prix mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b>	<i>Durée minimale exprimée en mois correspondant à la durée de l'engagement contractuel</i>
<b>Durée minimale d'engagement</b>	<i>Description des caractéristiques essentielles de l'offre ou du groupe d'offres</i>
<b>Description de l'offre ou du groupe d'offre</b>	<i>Description des modalités de décompte du coût des communications incluses dans l'offre ou groupe d'offres</i>
<b>Décompte des communications incluses</b>	<i>Description des options incluses dans l'offre ou groupe d'offres</i>
<b>Options incluses</b>	<i>Le cas échéant, réponse "oui" avec indication du montant en euros. Champ facultatif si dépôt de garantie non demandé à l'ensemble des clients pour accéder à l'offre.</i>
<b>Dépôt de garantie</b>	<i>Description des conditions de résiliation, le coût éventuel en euros TTC, ainsi que la durée du préavis à respecter avec mention du renvoi éventuel aux modalités précisées dans les conditions générales de l'offre</i>
<b>Conditions de résiliation à l'initiative du client</b>	<i>Sélection du nom de la technologie du réseau support à la communication électronique, par exemple :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ R.T.C*</li> <li>▪ A.D.S.L *</li> <li>▪ câble</li> </ul> <i>accompagnée éventuellement d'une zone de texte libre mentionnant la nécessité de disposer d'un terminal compatible</i>
<b>Caractéristiques techniques/équipements</b>	<i>Description des conditions tarifaires (gratuit, inclus dans le forfait ou x € par minute) et du type d'assistance téléphonique (le cas échéant, technique et commerciale), avec les horaires et jours d'ouverture</i>
<b>Service clients</b>	

\*ADSL : Asymmetric Digital Subscriber Line –

\*RTC : Réseau Téléphonique Commuté-

## 2 – Téléphonie mobile

<p><b>Nom de l'offre ou du groupe d'offres:</b> <i>Nom commercial ou usuel ou libellé du catalogue tarifaire de l'offre ou du groupe d'offres</i>  <i>Indication de la nature de l'offre ou du groupe d'offres : sélection d'un terme qualifiant la nature de l'offre ou du groupe d'offres parmi les termes suivants :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Forfaits</i></li> <li>▪ <i>Prépayés</i></li> <li>▪ <i>Comptes bloqués</i></li> </ul>	
<p><b>Sous conditions d'éligibilité</b> <i>renvoi vers l'information sur les zones de couverture ou d'accessibilité de l'offre ou des services. Champ facultatif pour les offres mobiles GSM /2G</i></p>	
<p><b>Prix promotionnel (mensuel) de l'offre ou du groupe d'offres</b></p>	<p><i>Montant en euros TTC du tarif (mensuel) de l'offre ou groupe d'offres dans le cadre d'une promotion tarifaire, suivi de la durée d'application de cette promotion en mois et de la description de cette promotion</i></p>
<p><b>Durée de la promotion</b> <b>Description de la promotion</b></p>	<p><i>Montant en euros TTC du tarif (mensuel) de l'offre ou groupe d'offres, hors promotion</i></p>
<p><b>Prix (mensuel) de l'offre ou du groupe d'offres</b></p>	<p><i>Durée minimale exprimée en mois correspondant à la durée de l'engagement contractuel</i></p>
<p><b>Durée minimale d'engagement</b></p>	<p><i>Description des caractéristiques essentielles de l'offre ou groupe d'offres et notamment le type d'appels inclus dans le forfait</i></p>
<p><b>Description de l'offre ou du groupe d'offres</b></p>	<p><i>Description des modalités essentielles et/ou spécifiques de décompte du coût des communications incluses dans l'offre ou groupe d'offres</i></p>
<p><b>Décompte des communications incluses</b></p>	<p><i>Description des options incluses dans l'offre ou groupe d'offres</i></p>
<p><b>Options incluses</b></p>	<p><i>Description des conditions de résiliation, le coût éventuel en euros TTC, ainsi que la durée du préavis à respecter avec mention du renvoi éventuel aux modalités précisées dans les conditions générales de l'offre</i></p>
<p><b>Conditions de résiliation à l'initiative du client</b></p>	<p><i>Indication du nom de la technologie du réseau soit :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>GSM</i></li> <li>▪ <i>GPRS</i></li> <li>▪ <i>EDGE</i></li> <li>▪ <i>UMTS</i></li> </ul> <p><i>avec éventuellement mention de la nécessité de disposer d'un terminal adéquat</i></p>
<p><b>Caractéristiques techniques/équipements</b></p>	<p><i>Description des conditions tarifaires (gratuit, inclus dans le forfait ou x € par minute) et du type d'assistance téléphonique (le cas échéant, technique et commerciale), avec les horaires et les jours d'ouverture</i></p>
<p><b>Service clients</b></p>	

### 3 – Accès à Internet

<b>Nom de l'offre ou du groupe d'offres</b> : <i>Nom commercial ou usuel ou libellé du catalogue tarifaire de l'offre ou du groupe d'offres</i>	
<b>Sous conditions d'éligibilité</b> : : <i>renvoi vers l'information sur les zones de couverture ou d'accessibilité de l'offre ou des services</i>	
<b>Prix promotionnel mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b>  <b>Durée de la promotion</b> <b>Description de la promotion</b>	<i>Montant en euros TTC du tarif mensuel de l'offre ou groupe d'offres dans le cadre d'une promotion tarifaire, suivi de la durée d'application de cette promotion en mois et du contenu de cette promotion (hors tarif du modem)</i>
<b>Prix mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b>	<i>Montant en euros TTC du tarif mensuel de l'offre ou groupe d'offres, hors promotion (hors tarif du modem)</i>
<b>Modem</b>	<i>Montant de la location en euros TTC par mois ou prix de vente en euros TTC du modem nécessaire à la connexion au réseau permettant l'accès à l'offre</i>
<b>Durée minimale d'engagement</b>	<i>Durée minimale exprimée en mois correspondant à la durée de l'engagement contractuel</i>
<b>Frais de mise en service</b>	<i>Montant des frais de mise en service en euros TTC</i>
<b>Délai indicatif de mise à disposition de l'accès</b>	<i>Mention du délai en jours/semaines entre l'acceptation de l'offre et l'ouverture de l'accès</i>
<b>Dépôt de garantie</b>	<i>Le cas échéant, réponse "oui" avec indication du montant en euros. Champ facultatif si dépôt de garantie non demandé à l'ensemble des clients pour accéder à l'offre.</i>
<b>Conditions de résiliation à l'initiative du client</b>	<i>Description des conditions de résiliation, le coût éventuel en euros TTC, ainsi que la durée du préavis à respecter avec mention du renvoi éventuel aux modalités précisées dans les conditions générales de l'offre</i>
<b>Caractéristiques techniques/équipements</b>	<i>Sélection du nom de la technologie du réseau support à la communication électronique, par exemple :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ R.T.C*</li> <li>▪ A.D.S.L *</li> <li>▪ câble</li> </ul> <i>accompagnée éventuellement d'une zone de texte libre mentionnant la nécessité de disposer d'un terminal compatible</i>
<b>Débit estimé en réception (en bps ATM/IP)</b>	<i>Indication du débit estimé (nombre) en réception selon les deux normes ATM et IP</i>
<b>Service clients</b>	<i>Description des conditions tarifaires (gratuit, inclus dans le forfait ou x € par minute) et du type d'assistance téléphonique (le cas échéant, technique et commerciale), avec les horaires et les jours d'ouverture</i>

#### 4 – Offres Multiservices

Internet + Téléphone + Télévision

<b>Nom de l'offre ou du groupe d'offres:</b> <i>nom commercial ou usuel ou libellé du catalogue tarifaire de l'offre ou groupe d'offres. Si le nom ne décrit pas explicitement le type de services inclus, obligation de signifier par le nom (TV, Téléphonie, Internet, Visio,...) ou par des logos précis le contenu de l'offre ou du groupe d'offres</i>	
<b>Sous conditions d'éligibilité :</b> <i>renvoi vers l'information sur les zones de couverture ou d'accessibilité de l'offre ou des services</i>	
<b>- Prix promotionnel mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b> <b>- Durée de la promotion</b> <b>- Description de la promotion</b>	
<b>Prix mensuel de l'offre ou du groupe d'offres</b>	
<b>Équipements</b>	Modem
	Décodeur TV
<b>Durée d'engagement</b>	
<b>Frais de mise en service</b>	
<b>Délai indicatif de mise à disposition de l'accès</b>	
<b>Dépôt de garantie</b>	
<b>Conditions de résiliation à l'initiative du client</b>	
<b>Débit estimé en réception (en bps ATM/IP)</b>	
<b>Communications téléphoniques incluses</b>	
<b>Caractéristiques techniques/équipements</b>	
<b>Services, Chaînes ou bouquets TV inclus</b>	
<b>Services, Chaînes ou bouquets TV accessibles payants</b>	
<b>Service clients</b>	

1 – Pays            2 – Chaînes ou bouquets    3 – Chaînes ou bouquets

\* ATM : Asynchronous Transfert Mode – \*ADSL : Asymmetric Digital Subscriber Line – \*IP : Internet Protocol-

\*RTC : Réseau Téléphonique Commuté - \*FTTH : Fiber To The Home

## *Avis du Conseil National de la Consommation sur le traitement des litiges*

En application du mandat donné au Conseil National de la Consommation par le Ministre délégué à l'Industrie à la suite de la table ronde organisée le 27 septembre 2005 avec les associations de consommateurs et les fournisseurs de services et communications électroniques, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques. Ce groupe a élaboré un ensemble de recommandations relatives au traitement des litiges.

**Aux termes de ces travaux le Conseil National de la Consommation adopte l'avis ci-après.**

### **Objectifs**

Le secteur des communications électroniques connaît de nombreuses réclamations. Une part de celles-ci trouve une issue dans des conditions qui n'apparaissent pas toujours satisfaisantes soit parce que les procédures de traitement des réclamations, lorsqu'elles existent, ne sont pas totalement réactives et impliquent des délais parfois longs, soit parce que la réponse apportée ne donne pas satisfaction au consommateur soit même parce que les opérateurs n'apportent parfois pas de réponse aux réclamations formulées.

Dans le cadre d'une démarche générale visant à améliorer la relation entre les fournisseurs de services et de communications électroniques et leurs clients, il convient de clarifier le parcours que doit suivre le client en cas de réclamation pour lui permettre d'obtenir une réponse pertinente dans des délais raisonnables. Cela suppose, notamment de définir les modalités de réception et de traitement des réclamations par les opérateurs et d'en informer largement les consommateurs.

### **Observations préalables**

Le CNC rappelle au préalable

- qu'il a centré sa réflexion sur le règlement interne des litiges par les entreprises et la définition des procédures mises en œuvre à cet effet, à l'exclusion de tout autre mode de règlement,
- qu'il n'a pas entendu se prononcer sur les solutions à apporter aux litiges ; il n'a en particulier pas intégré dans sa réflexion les réponses à apporter aux litiges dont l'origine se trouve dans une absence de fourniture du service souscrit, cette question faisant l'objet de travaux par ailleurs consacrés à la résiliation du contrat,
- que plusieurs initiatives ont déjà été prises pour favoriser l'information du consommateur sur l'identité et les coordonnées du service client : ainsi, l'arrêté du 1<sup>er</sup> février 2002 relatif à la présentation de la facture de téléphone fait obligation de mentionner les coordonnées de ce service sur la facture ; de même, l'avis du Conseil National de la Consommation relatif à la fiche d'information pré-contractuelle prévoit expressément qu'elle doit faire mention des coordonnées de ce service,
- que l'article L.121-83 du Code de la consommation impose aux opérateurs de faire figurer dans les contrats une information sur les modes de règlements amiables des différends.

## Recommandations

Le CNC précise que ses recommandations devront s'appliquer à l'ensemble des fournisseurs de services et de communications électroniques.

### Il recommande

- l'adoption par tous les opérateurs d'un dispositif de traitement des réclamations reposant sur l'existence de deux niveaux de contact internes à l'entreprise et sur l'adhésion à un dispositif de médiation intervenant en dernier recours (sans préjudice des voies de recours judiciaires) ;
- la mise en place d'un premier niveau de réception et de traitement des réclamations performant de manière à permettre aux consommateurs d'obtenir une réponse à la réclamation qu'il a formulée dans des délais raisonnables ;
- une large information du consommateur sur le dispositif de traitement des réclamations mis en place par chaque opérateur. Cette information doit comprendre une description du dispositif, avec ses principales étapes, dans un document joint au contrat ou inclus dans le contrat ; elle doit comporter, au minimum, les coordonnées postales, téléphoniques et éventuellement électroniques des services chargés de recevoir et de traiter les réclamations et le descriptif des modalités pratiques retenues. Cette information doit également figurer sur les sites Internet ; les coordonnées de ce premier point de contact doivent par ailleurs figurer sur les factures et sur les correspondances adressées par l'opérateur au consommateur en rapport direct avec le contrat ;
- la mise en place par chaque opérateur d'un système de suivi des réclamations qui lui permette de disposer d'un historique ;
- la mise en place par chaque opérateur d'un système de suivi des délais de réponse aux consommateurs, permettant d'évaluer l'application du présent avis.

### Le premier niveau de contact

Ce niveau de contact doit pouvoir être joint par oral et par écrit. Le contact oral doit être encouragé dans la mesure où il doit permettre un traitement de toute réclamation dans des délais brefs.

#### *Lorsque le consommateur souhaite formuler par oral une réclamation, le groupe préconise que*

- en cas d'attente pour obtenir un conseiller clientèle : le consommateur est soit invité à patienter si la durée d'attente estimée pour être mis en relation avec un conseiller clientèle est inférieure ou égale à 2 minutes, soit informé de la durée maximale d'attente estimée si celle-ci est supérieure à 2 minutes,
- le tarif du service qui sera facturé au consommateur soit annoncé dès la mise en relation avec le centre de contact appelé conformément à la réglementation en vigueur. Ce tarif est également précisé dans la documentation tarifaire et la facture ;
- le serveur vocal interactif, qui permet des opérations automatiques et l'orientation des appels vers le service compétent de l'opérateur, ne comporte pas plus de six choix à son premier niveau, l'un de ces choix au moins étant la mise en relation avec un conseiller clientèle ;
- la réponse au consommateur soit donnée en respectant le protocole suivant :
  - Soit le chargé de clientèle est en mesure de répondre immédiatement : il traite la demande et fournit une réponse précise, claire et appropriée,
  - Soit le conseiller clientèle ne peut pas répondre lui-même mais il peut transférer l'appel au service compétent : la réponse précise, claire et appropriée est alors donnée par ce service,
  - Soit le chargé de clientèle ou le service compétent est obligé de faire des recherches ; il annonce au téléphone le délai dans lequel il s'engage à apporter la solution. Les professionnels s'engagent à traiter 80 % des demandes en 10 jours ouvrés. Dans tous les autres cas, le délai de traitement ne peut excéder un mois, hors événement exceptionnel ;

- dans le cas où le consommateur ne peut être joint par téléphone, l'opérateur s'engage à lui apporter une réponse systématiquement, soit par un SMS, soit par un message vocal sur son répondeur téléphonique, soit par courrier postal, soit par télécopie, soit par courrier électronique ;
- la réponse donnée au client doit lui être communiquée suivant les modalités ci-dessus qui lui permettent, le cas échéant, de saisir le deuxième niveau de contact de l'opérateur. A la demande du client, la réponse donnée est confirmée par écrit.

***Lorsque le client souhaite formuler sa réclamation par écrit, le groupe recommande l'application des principes suivants :***

- La réclamation écrite peut être adressée par courrier postal simple, le cas échéant, en recommandé avec accusé de réception à l'initiative du consommateur, ou sous forme de courrier électronique ; le délai de réponse court à compter de la réception de la lettre de réclamation chez l'opérateur ;
- Lorsque le courrier est pris en charge par l'opérateur :
  - Soit une réponse est apportée au fond ; les professionnels s'engagent à traiter 80 % des demandes dans un délai de 15 jours ouvrés;
  - Soit la réponse au fond ne peut être apportée dans ce délai ; l'opérateur adresse un accusé réception de la demande du consommateur, (soit par un SMS, soit par un message vocal sur son répondeur, soit par courrier postal, soit par courrier électronique) dans lequel il annonce le délai de traitement requis ; ce dernier ne peut excéder un mois, hors événement exceptionnel ;
- Lorsque la réponse au fond a été apportée au client, deux solutions peuvent se présenter : ou bien, le client est satisfait de la réponse et la réclamation est close, ou bien il ne l'est pas et il dispose de la faculté de saisir le deuxième niveau de contact de l'opérateur. Par ailleurs, tout manquement du professionnel quant au respect des délais annoncés ouvre la possibilité, pour le consommateur, de saisir le deuxième niveau.

### **Le deuxième niveau de contact**

- Le deuxième niveau ne peut être saisi que par écrit : courrier postal simple, le cas échéant, en recommandé avec accusé réception à l'initiative du consommateur, ou sous forme de courrier électronique ;
- A minima, une adresse postale est communiquée. L'information sur l'existence de ce deuxième niveau et ses coordonnées est portée à la connaissance du consommateur au plus tard au moment de la signature du contrat, notamment dans les conditions générales de vente, les conditions générales d'abonnement, les conditions générales d'utilisation ainsi que sur le site Internet des opérateurs. Elle précise les conditions de saisine de ce deuxième niveau ;
- Ce deuxième niveau de contact ne peut être saisi que si, préalablement, le premier niveau a été saisi. Le consommateur peut le saisir en cas d'absence de réponse du premier niveau dans les délais annoncés ou si la réponse apportée par oral ou par écrit ne lui a pas donné satisfaction ;
- Tout litige dont est saisi le deuxième niveau est traité dans un délai aussi court que possible ; ce délai ne peut généralement excéder un mois à compter de la date de réception du courrier ; les professionnels s'engagent à traiter 80 % des cas dans ce délai. Celui-ci ne pourra être dépassé que pour des cas particulièrement complexes, et avec l'accord exprès du consommateur. Dans ce cas précis, le consommateur sera informé du délai maximum prévisible de réponse qu'il pourra accepter ou refuser. En cas de refus, il pourra saisir l'instance de médiation à laquelle l'opérateur aura adhéré;
- Si la réponse apportée au client est favorable, celle-ci peut être fournie par tout moyen (oral, SMS, télécopie, courrier postal, courrier électronique). Lorsqu'elle est fournie oralement ou par SMS, elle peut être confirmée par écrit si le client le demande) ;
- Si la réponse apportée au client est défavorable, elle donne lieu obligatoirement à un écrit sous une forme qui permette son utilisation dans des procédures de recours ultérieures.

Le 2<sup>ème</sup> niveau est le point de contact privilégié pour le traitement des réclamations émanant des associations de consommateurs. Les associations de consommateurs doivent, avant de saisir ce 2<sup>ème</sup> niveau, s'assurer que le client a bien saisi le premier niveau.

### **Le troisième niveau de contact**

Ce troisième niveau de contact est constitué d'une instance de recours dédiée de type médiation.

L'information sur l'existence de ce troisième niveau et ses coordonnées est portée à la connaissance du consommateur au plus tard au moment de la signature du contrat, notamment dans les conditions générales de vente, les conditions générales d'abonnement, les conditions générales d'utilisation ainsi que sur le site Internet des opérateurs. Elle précise les conditions de saisine de ce troisième niveau.

Ce troisième niveau de contact ne peut être saisi que si, préalablement, les premier et deuxième niveaux ont été saisis et que la réponse apportée par le deuxième niveau par oral ou par écrit n'a pas donné satisfaction au consommateur. Celui-ci peut néanmoins saisir directement le 3<sup>ème</sup> niveau :

- dans un délai de 2 mois à compter de sa première demande s'il n'a pas reçu de réponse,
- s'il refuse le délai spécifique communiqué par le deuxième niveau dans les cas très particuliers de traitement complexe.

Afin de permettre à chaque fournisseur de services de se conformer aux prescriptions définies par le présent avis, le CNC recommande que le dispositif retenu soit mis en œuvre au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2007.

Un suivi de cet avis sera effectué six mois après sa publication.



## *Avis du Conseil National de la Consommation sur la publicité écrite*

En application du mandat donné au Conseil National de la Consommation par le Ministre délégué à l'Industrie à la suite de la table ronde organisée le 27 septembre 2005 avec les associations de consommateurs et les fournisseurs de services et communications électroniques, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques. Ce groupe a élaboré un ensemble de recommandations visant à améliorer le contenu des messages et documents publicitaires élaborés par les professionnels de ce secteur.

*Aux termes de ces travaux le Conseil National de la Consommation adopte l'avis ci-après.*

### **I - Objectifs**

Le Conseil National de la Consommation (CNC) constate que de nombreux litiges naissent du décalage qui peut exister entre le contenu du message publicitaire, ou sa perception par le consommateur, et celui de l'offre qui est proposée au moment de la souscription d'un contrat.

Il propose de définir un certain nombre de principes dont l'application dans l'élaboration des messages publicitaires doit, sans remettre en cause la liberté de communiquer des professionnels, renforcer la qualité de l'information diffusée et permettre de réduire les sources de litiges.

### **II - Le Conseil National de la Consommation rappelle au préalable que**

- les principes qu'il pose s'inscrivent dans le cadre légal défini par le Code de la consommation en ce qui concerne notamment l'information du consommateur et la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur ;
- ses recommandations visent à préciser les conditions auxquelles tout message publicitaire doit satisfaire pour respecter les règles générales et les objectifs mentionnés ci-dessus ;
- les principes qu'il pose prennent en compte les recommandations formulées par le Bureau de Vérification de la Publicité (BVP) applicables depuis mars 2006 ; en particulier, ils intègrent la recommandation qu'il a formulée concernant les « mentions et renvois » ;
- ses recommandations, tout en se référant à celles du BVP, visent à apporter une précision plus grande dans l'énoncé des principes applicables, en rapport direct avec la complexité des offres fréquemment constatée dans le secteur des communications électroniques et avec l'objectif d'amélioration du contenu à atteindre.

### **III – Principes retenus**

Le présent avis distingue :

- un socle commun correspondant à des engagements pris par l'ensemble des fournisseurs de services de communications électroniques ; en complément des recommandations du BVP, ces engagements s'appliquent à l'ensemble des messages et documents publicitaires écrits sur support papier ou imprimable à partir d'Internet;
- des engagements complémentaires pris par les professionnels souhaitant développer de meilleures pratiques.

## **A - Une lisibilité des documents et messages publicitaires améliorée**

### ***1 – Des engagements de tous les professionnels***

Toute publicité des fournisseurs de services de communications électroniques est réalisée dans des conditions qui en assurent sa lisibilité.

La lisibilité est assurée pour toutes les composantes d'un message publicitaire, à savoir :

- le message principal que l'annonceur souhaite faire connaître ; ce peut être le prix ou tout autre élément correspondant à une caractéristique essentielle d'une offre ou d'un groupe d'offres ;
- les mentions relatives aux autres caractéristiques essentielles de l'offre ; ces mentions portent sur des éléments qui contribuent à définir l'offre, notamment en précisant sa portée, ses conditions d'application, ses conditions d'éligibilité ;
- les mentions et renvois tels que définis par le Bureau de Vérification de la Publicité, relatives aux autres caractéristiques qui, sans être essentielles, contribuent néanmoins à caractériser l'offre ou un groupe d'offres.

Toute publicité est élaborée dans le respect de règles qui ne peuvent, au regard des objectifs en matière de loyauté et de lisibilité, admettre un niveau d'exigence inférieur à celui qui découle des recommandations du Bureau de Vérification de la Publicité en vigueur à la date de publication du présent avis.

La lisibilité est assurée par l'utilisation de caractères qui permettent de lire toutes les mentions dans des conditions normales de lecture. Ce principe s'applique, notamment, aux « mentions et renvois » qui sont repris généralement dans les documents publicitaires dans les caractères les plus petits.

### ***2 – Des engagements complémentaires***

*Cas spécifique de l'affichage, lorsque l'offre est soumise à des conditions,*

Afin de renforcer la lisibilité du message publicitaire, dans toutes ses composantes, mention doit être faite de ces conditions sous forme d'une information particulière claire et lisible, inscrite dans le même espace visuel que la mention principale.

## **B - Une information tarifaire claire et précise**

### ***1 – Des engagements de tous les professionnels***

Lorsqu'une publicité mentionne un prix promotionnel, celle-ci fait également apparaître le prix pérenne, éventuellement applicable à l'issue de la promotion, la durée de la promotion ou la période pendant laquelle celle-ci s'applique et/ou les conditions de nombres ou de catégories de bénéficiaires, assorties à l'offre.

Le prix pérenne est mentionné de manière à permettre la lecture des deux informations, prix promotionnel/prix pérenne, de façon aisée. Il est libellé dans des caractères qui par leur taille, suffisamment importante, et leur emplacement dans le texte de la publicité, permettent d'identifier les deux informations et d'en prendre facilement connaissance dans des conditions normales de lecture.

### ***2 – Des engagements complémentaires***

L'information tarifaire est pour le consommateur une information essentielle. Toute mention d'un prix doit donc être claire et précise et correspondre au montant effectivement facturé au consommateur en cas de souscription.

Lorsqu'une publicité mentionne un prix promotionnel, celle-ci fait également apparaître le prix applicable à l'issue de la promotion, la durée de la promotion ou la période pendant laquelle celle-ci s'applique et les conditions de nombres ou de catégories de bénéficiaires, assorties à l'offre.

Les conditions de lisibilité du prix pérenne (non promotionnel) sont équivalentes à celles du prix promotionnel et de ses conditions d'application : le prix pérenne est mentionné de manière à permettre la lecture concomitante des deux informations de façon aisée.

## **C - Des caractéristiques essentielles mises en évidence**

### ***1 – Des engagements de tous les professionnels***

Les informations sur les caractéristiques essentielles varient selon les offres. Elles concernent, notamment, les tarifs de l'offre dans leurs différentes composantes, la durée d'engagement liée à l'offre et les conditions d'accès à l'offre.

Dans toute publicité écrite, diffusée par voie de presse ou d'affichage, les informations relatives aux caractéristiques essentielles de l'offre sont inscrites dans le document publicitaire de façon clairement distincte des autres mentions rectificatives, informatives et légales. Elles sont mentionnées dans des caractères supérieurs à ceux utilisés pour ces autres mentions.

Dans l'hypothèse d'une limitation significative à une caractéristique essentielle d'une offre, il sera fait mention de cette limitation dans des caractères qui par leur taille et leur emplacement dans le texte de la publicité, permettent de l'identifier et d'en prendre facilement connaissance dans des conditions normales de lecture.

Lorsqu'une publicité met en avant le terme « illimité » comme caractéristique essentielle d'une offre, la mention rectificative à ce terme figure dans des caractères suffisamment importants; elle s'inscrit dans le document publicitaire de façon distinctive des autres mentions rectificatives et légales, et est clairement identifiée comme venant rectifier la mention principale.

Lorsque le client doit obligatoirement louer un ou des équipement(s) spécifique(s), indispensables au fonctionnement du service faisant l'objet de la publicité, le prix de la location de cet équipement ou de ces équipements est mentionné, pour toute publicité sur support écrit, dans une taille de caractères significativement supérieure à celle utilisée pour les mentions légales, et s'inscrit dans le document publicitaire de façon distinctive des autres mentions légales de façon à être facilement identifiable.

En ce qui concerne la fourniture d'accès à Internet, l'information sur le débit se réfère aux deux normes IP et ATM dans des conditions d'égale lisibilité.

### ***2 – Des engagements complémentaires***

Dans toute publicité écrite, quel que soit le support utilisé, les informations relatives aux caractéristiques essentielles de l'offre sont inscrites dans le document publicitaire de façon clairement distincte des autres mentions rectificatives, informatives et légales. Elles sont mentionnées dans des caractères significativement supérieurs à ceux utilisés pour ces autres mentions.

Toute limitation significative à une caractéristique essentielle d'une offre figure à proximité de la mention de la caractéristique à laquelle elle se rapporte dans des conditions de lisibilité équivalente.

Ainsi, lorsqu'une publicité met en avant le terme « illimité » comme caractéristique essentielle d'une offre, la mention rectificative à ce terme figure dans des caractères du même ordre de grandeur que ceux utilisés pour la mention principale ; elle s'inscrit dans le document publicitaire de façon distinctive des autres mentions rectificatives et légales, et est clairement identifiée comme venant rectifier la mention principale.

Ainsi également, le prix obligatoirement acquitté par le client pour l'acquisition ou la location des équipements ou matériels indispensables au fonctionnement du service faisant l'objet de la publicité est mentionné, pour toute publicité, dans une taille de caractères significativement supérieure à celle utilisée pour les mentions légales, et s'inscrit dans le document publicitaire de façon distinctive des autres mentions légales de façon à être facilement identifiable.

## **D - Des autres mentions lisibles et claires**

### ***1 – Des engagements de tous les professionnels***

Les renvois doivent figurer de manière claire et lisible ; la présentation, les couleurs, la taille des caractères retenus permettent d'assurer la lisibilité des mentions ; cette règle est adaptée en fonction des formats des documents.

Une information spéciale, pour toute publicité écrite par voie d'affichage, informant le lecteur de ce que l'offre est soumise à des conditions, doit s'inscrire dans une formulation laissée à l'appréciation de l'annonceur, sous forme d'une mention spéciale dans la publicité, de façon distincte des autres mentions, rectificatives, informatives et légales, lisible dans les conditions normales de lecture.

### ***2 – Des engagements complémentaires***

L'utilisation des renvois est limitée. Elle ne peut concerner des caractéristiques essentielles d'une offre ou d'un groupe d'offres.

Les renvois doivent figurer de manière claire et lisible ; la présentation, les couleurs contrastées, la taille des caractères retenus, la séparation des paragraphes permettent d'assurer une parfaite lisibilité des mentions ; elle ne doit conduire en aucun cas à l'utilisation de caractères dont la taille est inférieure à une police de corps huit pour un format égal ou inférieur au format A4 ; cette règle est adaptée en fonction des formats des documents.

Lorsqu'une offre est soumise à des conditions, une information spécifique en informant le lecteur figure dans toute publicité écrite, sous forme d'une mention spéciale, distincte des autres mentions, rectificatives, informatives et légales, lisible dans les conditions normales de lecture.

## **E – Un suivi de la mise en oeuvre**

Le présent avis est applicable dès sa publication. Un suivi de son application sera mis en place. Un premier bilan sera porté à la connaissance du Conseil National de la Consommation à la fin de l'année 2006. Ce bilan s'appuiera sur les vérifications de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes et sur l'analyse spécifique conduite à cette fin par le Bureau de Vérification de la Publicité.

## **F – Une démarche à étendre à tous les supports**

Le Conseil National de la Consommation préconise qu'un avis spécifique

- soit émis concernant la publicité diffusée par l'intermédiaire d'un support audiovisuel,
- et prenne en compte les principes retenus dans le présent avis concernant la publicité écrite.

## *Avis du Conseil National de la Consommation sur la remise de contrat*

En application du mandat donné au Conseil National de la Consommation par le Ministre délégué à l'Industrie à la suite de la table ronde organisée le 27 septembre 2005 avec les associations de consommateurs et les fournisseurs de services et communications électroniques, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques. Ce groupe a élaboré un ensemble de recommandations visant à préciser les modalités de remise des contrats dans ce secteur.

*Aux termes de ces travaux le Conseil National de la Consommation adopte l'avis ci-après.*

### **Objectifs**

Les divergences d'interprétation sur la nature des obligations contractées et les contestations relatives à l'existence même d'une relation contractuelle sont à l'origine de nombreux litiges opposant fournisseurs de services de communications électroniques et consommateurs.

La possession d'un document attestant de manière certaine qu'un consentement a été échangé sur des obligations déterminées, permet à chacune des parties à un contrat, de disposer à tout moment d'une preuve garantissant ses droits et obligations.

Dans ce contexte, la remise systématique d'un contrat sur support durable apparaît comme le moyen le plus pertinent de se prémunir contre d'éventuels différends.

C'est sur la base de ce constat que le ministre a retenu, lors de la table ronde du 27 septembre 2005, le principe de la remise systématique d'un contrat papier ou électronique pour toute nouvelle souscription à un service de communications électroniques.

La présente recommandation vise à préciser les modalités pratiques d'extension de ce principe aux modifications apportées aux contrats en cours d'exécution.

### **Observations préalables :**

Cet avis vient en complément de différents textes existants et notamment :

- La loi du 13 mars 2000 portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information, en particulier son article 3 insérant l'article 1316-3 du Code civil ainsi rédigé : « *l'écrit sur support électronique à la même force probante que l'écrit sur support papier* ».
- Les articles du Code de la consommation L. 121-19, relatif à la vente à distance, et L. 121-23, relatif au démarchage ; notamment sur le plan du formalisme à respecter par le professionnel dans la fourniture d'un contrat au consommateur lors de la souscription à une offre de service ;
- L'article L. 121-84 du Code de la consommation relatif aux modifications apportées par les professionnels aux contrats de services de communications électroniques.

### **Recommandations :**

Les présentes recommandations s'appliquent à l'ensemble des fournisseurs de services de communications électroniques au sens de l'article L.32 point 15 du Code des postes et des communications électroniques et à l'ensemble des services de communications électroniques visés au point 6 du même article.

Elles s'appliquent sans préjudice des dispositions prévues au Code de la consommation, notamment aux articles L. 121-16 et suivants, relatifs à la vente à distance, et L. 121-21 et suivants, relatifs au démarchage,

## **1. Achats et souscriptions initiales**

Le CNC recommande de distinguer deux types de prestations dont la nature peut conduire à adopter des approches différentes concernant la remise d'un contrat à la suite d'une commande ou d'une souscription de services de communications électroniques.

### *1.1. Achat de prestations au moyen de services de communications électroniques*

Le CNC constate que la commande de services à l'acte depuis un téléphone ou par l'intermédiaire de la télévision, tels que le téléchargement de sonneries, d'images ou de séquences vidéo, constitue un usage en développement.

En raison du caractère immédiat de la livraison et de la consommation de ces services, la remise d'une confirmation de la commande préalablement à leur fourniture, notamment au moyen d'un contrat sur support durable, s'avère en pratique difficile.

Le CNC prend acte de cette difficulté et admet que ce type de prestations, souscrit par les consommateurs au moyen d'un service de communications électroniques et correspondant à un « achat à l'acte », ne fait pas partie du périmètre du mandat tel qu'il a été donné par le ministre et n'est pas visé par les recommandations de cet avis.

### *1.2. Souscription à un service de communications électroniques*

Quel que soit le mode de souscription (à distance, à l'issue d'un démarchage ou en boutique) et quel que soit le distributeur (réseau propriétaire ou revendeur affilié), toute souscription à un service de communications électroniques, doit faire l'objet d'une remise systématique au consommateur d'un contrat sous forme papier ou pouvant être conservé sur support durable.

Le contrat comporte nécessairement les éléments visés à l'article L. 121-83 du Code de la consommation et notamment la date de souscription, les caractéristiques de l'offre, ses conditions de fonctionnement et son tarif. L'opérateur pourra ajouter toute précision qu'il juge utile de porter à la connaissance de son client.

## **2. Modifications contractuelles et souscriptions d'options**

### *2.1. Régime général*

Aux fins du présent avis, sont considérées comme substantielles les modifications suivantes :

- souscription par le consommateur de toute option impactant la durée initiale d'engagement ou impliquant un réengagement ;
- toute modification des caractéristiques initiales du contrat, à l'initiative de l'opérateur ou du consommateur, et ayant des conséquences sur la facture (augmentation tarifaire...), sur la durée d'engagement du client ou réduisant le périmètre de l'offre initiale.

En cas de modification substantielle telle que visée ci-dessus, sollicitée directement auprès des services de l'opérateur ou par l'intermédiaire d'un prestataire tiers, le consommateur doit recevoir, de manière individuelle et sur support durable, un document comportant nécessairement les éléments suivants :

- suivant les cas, les caractéristiques essentielles de l'option souscrite, si celles-ci n'ont pas déjà été transmises, ou le détail de la modification apportée par l'opérateur à l'offre initiale ;
- la date de prise d'effet de la souscription à l'option ou de la modification émanant de l'opérateur, lorsque cette date est différente de celle de la demande ;
- le cas échéant, la nouvelle durée d'engagement résultant de la souscription de l'option ou le nouveau tarif de l'offre.
- Lorsque l'option souscrite est régie par des conditions particulières, l'opérateur s'engage à faire parvenir au consommateur ces conditions par écrit ou sur support durable.
- L'opérateur peut ajouter toute précision qu'il juge utile de porter à la connaissance de son client.

Par ailleurs, l'opérateur peut à son initiative informer le consommateur par tout autre moyen supplémentaire de l'un ou de l'ensemble des éléments décrits ci-dessus.

## 2.2. Dérogation partielle

La souscription de certaines options, répondant à des critères stricts, peut échapper à l'obligation générale décrite ci-dessus dans les cas suivants :

- *Dérogation partielle justifiée par la nature des options*

Le CNC préconise d'instaurer pour les options dont le coût de souscription ou d'activation est nul un régime dérogatoire, même si celles-ci ont un impact sur la facture en terme de consommation. Cette disposition ne concerne que les options gratuites pérennes.

- *Dérogation partielle justifiée par l'absence d'effets*

Les options payantes, dès lors qu'elles n'ont aucun impact sur la durée initiale d'engagement, peuvent bénéficier du régime dérogatoire décrit au présent chapitre.

Pour la souscription à ces options bénéficiant d'un régime dérogatoire, l'opérateur s'engage à donner au consommateur au moins une possibilité de demander gratuitement, par exemple au moyen d'un Serveur Vocal d'Informations (SVI), la remise d'une confirmation sur support durable de l'option souscrite. Cette confirmation lui est transmise sans aucun frais et indique notamment la date de prise d'effet de la modification.

La confirmation des options souscrites par d'autres moyens peut être envisagée dès lors que ceux-ci n'induisent aucun frais supplémentaire.

En cas de différend portant sur la réalité même de la souscription à l'une de ces options, les obligations mises à la charge du consommateur par le fournisseur de services de communications électroniques à ce titre sont réputées sans objet, sauf pour le professionnel à apporter la preuve de la souscription de ladite option.

## 2.3. Dérogation totale

Dans les cas de souscription d'options gratuites n'ayant d'impact, ni sur la facture du consommateur, ni sur les durées d'engagement, une confirmation par tout moyen approprié à la demande du consommateur est acceptable.

Le CNC recommande que le dispositif retenu soit mis en œuvre au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2007.

Il recommande, par ailleurs, que la DGCCRF fasse un bilan de l'application du présent avis dans un délai de six mois à compter de sa publication.

## *Avis du Conseil National de la Consommation sur la résiliation de contrat*

En application du mandat donné au Conseil National de la Consommation par le Ministre délégué à l'Industrie à la suite de la table ronde organisée le 27 septembre 2005 avec les associations de consommateurs et les fournisseurs de services et communications électroniques, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques. Ce groupe a élaboré un ensemble de recommandations visant à préciser les conditions de résiliation des contrats en cas d'indisponibilité du service de communications électroniques souscrit.

*Aux termes de ces travaux le Conseil National de la Consommation adopte l'avis ci-après.*

### **Objectifs**

En dépit de la qualité des infrastructures et des efforts produits en permanence par l'ensemble des fournisseurs de services de communications électroniques actifs sur le marché français, l'existence ou la survenance de dysfonctionnements constitue un risque qui ne peut être totalement écarté.

Dans un contexte où les communications électroniques sont devenues un élément essentiel de la vie privée et de la vie économique, les indisponibilités de service qui résultent de ces dysfonctionnements apparaissent donc d'autant plus préjudiciables que le rétablissement de la situation intervient dans des délais anormalement importants.

Par conséquent, il est apparu indispensable d'examiner les cas où la résiliation du contrat, à l'initiative du consommateur, constitue une réponse proportionnée pour mettre un terme aux désagréments résultant d'une indisponibilité du service souscrit lors de la mise en service ou de son initialisation.

Tel est l'objet du présent avis du Conseil National de la Consommation (CNC) qui définit, dans ces cas précis, un processus simple, reconnu et respecté de tous les fournisseurs de services de communications électroniques, au terme duquel le consommateur dispose de la possibilité de résilier son contrat sans frais et de façon rapide.

### **Observations préalables**

Cet avis vient en complément des différents textes existants et notamment :

- Le principe d'exception d'inexécution, selon lequel l'inexécution de ses obligations par l'une des parties à un contrat est de nature à affranchir l'autre partie de ses obligations corrélatives et autorise celle-ci, non seulement à rechercher en justice la résolution du contrat, mais aussi à refuser provisoirement de remplir les obligations qui lui incombent, sans que l'exercice de cette faculté soit subordonné à l'autorisation et au contrôle d'un juge.
- L'arrêté du 16 mars 2006 relatif au contrat de service de communications électroniques qui impose notamment aux fournisseurs de services de communications électroniques de faire figurer dans les contrats un délai de mise en service ;
- L'avis du CNC du 15 mars 2006 relatif au traitement de litiges.

### **Recommandations**

Les recommandations figurant dans le présent avis s'appliquent à l'ensemble des fournisseurs de services et de communications électroniques au sens de l'article L. 32 du Code des postes et des communications électroniques.



Les situations d'indisponibilité de service susceptibles d'autoriser le consommateur à demander la résiliation de plein droit sans frais de son contrat, dans les conditions et selon les modalités définies au présent avis, sont les suivantes :

- Lorsque l'indisponibilité de l'une ou de l'ensemble des caractéristiques essentielles de l'offre intervient lors de la mise en service ou de son initialisation ;
- Lorsque l'indisponibilité intervient à la suite de la souscription à une offre nouvelle ou à un service complémentaire à une offre déjà souscrite et que, malgré l'annulation de celle-ci, le rétablissement du service tel que souscrit initialement est impossible.

Les indisponibilités de service survenant en cours d'exécution du contrat sont prises en compte par les opérateurs selon des modalités stipulées contractuellement et, le cas échéant, peuvent faire l'objet de compensations, conformément aux exigences de l'arrêté du 16 mars 2006 relatif aux contrats de services de communications électroniques.

## **1. Mise en service**

La mise en service est réalisée dès lors que le fournisseur de service a effectué, dans le délai et selon les modalités stipulés contractuellement, les opérations suivantes :

- vérification préalable de l'éligibilité théorique de la ligne du client en fonction de l'usage souhaité (notamment sur le plan des débits pour les souscriptions à Internet) ;
- vérification préalable de la compatibilité de l'équipement du client avec les prescriptions décrites par le fournisseur ;
- connexion effective de la ligne du client au réseau ;
- mise à disposition du client, le cas échéant, d'un matériel approprié à la réception du service et en bon état de marche dans les conditions prévues au contrat souscrit.

Dans le cas où l'une des opérations décrites ci-dessus ne serait pas réalisée ou si le délai de mise en service annoncé par l'opérateur n'est pas respecté, le consommateur pourra résilier son contrat de communications électroniques de plein droit, sans frais dans les conditions décrites au point 3. Il demeure néanmoins libre d'accepter un délai supplémentaire sans que cette acceptation ne le prive ultérieurement de sa faculté de résilier, dans l'hypothèse où ce nouveau délai ne serait pas respecté.

## **2. Initialisation du service**

Une fois la mise en service réalisée par l'opérateur, le consommateur est invité à procéder à son initialisation. Cette opération requiert de la part du consommateur :

- que, conformément aux prescriptions explicitement délivrées avant la vente ou à la signature du contrat avec l'opérateur, il se soit équipé d'un matériel en bon état de marche dans les conditions prévues au contrat souscrit,
- qu'il ait suivi les instructions communiquées par l'opérateur nécessaires à l'initialisation du service.

En cas d'échec de l'initialisation ou en cas d'indisponibilité survenant dans la semaine qui suit la première initialisation, le consommateur doit en informer le service d'assistance technique de son opérateur selon les modalités prévues au contrat.

À compter de la connaissance par l'opérateur de l'échec de l'initialisation ou de l'indisponibilité survenue dans la semaine qui suit l'initialisation, et à condition que le consommateur ait rempli les conditions décrites ci-dessus, court un délai maximum de quatre semaines pendant lequel chacune des deux parties s'efforce de contribuer à l'identification des causes de cet échec et de faciliter l'initialisation du service.

À l'issue des différents échanges entre les parties, dès lors que les moyens proposés par l'une d'elles entraînent une facturation supplémentaire, l'autre partie dispose de la faculté de les accepter ou de les refuser. Dans ce cas, le refus du consommateur ne le prive pas de son droit à résiliation sans frais.

À l'issue de ce délai, si l'initialisation ou les tentatives d'initialisation ne permettent toujours pas d'utiliser de manière effective le service souscrit, le consommateur peut demander la résiliation de son contrat, sans frais, selon les modalités définies au point 3 ci-dessous.

La demande de résiliation est formulée par le consommateur par lettre recommandée avec accusé de réception ou, à sa convenance, par tout autre moyen défini au contrat.

### **3. Résiliation du contrat sans frais**

Le respect des procédures définies ci-dessus doit permettre au consommateur de résilier son contrat dans un délai indicatif d'un mois et qui, en tout état de cause, ne peut excéder deux mois.

La résiliation sans frais, prévue aux points 1. et 2. du présent avis, est gratuite et sans préavis. Elle intervient à la demande du consommateur.

Le fournisseur de services s'engage à n'exiger ni une contrepartie financière, qui correspondrait à d'éventuels frais de résiliation ou à tout autre frais associé à la clôture du service, ni, le cas échéant, le montant des mensualités restant à courir jusqu'au terme de la période minimale d'engagement.

Il s'engage par ailleurs à restituer les sommes perçues au titre de l'abonnement pendant la durée de l'indisponibilité du service, à l'exclusion des consommations éventuelles, dans la limite de deux mois.

Le cas échéant, le consommateur s'engage en contrepartie à respecter les modalités de résiliation prévues au contrat concernant la restitution du matériel mis à disposition par l'opérateur.

### **4 – Circonstances exceptionnelles**

En cas de modification importante et imprévisible de la situation du consommateur l'empêchant de respecter la procédure décrite aux points 1 et 2 ci-dessus dans les délais prévus, le consommateur bénéficie néanmoins des délais en question après examen de sa situation par son fournisseur de services de communications électroniques.

Afin de permettre à chaque fournisseur de services de se conformer aux prescriptions définies par le présent avis, et dans un souci de cohérence avec la date d'application de l'arrêté relatif aux contrats de service des communications électroniques, le CNC recommande que le dispositif retenu soit mis en œuvre en même temps soit, au plus tard, le 19 décembre 2006.

Le CNC recommande, par ailleurs, que la DGCCRF évalue, six mois après la publication de cet avis, que les fournisseurs de services de communications électroniques se sont effectivement bien engagés dans la démarche décrite dans cet avis.

## *Avis du Conseil National de la Consommation sur le guide pratique des communications électroniques*

En application du mandat donné au Conseil National de la Consommation par le Ministre délégué à l'Industrie à la suite de la table ronde organisée le 27 septembre 2005 avec les associations de consommateurs et les fournisseurs de services et communications électroniques, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer l'information donnée au consommateur, le contenu et l'application des contrats, la qualité du service rendu et le traitement des litiges dans le secteur des communications électroniques.

*Aux termes de ces travaux le Bureau du Conseil National de la Consommation adopte l'avis ci-après.*

### **I - Objectifs**

Si l'innovation et la diversité des services de communications électroniques ont permis de répondre aux besoins variés et en constante évolution des consommateurs, la technicité et la multiplicité des offres ont en même temps été des facteurs de complexité. Ceci a notamment pu se mesurer, au cours de ces dernières années, au travers de l'essor des litiges opposant opérateurs et utilisateurs de services de communications électroniques.

Parce qu'un grand nombre de ces litiges provient d'un décalage entre les caractéristiques intrinsèques des services offerts et la perception qu'en ont certains utilisateurs au moment de la souscription à une offre, il est apparu indispensable d'élaborer un guide pédagogique sectoriel.

Réalisé dans la concertation avec l'ensemble des acteurs du secteur (opérateurs de téléphonie fixe et mobile, câblo-opérateurs, fournisseurs d'accès à internet) et des représentants des consommateurs, ce guide :

- vise à donner des éléments de compréhension sur le fonctionnement des différentes technologies utilisées pour accéder aux services de téléphonie et d'internet ;
- a vocation à renseigner les consommateurs sur les droits et devoirs qui incombent à chacune des parties au contrat. En outre, afin de prévenir les litiges, il attire l'attention des consommateurs sur les réflexes à avoir lors de chacune des étapes de la vie du contrat ;
- explicite les principaux termes techniques, commerciaux (à l'exclusion des noms de marque et noms déposés) et contractuels spécifiques au secteur et apparaissant notamment dans les publicités des offres proposées par les opérateurs.

### **II - Recommandations**

Fruit de la collaboration et de la concertation des représentants des pouvoirs publics, des professionnels du secteur des communications électroniques et des associations de consommateurs, le *guide pratique des communications électroniques* est un produit du Conseil National de la Consommation et fait partie intégrante du présent avis.

Les recommandations contenues dans cet avis portent sur l'ensemble des services de communications électroniques visés à l'article L.32 point 6 du code des postes et des communications.

### **A - Contenu**

Le Conseil national de la consommation arrête le contenu du guide ainsi qu'il suit. Il comprend trois parties dont l'objet est respectivement d'apporter des précisions d'ordre technique sur le fonctionnement des systèmes de communications électroniques, d'apporter des réponses aux questions pratiques qui se posent avant et après conclusion d'un contrat, de compléter ces informations par des fiches techniques et un glossaire. Ces différents thèmes sont traités de la manière suivante :

#### *Comment ça marche*

- Téléphonie fixe
- Téléphonie mobile
- Internet

## ***Questions pratiques***

### **AVANT /**

#### **CHOISIR**

Mes besoins

Ai-je techniquement accès aux services choisis ?

Quels sont les équipements nécessaires ?

Quel est le coût global des services ?

Où et comment puis-je acheter ?

Quelles précautions puis-je prendre ?

#### **SOUSCRIRE**

Quelles sont les conditions pour souscrire ?

Quels sont les engagements de mon opérateur ?

Quels sont mes engagements ?

### **PENDANT /**

#### **GERER LE QUOTIDIEN**

Comment contacter mon service clients ?

Comment suivre ma consommation ?

Ma facture

Comment gérer mes services et mes options ?

Les conditions de l'offre peuvent-elles évoluer ?

Que faire quand ça ne fonctionne pas ?

Comment régler un litige ?

Et si je veux céder mon contrat d'abonnement ?

#### **GERER LES EVENEMENTS**

Que faire en cas de perte ou de vol de téléphone mobile ?

Comment utiliser mon téléphone mobile à l'étranger ?

Quelles sont les démarches en cas de déménagement ?

Comment réagir face aux abus et aux fraudes ?

### **APRES /**

#### **RESILIER**

Comment mettre fin à mon contrat ?

#### **CHANGER**

Comment changer d'opérateur et conserver mon numéro ?

### ***Fiches techniques et glossaire***

Fiche 1 : le dégroupage d'une ligne téléphonique

Fiche 2 : les débits

Fiche 3 : Les équipements à domicile

Fiche 4 : Communications électroniques et accès à la télévision

Glossaire

## **B - Diffusion**

Les parties ayant pris part à l'élaboration de ce guide partagent unanimement le souhait de le voir diffusé le plus largement possible. Le Conseil national de la consommation recommande donc que ce guide soit mis à disposition du public par tout moyen et à l'initiative de chaque partie autorisée dans le respect des conditions énoncées ci-après.

### ***Conditions de diffusion***

Le guide pratique ne peut être diffusé qu'intégralement, dans le respect strict de son contenu et de sa forme. Toutefois, son utilisation partielle est possible sous réserve de l'accord de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Dans ce cas, le document concerné devra préciser les voies et moyens permettant au lecteur d'accéder à l'intégralité du guide.

Le guide n'est pas un produit marchand. Le CNC considère que sa diffusion peut être assurée sur tout type de support, à condition que celle-ci ne soit pas faite à des fins commerciales ou publicitaires. A ce titre, il est entendu qu'il sera proposé gratuitement au consommateur ou sans surcoût s'il fait l'objet d'un encart au sein d'une publication payante. Cette disposition ne fait cependant pas obstacle à ce qu'une association ou une entreprise qui financerait l'édition papier du guide dans sa version intégrale puisse faire mention de ce financement.

Toute association ou entreprise n'ayant pas participé à la conception du guide et souhaitant le diffuser peut être autorisée à le faire par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes à condition d'avoir pris l'engagement de mettre en œuvre les règles, principes et recommandations qu'il rappelle ainsi que ceux mentionnés dans le présent avis.

Il peut également être diffusé par le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, ses directions ou tout autre service ou organisme placé sous son contrôle.

Le CNC recommande que le guide puisse être diffusé sans délai.

Il recommande, par ailleurs, qu'un bilan soit fait sur sa diffusion, l'actualité de son contenu et son adéquation aux besoins d'information des consommateurs au plus tard un an après la publication du présent avis.

**Rapport et avis du Conseil National de la Consommation  
sur l'expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation  
dans le domaine de la consommation**

**Rapport : point d'étape novembre 2006**

**Rapporteurs** : M. Yves Huguet, pour le collège des consommateurs et usagers.  
M. François Remoué, pour le collège des professionnels.

## **INTRODUCTION**

Il est avéré que le dialogue collectif entre les représentants des consommateurs et ceux des professionnels est un moyen important pour éliminer des obstacles au progrès économique et améliorer la satisfaction des consommateurs. La recherche des modalités les plus adaptées et consensuelles pour organiser ce dialogue est cependant une tâche délicate. Cette question se pose à différentes échelles territoriales.

Au niveau national, il existe une longue et riche expérience de concertation et de confrontation entre consommateurs et professionnels sous l'égide des pouvoirs publics, avec, dès 1960, la mise en place d'un Comité National de la Consommation, puis, à compter de 1983, celle du Conseil National de la Consommation (CNC).

En vingt-trois ans, le CNC a émis plus de cent avis et rédigé autant de rapports qui ont contribué à l'amélioration de la protection du consommateur et à la modernisation de la vie économique. Il a fait l'objet en 2005 d'une importante réforme qui a eu pour objet de le rendre plus réactif, efficace, influent et visible.

L'unification des marchés européens crée des intérêts communs entre les consommateurs des différents pays de l'Union. La Direction Générale Santé – Consommation de la Commission européenne a donc institutionnalisé la consultation des associations de consommateurs européens sur ses projets. Elle fait par ailleurs en sorte que les associations de consommateurs aient des occasions de rencontrer les représentants européens des entreprises, et parfois de négocier avec elles. Des résultats ont été obtenus à cet égard, avec, par exemple, la passation d'un accord sur les labels de confiance dans le domaine du commerce électronique entre le bureau européen des consommateurs et l'UNICE, qui représente les entreprises européennes. Il n'existe cependant pas actuellement au niveau communautaire d'instance réellement comparable à ce qu'est le CNC en France.

Institués par un décret du 29 décembre 1986, les comités départementaux de la consommation (CDC) viennent d'être supprimés par un décret du 7 juin 2006. Dans son avis du 29 janvier 2004, le CNC avait envisagé cette suppression et recommandé la mise en place corrélative de comités régionaux de la consommation, pour intégrer le fait régional dans les structures de la consommation.

Par ailleurs, la DGCCRF a procédé à une régionalisation de son organisation territoriale au début de l'année 2006. Les Directeurs régionaux ont désormais autorité sur l'ensemble des services concurrence, consommation et répression des fraudes implantés dans leurs régions respectives. Ils représentent donc la DGCCRF vis-à-vis de l'ensemble des autorités administratives et des forces vives de la région.

Le CNC a adopté, le 12 mai 2006, un mandat constituant un groupe de travail spécialisé (ci-dessous appelé : groupe national) chargé de fonctions de pilotage et de suivi pour une expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation. Il a désigné M. Yves Huguet (ALLDC) rapporteur de ce groupe pour le collège des consommateurs et usagers, M. François Remoué (MEDEF) en devenant le rapporteur pour le collège des professionnels.

Le présent rapport a d'abord pour objet de retracer les travaux du groupe national (I). Puis, il décrit le processus d'installation d'instances consuméristes expérimentales dans les régions Alsace, Ile de France, Midi-Pyrénées et Bourgogne de la fin août à la fin octobre 2006 (II). A partir de cette brève expérience, il fait un point d'étape sur les questions de méthode soulevées par la mise en place de telles instances régionales (III). Enfin, il propose au Ministre de poursuivre l'expérimentation (IV).

\*

\* \*

## **I – Le déroulement des travaux du groupe national**

Le groupe national s'est réuni trois fois avant la période estivale (29 mai, 12 juin et 26 juin) et à nouveau trois fois ensuite (7 septembre, 9 octobre et 10 novembre).

### *1.1 – Le lancement des travaux du groupe national*

La réunion du 29 mai a permis d'analyser la problématique de la mise en place des instances régionales de concertation, de commencer à définir un calendrier de travail, d'identifier les questions auxquelles l'expérimentation devrait permettre de répondre et de faire connaître les points de vue de chacun sur les principaux aspects du sujet.

La réunion du 12 juin a bénéficié de la présence de représentants des Directeurs régionaux de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Cette réunion a permis aux membres du groupe d'échanger sur le choix des régions d'expérimentation (Ile de France, Midi-Pyrénées, Bourgogne et Alsace), sur les missions de l'instance régionale et sur son organisation. Elle a également conduit à définir les orientations du « document de cadrage » prévu par le mandat du CNC, dans le but de préciser un certain nombre de modalités et de méthodes de travail à l'intention des parties prenantes de l'expérimentation dans les régions.

Le groupe national a à cette occasion recommandé de n'ouvrir l'expérimentation qu'aux associations de consommateurs agréées au niveau national, et aux associations locales affiliées aux associations nationales précitées.

### *1.2 – Le document de cadrage de l'expérimentation*

Ce document de cadrage a été adopté dans sa forme définitive lors de la réunion du groupe national du 26 juin. Il a été adressé, dans les quatre régions retenues pour l'expérimentation, au Directeur régional de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ; aux responsables régionaux appartenant aux associations de défense des consommateurs agréées au niveau national ou à leur réseau associatif ; enfin, aux Présidentes et Présidents des chambres consulaires et des organisations professionnelles (MEDEF, CGPME, UPA).

Compte tenu, en particulier, de la complexité des réseaux associatifs de défense des consommateurs, il a été convenu que l'administration, les organisations professionnelles et les associations de consommateurs nationales seraient responsables, chacune pour ce qui la concerne, de l'acheminement du document de cadrage vers les destinataires précités. Toutefois, il a également été admis que les Directeurs régionaux puissent, en cas de besoin, faire parvenir eux-mêmes ce document aux responsables professionnels et associatifs concernés.

Le document de cadrage de l'expérimentation a tout d'abord défini les objectifs poursuivis : permettre aux consommateurs et aux professionnels de dialoguer sur des sujets généraux de politique de consommation ayant un intérêt régional ; cela, dans le but de produire et d'adopter des avis ou des accords négociés sous l'égide de la direction régionale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ; il a été convenu que ces avis ou accords seraient communiqués à l'ensemble des autorités et des acteurs territoriaux concernés.

Le document de cadrage a ensuite recommandé l'établissement, dans chaque région, d'un état des lieux relatif aux formes de concertation préexistantes entre professionnels et consommateurs, aux préoccupations actuelles communes aux deux parties, et à la typologie des litiges de consommation les plus fréquemment rencontrés.

Ce document a en outre indiqué sous quelles formes et selon quelles modalités le groupe national souhaitait être informé par les régions sur le déroulement de l'expérimentation. Il a annoncé l'envoi ultérieur aux quatre régions d'une grille de suivi et d'évaluation de l'expérimentation et il a défini un calendrier de travail, en fonction de l'échéance figurant dans le mandat du CNC pour la remise du rapport.

S'agissant de l'organisation des instances régionales expérimentales, et en particulier de leur composition, le groupe national, après discussion, n'a pas posé de règles contraignantes, hormis celle du paritarisme entre consommateurs et professionnels. Il s'en est donc remis à la sagesse de l'administration et de ses interlocuteurs consommateurs et professionnels pour choisir les formes les plus adaptées à chaque contexte régional et à l'objectif d'efficacité des travaux.

### *1.3 - Le suivi par le groupe national des travaux régionaux*

La réunion du groupe national du 26 juin a également été consacrée à une réflexion préparatoire à l'établissement de la grille de suivi et d'évaluation de l'expérimentation.

Durant l'été, conformément au document de cadrage, chaque association nationale agréée devait communiquer au secrétariat du CNC le nom et les coordonnées du correspondant de son réseau associatif dans chaque région d'expérimentation. Il s'agissait là d'un acte important, dans la mesure où la plupart des associations nationales agréées regroupent plusieurs associations locales dans chaque région concernée, et n'avaient souvent pas mis en place de structure de coordination régionale antérieurement à l'expérimentation.

La plupart des associations nationales ont bien procédé à ces désignations. Cependant, il est à relever que l'UFC – Que Choisir et la CLCV ont estimé ne pas devoir participer à l'expérimentation, et n'ont donc pas indiqué à quel responsable de leur réseau le Directeur régional devait s'adresser.

La CLCV, qui avait participé aux trois premières réunions du groupe national, y avait indiqué ses attentes concernant l'expérimentation : d'une part, que les thèmes de travail retenus par les instances régionales soient exclusivement régionaux ; d'autre part et surtout, qu'une association ne puisse être représentée dans l'instance expérimentale qu'à la condition de démontrer qu'elle accomplit un véritable travail consommériste de terrain.

Au cours de la réunion du 7 septembre du groupe national, l'administration a présenté une synthèse des informations transmises par les directions régionales intervenant dans l'expérimentation. En outre, la rédaction de la grille de suivi et d'évaluation de l'expérimentation a progressé durant cette réunion.

La réunion du 9 octobre du groupe national a permis de valider globalement cette grille de suivi et d'évaluation qui a fait l'objet de derniers ajustements lors d'une réunion entre le Président et les rapporteurs du groupe avant d'être diffusée le 19 octobre.

Cette grille comporte quinze questions regroupées sous quatre rubriques : l'évaluation de la préparation de l'expérimentation, les thèmes abordés au sein de l'instance régionale, le déroulement de l'expérimentation, et les perspectives qu'elle offre.

Il a été convenu que la grille serait complétée dans chaque région concernée par le Directeur régional sur la base d'une discussion préalable avec les consommateurs et les professionnels, et en rendant compte de la diversité des points de vue exprimés.

La réunion du 9 octobre a également été consacrée à un débat d'orientation dans la perspective de la rédaction du rapport et du projet d'avis du groupe, mis à l'ordre du jour de la réunion du 10 novembre.

## **2 – Le déroulement de l'expérimentation dans les régions**

Le 30 mai, les Directeurs régionaux d'Alsace, d'Ile de France, de Midi-Pyrénées et de Bourgogne se sont engagés à conduire en premier cette expérimentation dans leurs régions respectives. Le choix de ces régions ne recouvrait que partiellement les souhaits exprimés par le groupe de travail lors de sa réunion du 29 mai. Le groupe de travail a néanmoins apprécié que les quatre Directeurs régionaux s'investissent dans la mise en place des nouvelles instances.

Durant l'été, les Directeurs ont accompli un travail préparatoire très important. De premières réunions se sont rapidement tenues dès la rentrée. Seize des dix-huit réseaux associatifs nationaux ont souhaité participer à l'expérimentation et se sont montrés la plupart du temps actifs dans sa mise en œuvre, tandis l'UFC – Que Choisir et la CLCV n'ont pas répondu aux sollicitations des Directeurs régionaux. Comme cela avait été anticipé, l'expérimentation a pris des formes diversifiées selon les régions.

### *2.1 - L'expérimentation en Alsace*

En Alsace, le Directeur régional, après avoir rendu compte au préfet de région le 18 août, a réuni les professionnels et les associations le 31 août, dans une configuration très proche de celle de l'expérimentation. Côté professionnel, le MEDEF, la chambre de commerce et d'industrie et la chambre des métiers étaient représentés à cette réunion. L'AFOC, la CGL, la CNL, la CSF, Familles Rurales, l'ORGECO, l'UFCS et l'UNAF sont également venus.



L'instance régionale s'est officiellement installée le 2 octobre sous le nom de Comité Régional de la Consommation expérimental (CRC).

Le CRC expérimental d'Alsace comporte 11 membres titulaires nommément désignés pour chacun des collèges. Un système de suppléance est prévu, mais sans désignation nominative. Côté professionnel, les 11 membres titulaires du CRC ont été choisis de manière à couvrir les différents secteurs de l'économie. Côté consommateur, il a été décidé, compte tenu de la spécificité de l'organisation consumériste en Alsace, d'assurer la représentation de la chambre de consommation d'Alsace (CCA) en tant que telle au sein du CRC.

Le CRC expérimental d'Alsace a décidé que ses réunions ne se tiendraient pas exclusivement à Strasbourg, mais aussi à Colmar ou dans d'autres localités.

Le CRC expérimental, lors de sa réunion du 2 octobre, a analysé les litiges de consommation en Alsace sur la base de données fournies principalement par la CCA et par la direction régionale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

Le CRC expérimental a enfin mandaté quatre groupes de travail sur les thèmes suivants : les promotions, la dimension transfrontalière, les clauses contractuelles dans le secteur de l'artisanat, et le développement durable.

## *2.2 – L'expérimentation en Bourgogne*

En Bourgogne, le Directeur régional a tenu sa réunion préparatoire avec les associations et les professionnels le 13 septembre. Il a été décidé que l'instance régionale expérimentale serait animée par un comité de pilotage comprenant six représentants titulaires des consommateurs et autant pour les professionnels. La désignation d'un nombre équivalent de représentants suppléants a également été prévue.

Il a été convenu que l'instance régionale expérimentale établirait des statistiques sur la typologie et la fréquence des plaintes, adopterait des avis et serait le cadre de la négociation d'accords régionaux entre professionnels et consommateurs.

La première réunion du comité de pilotage de l'instance expérimentale de Bourgogne s'est tenue le 12 octobre. Il est à noter qu'outre les professionnels (MEDEF, UPA, CRCI) et les consommateurs (ASSECO, ALLDC, CNL, CSF, FF, ORGECO, AFOC) la Présidente de l'association des conciliateurs de justice de la Cour d'Appel de Dijon y était invitée en tant qu'experte.

Un tour de table a été organisé pour caractériser et hiérarchiser les problèmes de consommation dans la région. Les consommateurs ont mentionné, par ordre décroissant d'importance, l'accès à l'Internet et à la téléphonie, le secteur du crédit, avec notamment le sujet du surendettement, le secteur de l'immobilier, celui de l'assurance, et enfin celui du commerce des petits équipements, qui donne lieu à des plaintes concernant des matériels non conformes, des délais de livraison non respectés, et un service après-vente déficient.

Au moment de constituer des groupes de travail au sein de l'instance régionale expérimentale, le Directeur régional s'est opposé à une duplication des travaux conduits au sein du CNC dans le domaine des communications électroniques, et il a fait ressortir l'utilité de la connaissance de ces travaux nationaux. Il a évoqué l'existence du guide pratique des communications électroniques rédigé par le CNC.

Le comité de pilotage a donc décidé de constituer un groupe de travail sur le secteur du crédit. Les représentants régionaux des banques et établissements financiers ont été invités à y participer. Les associations de consommateurs ont l'intention d'évoquer dans ce groupe les pratiques professionnelles qui leur paraissent pouvoir être améliorées au niveau régional. La première réunion du groupe interviendra en janvier 2007.

## *2.3 – L'expérimentation dans la région Midi-Pyrénées*

Dans cette région, le Directeur régional a installé l'instance de concertation le 29 septembre. Cette instance a pris le nom de Comité régional expérimental de la consommation de la région Midi-Pyrénées.

En ce qui concerne les consommateurs, il a été convenu de limiter la participation au CRC expérimental aux associations les plus représentatives. Dix consommateurs titulaires ont donc été désignés. Un système de suppléance est également prévu. La suppléance peut être assurée de manière souple, sans obligation de désigner nominativement une personne pour une durée définie à l'avance.

Le CRC est en principe paritaire. Cependant, lors de la réunion du 29 septembre, deux représentants professionnels n'avaient pas encore été désignés, l'un pour la Chambre régionale des métiers et l'autre pour la CGPME. En outre, le représentant du MEDEF n'est pas venu. Du côté des consommateurs, l'ADEIC, l'AFOC, l'ASSECO, FF, FR, l'INDECOSA, l'ORGEKO, l'UFCS et l'URAF étaient représentés.

La réunion du 29 septembre a procédé à l'analyse des plaintes des consommateurs dans la région et à l'identification de thèmes de travail. Elle a également examiné des questions méthodologiques et organisationnelles. En particulier, il a été prévu que l'instance de pilotage et de décision se réunisse deux fois par an, et que son rôle soit de définir des priorités d'action et de valider les conclusions de groupes de travail préalablement constitués. Il a par ailleurs été convenu que la règle du paritarisme ne jouerait pas dans les groupes de travail, qui pourront donc s'adjoindre de manière souple des experts.

Il est à noter que les associations, sans écarter la technique de l'avis pour la formalisation des conclusions des travaux des groupes, ont marqué pour certaines d'entre elles un vif intérêt pour le procédé de la signature d'accords ou de chartes professionnels-consommateurs.

Les participants au CRC expérimental considèrent que leurs travaux pourront alimenter utilement ceux du CNC, et même aider la DGCCRF dans son ensemble à définir ses priorités d'action.

Les participants à la réunion du 29 septembre ont été unanimes pour considérer que le calendrier fixé par le mandat du CNC et précisé par la lettre de cadrage était trop court.

Une nouvelle réunion du CRC expérimental Midi-Pyrénées s'est tenue le 24 octobre, notamment pour établir un état des lieux sur les concertations antérieures et pour définir un programme d'action. Pour départager les propositions des participants, il a été nécessaire d'organiser un vote, qui a conclu à la mise en place de trois groupes de travail portant respectivement sur les pratiques dans le secteur bancaire, sur celles du secteur de l'immobilier et sur l'évolution des formes du commerce dans la région Midi-Pyrénées.

#### *2.4 – L'expérimentation en Ile-de-France*

En Ile-de-France, le travail préparatoire a pris plus de temps compte tenu du poids démographique et économique de la région, et du nombre d'associations agréées qui y défendent les consommateurs.

Une réunion préparatoire à la mise en place de l'instance régionale pour l'Ile-de-France s'est tenue le 21 septembre, avec les associations de consommateurs (CGL, UFCS, ALLDC, CNAFAL, FR, FF, URAF, CNL, ainsi qu'une association dénommée AFC) mais sans les professionnels. Le Directeur régional a proposé que l'instance soit composée de neuf représentants titulaires pour les consommateurs, et autant pour les professionnels.

Il a été envisagé, d'une part, que la sélection des consommateurs titulaires soit faite sur le critère du niveau d'activité du réseau associatif, qui se traduit déjà par le montant du financement alloué par la DGCCRF, et d'autre part, que les correspondants des associations nationales qui n'obtiennent pas de sièges de titulaires soient reconnus comme des représentants suppléants. L'instance prendrait le nom de comité régional expérimental de la consommation.

Au problème de la sélection des réseaux associatifs les plus actifs s'ajoute celui du choix des personnes au sein de ces réseaux aux structures souvent complexes. A cet égard, l'accent a été mis, durant la réunion du 21 septembre, sur la nécessité que ce choix de personnes ne soit pas contesté par les associations locales concernées. La conciliation de ce souci avec celui du respect de la procédure fixée par le document de cadrage de l'expérimentation est apparu comme une possible source de difficulté.

En ce qui concerne la matière à traiter par le CRC expérimental, la définition de sujets d'intérêt purement régional est apparue malaisée dans le contexte de l'Ile-de-France, où demeure plus du cinquième de la population française.

### **3 – Les questions de méthode soulevées par la mise en place des instances régionales**

En quelques semaines, l'expérimentation des instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation est devenue une réalité concrète. Ce fait, en lui-même, est apparu prometteur à la majorité des associations. Malgré la période estivale, les associations, les professionnels et l'administration sont parvenus à se rendre disponibles pour l'expérimentation et à dégager les moyens logistiques qu'elle requiert. Cette mobilisation traduit une conviction partagée qu'il s'agit là d'une entreprise potentiellement utile à chacune des parties impliquées.

Il est à noter en particulier que les professionnels des régions, dont le désengagement progressif des comités départementaux de la consommation (CDC) avait parfois été déploré, ont accueilli avec curiosité et intérêt la mise en place des instances régionales expérimentales.

Les travaux du groupe et l'expérience sur le terrain ont mis en évidence l'ambition du chantier ainsi que la complexité des questions à traiter et des choix à arrêter pour mettre en place et pérenniser le dialogue entre consommateurs et professionnels au niveau d'une région.

### *3.1 – L'identification de thèmes de travail proprement régionaux*

Les travaux du groupe national ont fait ressortir que l'une des raisons pour lesquelles les CDC n'ont pas suscité tout l'intérêt espéré lors de leur création est qu'ils n'ont pas su ou pas pu déterminer les thèmes intéressants spécialement le niveau géographique du département. Pour donner à de nouvelles instances consuméristes locales toutes leurs chances, l'échelon de la région est plus pertinent que celui du département, car le développement des transports a agrandi les zones de chalandise et la concentration de l'économie a élargi les marchés pertinents. La région peut davantage être perçue comme une unité économique du point de vue du consommateur.

Cependant, l'identification de thèmes de travail consuméristes proprement régionaux ne va pas de soi. En particulier, le recensement des litiges dans chaque région, pour utile qu'il soit, a pour effet naturel d'attirer d'abord l'attention sur des thèmes déjà traités au niveau national, comme celui de la téléphonie. Il n'y a très probablement pas de spécificité régionale sur la téléphonie, comme le soulignent, chacune pour ce qui la concerne, la CLCV et l'ADEIC.

La plupart des associations recommandent donc de chercher dans les régions des sujets qui soient complémentaires de ceux débattus au niveau national, tout en intéressant les représentants locaux.

La démonstration qu'un thème de dialogue entre consommateurs et professionnels est de niveau régional pourra être faite au moment où les deux parties seront tombées d'accord, au sein de l'instance régionale, sur les améliorations à apporter aux pratiques des entreprises concernant ce thème. A ce stade, il sera nécessaire que les professionnels du secteur concerné de la région disposent d'une autonomie suffisante par rapport à la branche nationale ou aux grandes entreprises dont éventuellement ils relèvent pour adopter des engagements. Des obstacles plus ou moins importants pourront être rencontrés, à cet égard, selon les secteurs de l'économie.

Les instances régionales de concertation peuvent certes, selon certaines associations, servir de « boîte à idées » pour alimenter la réflexion du CNC. Mais cette approche est contestée par d'autres associations, qui estiment que leur propre fonctionnement en réseau suffit pour faire émerger des idées et les porter au niveau du CNC.

D'une façon générale, au vu des comptes rendus des premières réunions des instances expérimentales, les associations recommandent d'accorder une plus grande attention au ciblage régional des thèmes de travail.

Par ailleurs, les instances régionales peuvent à tout le moins aider à la définition des priorités de contrôle des directions régionales de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

En résumé, si le groupe de travail est très majoritairement convaincu que l'efficacité de ces instances régionales dans le choix des thèmes traités pourra finalement être démontrée, il ne dispose pas à ce stade de l'expérimentation de toutes les preuves recherchées. Dans neuf mois, une évaluation des résultats des travaux accomplis par les groupes de travail régionaux et validés par les instances régionales expérimentales devrait permettre de trancher ce débat.

### *3.2. – Les questions de la composition et de l'organisation de l'instance.*

A ce stade, il n'est pas apparu que la désignation des professionnels au sein des instances régionales ait donné lieu à des conflits que l'administration aurait dû arbitrer. En revanche, la représentation des consommateurs dans ces instances suscite des tensions :

- à l'extérieur du CNC, certains centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) ont fait savoir qu'ils regrettaient que l'expérimentation ne soit pas ouverte aux associations agréées au niveau local qui ne sont pas affiliées à l'une des dix-huit associations nationales ;
- l'UFC – Que Choisir, qui a indiqué dès le départ son opposition à la démarche suivie, n'a pas participé au groupe national et n'est pas entrée dans les instances régionales expérimentales ;

- la CLCV a participé aux premières séances du groupe national, puis s'en est retirée ; elle n'a pas envoyé de représentants dans les instances expérimentales, au motif que la composition de celles-ci lui paraît donner une part excessive à des associations selon elle insuffisamment actives, ce que contestent les associations visées ;
- l'UFC – Que Choisir et la CLCV indiquent qu'elles donnent actuellement la priorité au développement des grands réseaux associatifs, plutôt qu'à la mise en place d'institutions sous l'égide de l'administration ; en tout état de cause, elles contesteraient la mise en place d'un système d'élection permettant aux dix-huit associations nationales de consommateurs et à leurs affiliées de désigner entre elles un nombre plus restreint de représentants dans le comité de pilotage de l'instance régionale ; elles n'envisagent pas davantage l'hypothèse d'une répartition des sièges au niveau régional entre les deux grandes coordinations consuméristes ;
- les autres associations nationales veulent contrôler le processus de désignation des représentants consommateurs dans les instances régionales, tandis que les associations locales affiliées à ces associations nationales s'inquiètent parfois de ne pas participer suffisamment au choix de ces représentants ;
- beaucoup d'associations ont souhaité que l'instance régionale soit définie comme une structure à laquelle participent de droit les affiliées des dix-huit associations nationales, tandis que les professionnels manifestaient leur attachement au principe de parité et leur souci de disposer d'interlocuteurs en nombre limité leur permettant d'identifier sans trop de difficulté sur chaque sujet un point de vue des consommateurs.

En pratique, les directeurs régionaux ont fait prévaloir le principe selon lequel l'instance est animée par un comité de pilotage dont le nombre de sièges de consommateurs titulaires est inférieur au nombre d'associations de consommateurs ayant obtenu un agrément au niveau national. Toutefois, ils ont mis en place des systèmes de suppléance assez souples et, point essentiel, ils ont garanti le droit de chacun des dix-huit réseaux associatifs agréés au niveau national à envoyer des experts dans les groupes de travail régionaux.

Cette organisation des CRC expérimentaux ne convient pas à la CSF, qui y voit une atteinte au traitement égalitaire des associations agréées au niveau national. La CSF estime que la reconnaissance du droit de chacun des dix-huit réseaux associatifs agréés au niveau national à participer aux groupes de travail régionaux ne compense pas les restrictions d'accès au comité de pilotage, sauf à ce que celui-ci soit conçu comme une instance technique n'ayant pas qualité pour engager le CRC dans son ensemble.

Beaucoup d'autres associations ont une opinion assez proche, mais, contrairement à la CSF, elles ne font pas de la définition d'une organisation plus satisfaisante à leurs yeux un préalable à la poursuite de l'expérimentation. Ces associations considèrent en général que l'organisation retenue au stade de l'expérimentation ne préjuge pas de celle qui pourra être fixée ultérieurement. Elles souhaitent majoritairement que l'expérimentation réussisse.

L'extension de l'expérimentation dans le temps et dans l'espace géographique devra permettre aux différentes parties de vérifier qu'elles peuvent prendre leur juste place dans les instances régionales. Les professionnels soulignent que l'expérimentation, qu'ils soutiennent, doit privilégier le fond des sujets de consommation à traiter. Le fonctionnement souple des groupes de travail régionaux sera un atout pour la mise en œuvre de cette approche.

### *3.3 – La question du coût de l'expérimentation, et plus précisément des frais de déplacement*

Les associations représentées au sein du CRC de Bourgogne, en particulier, ont demandé que les frais de déplacement occasionnés par les réunions des CRC soient indemnisés. Cette demande a été fortement appuyée par plusieurs associations au niveau national, et en particulier par l'ORGECO et par le CNAFAL.

Ce problème est étudié par l'administration, qui souligne que la participation aux instances régionales de concertation pourra éventuellement être prise en considération par les indicateurs de performance associés aux conventions pluriannuelles de financement des associations, mais aussi que la mesure fiscale prévue par le projet de loi en faveur des consommateurs permettra un accroissement des ressources propres des associations.

Il est à noter que les deux associations qui ont décidé de ne pas être, à ce stade, représentées dans les instances régionales expérimentales, souhaitent qu'il n'en résulte pour elles aucun désavantage financier.

Les professionnels estiment de leur côté que leurs propres frais de déplacement au titre de la participation aux instances régionales devraient être pris en charge par l'Etat. Ils font valoir que les associations de consommateurs vont, après l'adoption du projet de loi en faveur des consommateurs, bénéficier d'un régime extrêmement avantageux de réduction d'impôt sur les dons de leurs adhérents, alors que rien de comparable n'a été prévu pour les entreprises.

L'INDECOSA-CGT est pour sa part d'avis que l'obtention de garanties sur l'indemnisation des frais de déplacement des consommateurs sera déterminante pour les développements prochains de l'expérimentation.

L'administration rappelle que le financement du mouvement consommateur a été maintenu en 2006 au niveau des années antérieures, ce qui constitue un traitement préférentiel au sein du budget de l'Etat. Elle souligne que l'amélioration par voie d'avenants des conventions pluriannuelles de financement devrait permettre de renforcer l'efficacité des actions consuméristes et, éventuellement, de redonner une certaine marge d'action dans le calcul des subventions.

Les décisions prises dans ce domaine seront en tout état de cause précédées d'une concertation avec les associations et d'une évaluation rigoureuse des résultats des actions conduites sur le terrain.

#### **4 – La poursuite de l'expérimentation**

D'ores et déjà, dans trois des quatre régions d'expérimentation, des travaux ont été programmés pour les prochains mois. Il paraît approprié de prévoir un dispositif de suivi et d'évaluation par le CNC des résultats de ces travaux. En particulier, il semble judicieux que le groupe national soit mandaté pour exploiter les remontées de la grille de suivi et d'évaluation de l'expérimentation, complétée par chaque région à l'issue des prochains développements de l'expérimentation.

Le travail accompli dans les régions a été important et de qualité. Il n'a cependant pas pu porter encore tous ses fruits et il serait donc prématuré d'en tirer des conséquences pour la mise en place d'un dispositif pérenne de concertation consumériste dans les régions.

\*

\* \*

Aussi, en résumé, au terme de cette première étape de l'expérimentation :

**1°)** le CNC estime, compte tenu des résultats en général encourageants obtenus dans les quatre régions, que la démarche d'expérimentation des instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation est positive dans son principe ;

**2°)** le CNC juge utile la poursuite de l'expérimentation de ces instances, qui a débuté en septembre 2006 dans les quatre régions Alsace, Bourgogne, Midi-Pyrénées et Ile-de-France ;

**3°)** le CNC recommande l'élargissement de l'expérimentation à d'autres régions ;

**4°)** le CNC propose de réfléchir plus particulièrement à trois questions soulevées dans le cadre de l'expérimentation : l'identification de thèmes de travail proprement régionaux, la composition et le rôle de l'instance de pilotage, ainsi que les coûts induits par son fonctionnement ;

**5°)** le CNC souhaite, dans la perspective de la rédaction d'un rapport pour le 30 septembre 2007, que le groupe de travail spécialisé sur les instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation puisse se réunir en formation de suivi, dans les conditions prévues par l'article 5 de son règlement intérieur.

\*

\* \*

## Avis du Conseil national de la consommation

Le CNC a adopté, le 12 mai 2006, un mandat constituant un groupe de travail spécialisé en vue d'une expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation.

Ce groupe s'est réuni à six reprises, pour la première fois, le 29 mai, et pour la dernière, le 10 novembre 2006.

Le 30 mai, les Directeurs régionaux de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes d'Alsace, d'Ile-de-France, de Midi-Pyrénées et de Bourgogne se sont engagés à organiser et faire fonctionner les premières instances régionales. Certains de ces Directeurs ont participé ou se sont fait représenter aux séances du groupe de travail spécialisé du CNC.

Ce groupe créé par le mandat du 12 mai 2006 a donc présenté, par rapport au fonctionnement habituel des groupes de travail du CNC, deux particularités :

- en ce qui concerne son objet, outre les travaux d'analyse et de réflexion prévus par le mandat, il a également été chargé de fonctions de pilotage et de suivi d'une expérimentation administrative, économique et sociétale ;
- en ce qui concerne sa composition, il a réuni trois parties, les consommateurs, les professionnels, mais aussi l'administration régionale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, qui a des préoccupations spécifiques à faire valoir sur un tel sujet.

Le 26 juin 2006, le groupe de travail a adopté, conformément à son mandat, un document de cadrage visant à préciser la marche à suivre pour conduire l'expérimentation.

Après un important travail préparatoire accompli durant l'été par les Directeurs régionaux, les premières réunions au niveau régional se sont tenues dès la rentrée. Comme cela avait été anticipé, l'expérimentation a pris des formes diversifiées selon les régions.

Le groupe de travail du CNC, au cours de ses réunions du 7 septembre et du 9 octobre, a commencé à analyser les informations en provenance des quatre régions d'expérimentation.

Dans trois des quatre régions d'expérimentation, l'instance régionale s'est réunie au moins une fois avant le 30 octobre, date prévue par le mandat pour la conclusion des travaux du groupe national.

Ces résultats sont prometteurs, mais la réflexion au niveau national et l'expérience sur le terrain ont mis en évidence la complexité de certaines questions à résoudre pour mettre en place et pérenniser le dialogue entre consommateurs et professionnels au niveau d'une région.

A l'achèvement du mandat qu'il avait reçu du CNC, le groupe national a estimé que l'expérimentation avait été positive, même si ses résultats n'apparaissent pas suffisants à ce stade pour faire des propositions pertinentes et consensuelles sur le ou les modes d'organisation définitive des instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation.

En particulier, s'il est apparu probable que le groupe de travail régional constituera la cellule de base du fonctionnement des instances régionales de concertation, en revanche, l'efficacité de tels groupes régionaux ne pourra pas être appréciée avant l'achèvement d'au moins un cycle de négociations entre professionnels et consommateurs. De tels cycles paraissent devoir durer un peu plus d'un semestre.

Ainsi, en résumé, au terme de cette première étape de l'expérimentation :

1°) le CNC estime, compte tenu des résultats en général encourageants obtenus dans les quatre régions, que la démarche d'expérimentation des instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation est positive dans son principe ;

2°) le CNC juge utile la poursuite de l'expérimentation de ces instances, qui a débuté en septembre 2006 dans les quatre régions Alsace, Bourgogne, Midi-Pyrénées et Ile-de-France ;

3°) le CNC recommande l'élargissement de l'expérimentation à d'autres régions ;

4°) le CNC propose de réfléchir plus particulièrement à trois questions soulevées dans le cadre de l'expérimentation : l'identification de thèmes de travail proprement régionaux, la composition et le rôle de l'instance de pilotage, ainsi que les coûts induits par son fonctionnement ;

5°) le CNC souhaite, dans la perspective de la rédaction d'un rapport pour le 30 septembre 2007, que le groupe de travail spécialisé sur les instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation puisse se réunir en formation de suivi, dans les conditions prévues par l'article 5 de son règlement intérieur.

## **Liste chronologique des avis et des rapports élaborés par le CNC depuis 1983**

### **Publicité Comparative – 1984.**

Rapporteurs :Mme MABILLE (INDECOSA-CGT) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 3 Avril 1984 (BOCCRF du 15/01/1986).

### **Le crédit à la consommation – 1985.**

Rapporteurs :M. SCIPION (INDECOSA-CGT) pour le collège consommateur  
M. LAGANDRE (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 22 Octobre 1985 (BOCCRF du 15/01/1986).

### **L'information du consommateur sur les biens de consommation durables » –1985.**

Rapporteurs :Mme BONHOMME (SGCC) pour le collège consommateur  
M. CABAL (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 25 Juin 1985 (BOCCRF du 8/02/1986).

### **L'information du consommateur sur les produits alimentaires – 1985.**

Rapporteurs :M. ARTHAUD (Labo-Coop) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 16 Janvier 1986 (BOCCRF du 12/07/1986).

### **Avis du collège consommateur et usagers sur le contrôle technique des véhicules automobiles – 1985.**

Rapporteur :M. MARTINAIS (CNAFAL).  
Séance plénière du CNC du 25 Juin 1985 .

### **L'information du consommateur sur les produits alimentaires – 1986.**

Rapporteurs :Mme MADER (CSCV) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 1/07/1986 (BOCCRF du 12/07/86).

### **Le rôle du Conseil National de la Consommation – 1986.**

Séance plénière du CNC du 1/07/1986 (BOCCRF du 12/07/86).

### **Communication du collège « consommateurs et usagers » sur la réforme du droit de la concurrence et l'abrogation des ordonnances de 1945.- 1986.**

Rapporteur :Mme DURAND (UFCS) –  
Séance plénière du CNC du 1/07/1986 (\*).

### **Contrat d'assurance multirisque habitation – 1987.**

Rapporteurs :M. WAHL (CNAFAL) pour le collège consommateur  
M. HAUVUY (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 25 Mars 1987 (BOCCRF du 10/04/1987).

### **La formation du jeune consommateur – 1987.**

Rapporteurs :M. MALCOURANT (ADEIC-FEN) pour le collège consommateur  
Mme SOROKO (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 2/10/1987 (BOCCRF du 9/10/87).

### **L'utilisation de la dénomination « allégé » dans les produits alimentaires – 1987.**

Rapporteur : M. DARMAILLACQ (CNPF).  
Séance plénière du CNC du 12/06/1987 (BOCCRF du 6/11/1987).

### **Le développement des essais comparatifs – 1987.**

Rapporteurs : Mme DURAND (UFCS) pour le collège consommateur  
M. CABAL (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 2/10/1987 (BOCCRF du 9/10/1987).



**Modification de la réglementation sur le titre restaurant – 1987.**

Rapporteurs : M. MALCOURANT (ADEIC-FEN) pour le collège consommateur  
M. GAUTHIER (CGPME) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 24 Novembre 1987 (BOCCRF du 16/12/1987).

**Le financement des organisations de consommateurs – 1987.**

Réunion du collège « consommateurs et usagers » du CNC du 6 Novembre 1987

**L'amélioration de l'information du consommateur dans le domaine des prix pour le secteur de l'assurance automobile – 1988.**

Rapporteurs : M. ALLIX (ASSECO-CFDT) pour le collège consommateur  
M. MOUZAY (APCM) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 27 Janvier 1988 (BOCCRF du 4/02/1988).

**Travaux photographiques- 1988.**

Rapporteurs : M. PEINOIT (FNAFR) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 1<sup>er</sup> Décembre 1988 (BOCCRF du 22/02/1989).

**« Techniques de vente et de distribution : la Franchise » – 1989.**

Rapporteurs : M. ALLIX (ASSECO-CFDT) pour le collège consommateur  
M. DU CLOSEL (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du 31 Janvier 1989 (BOCCRF du 22/02/1989).

**Les expériences et les modalités du maintien d'un minimum de fournitures aux usagers en situation de pauvreté » – 1989.**

Rapporteurs : M. WAHL (CNAFAL) pour le collège consommateur  
M. LARROUTUROU (EDF-GDF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 27 Juin 1989 (BOCCRF du 14/07/1989).

**Le comité européen de la consommation – 1989.**

Rapporteurs : M. EMAER (CSF) pour le collège consommateur  
Mme SERRA (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 27 Juin 1989 (BOCCRF du 14/07/1989).

**L'information du consommateur sur le prix des prestations d'assurances – 1989.**

Rapporteurs : Mme RAVEL (ORGECO) pour le collège consommateur  
M. HAUVUY (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 4 Juillet 1989 (BOCCRF du 11/08/1989).

**Travaux photographiques : Vente par correspondance (VPC) – Libre-service – 1989.**

Rapporteurs : M. PEINOIT (FNAFR) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 4 Juillet 1989 (BOCCRF du 11/08/1989 et BOCCRF du 30/09/1989).

**Avis du Conseil national de la consommation en date du 19 Septembre 1989 visé par le décret n°89-680 du 20 Septembre 1989 relatif aux prix de vente et aux marges de certains produits en Guadeloupe – 1989.**

Séance plénière du CNC du 19 Septembre 1989 (BOCCRF du 30/09/1989).

**Avis du Conseil national de la consommation sur deux avant-projets de loi, l'un portant réforme des professions juridiques et judiciaires et l'autre relatif à l'exercice sous forme de sociétés des professions libérales soumises à un statut législatif ou réglementaire, ou dont le titre est protégé – 1990.**

Rapporteurs : Mme CRESPEL (FFF) pour le collège consommateur  
M. MARCHAND (UNAPL) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 23 Janvier 1990 (BOCCRF du 22/02/1990).

**Rapport et avis du Conseil National de la consommation sur les produits industriels – 1990.**

Rapporteurs : M. FLAMANT (CGL) pour le collège consommateur  
Mme AMOY (CNP) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 8 Février 1990 (BOCCRF du 22/02/1990).

**Note adoptée par le Conseil national de la consommation le 8 Février 1990 concernant l'emploi du terme « frais » en matière de denrées alimentaires précédée de l'introduction à l'avis – 1990.**

Rapporteurs : M. GRISEL (CSCV) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNP) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 8 Février 1990 (BOCCRF du 22/02/1990).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport du groupe de travail sur les véhicules gravement accidentés – 1990.**

Rapporteurs : M. GOUBIER (ASSECO-CFDT) pour le collège consommateur  
M. MOUZAY (APCM) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 3 Juillet 1990 (BOCCRF du 20/07/1990).

**Avis et rapport du groupe de travail du Conseil national de la consommation sur les automates d'appel – 1990.**

Rapporteurs : Mme MADER (CSCV) et M. ALLIX (ASSECO-CFDT) pour le collège consommateur  
MM. SIOUFFI (CNP) et DESAINT (Syndicat du Marketing téléphonique) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 26 Juin 1990 (BOCCRF du 20/07/1990).

**Avis du collège consommateur du Conseil national de la consommation sur les propositions contenues dans le rapport de M. Alain BRUNE relatif aux éco-produits et aux labels écologiques – 1990.**

Réunion du collège consommateur du Conseil national de la consommation du 13 Juin 1990 (BOCCRF du 20/07/1990).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport du groupe de travail chargé du problème de la parapharmacie.- 1991.**

Rapporteurs : M. GOUBIER (ASSECO-CFDT) pour le collège consommateur  
M. de PREVILLE (Conseil National du Commerce) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 15 Mars 1991 (BOCCRF du 27/03/1991).

**Rapport du Conseil National de la Consommation sur les Pompes Funèbres – 1991.**

Rapporteurs : Mme GUILLON (UFCS) pour le collège consommateur  
M. MORLEVAT (FNCCR) pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 14 Mai 1991 (BOCCRF du 27/06/1991).

**Avis du collège professionnel du Conseil National de la Consommation sur le projet de décret portant application des articles 6, 15 et 18 de la loi n°75-633 du 15 Juillet 1975 modifiée relative à l'élimination des déchets et à la récupération des matériaux – 1991.**

Rapporteur : Mme SERRA (ANIA/CNP)  
Séance plénière du 12 Novembre 1991 (BOCCRF du 11/12/1991).

**Avis du collège consommateur du Conseil National de la Consommation sur le projet de décret portant application des articles 6, 15 et 18 de la loi n°75-633 du 15 juillet 1975 modifiée relative à l'élimination des déchets et à la récupération des matériaux – 1991.**

Rapporteur : M. BOURDILA (ANC)  
Séance plénière du CNC du 12 Novembre 1991 (BOCCRF du 11/12/1991).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport du groupe de travail chargé du bilan des accords locaux négociés – 1992.**

Rapporteurs : M. SCIPION (INDECOSA-CGT) pour le collège consommateur  
Mme VALACHS (CNP) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 12 Février 1992 (BOCCRF du 21/02/1992).

**Modification de la Note adoptée par le Conseil National de la Consommation le 8 Février 1990 concernant l'emploi du terme « frais ». – 1992.**

Rapporteurs : M. GRISEL (CSCV) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 4 Mars 1992 (BOCCRF du 31/12/1992).

**Consultation du Conseil National de la Consommation sur les essais comparatifs – 1993.**

Séance plénière du 11 Février 1993 (BOCCRF du 5/03/1993).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport du groupe de travail concernant les règles de commercialisation des véhicules d'occasion – 1993.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC) pour le collège consommateur  
M. BOUQUIN (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 17 Juin 1993 (BOCCRF du 11/08/1993).

**Rapport du Conseil National de la Consommation sur la certification des services – 1993.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC) pour le collège consommateur  
Mme VALACHS (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du 17 Juin 1993 (BOCCRF du 15/10/1993).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport du groupe de travail relatif à l'amélioration de la qualité des services dans le commerce – 1993.**

Rapporteurs : M. GOUBIER (ASSECO-CFDT) pour le collège consommateur  
M. MALATERRE (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 Décembre 1993 (BOCCRF du 15/01/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation sur le projet de loi modifiant le Titre 1<sup>er</sup> Information des consommateurs du code de la consommation dans ses articles L.115-27 et suivants sur la certification de produits et de services – 1993.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC) pour le collège consommateur  
Mme VALACHS (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 Décembre 1993 (BOCCRF du 8/04/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport du groupe de travail relatif aux Automates de Vente – 1994.**

Rapporteurs : M. PERROT (CSCV) pour le collège consommateur  
M. LEONARD (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 19 Mai 1994 (BOCCRF du 7/06/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation sur l'avant-projet de loi organique et l'avant-projet de loi portant modification de certaines dispositions de procédure civile, de procédure pénale et de procédure administrative s'inscrivant dans le cadre du programme pluriannuel de modernisation de la justice. – 1994.**

Rapporteurs : Mme DURAND (UFCS) pour le collège consommateur  
M. DROT (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 19 Mai 1994 (BOCCRF du 7/06/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation sur un modèle de contrat destiné aux gestionnaires d'établissements hébergeant des personnes âgées – 1994.**

Rapporteurs : M. HUGUET (Fédération Nationale LEO LAGRANGE) pour le collège consommateur  
M. MARCHAND (UNAPL) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 19 Mai 1994 (BOCCRF du 29/07/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport relatif à la publicité des objets, appareils et méthodes (O.A.M.) présentés comme bénéfiques pour la santé – 1994.**

Rapporteurs : Mme GUILLON (UFCS) pour le collège consommateur  
M. DARMAILLACQ (CNPF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 11 Octobre 1994 (BOCCRF du 19/11/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation sur le projet de loi organique et le projet de loi portant modification de certaines dispositions de procédure civile, de procédure pénale et de procédure administrative adoptés par l'Assemblée Nationale en première lecture – 1994.**

Rapporteurs : Mme DURAND (UFCS) pour le collège consommateur

M. DROT (CNPF) pour le collège professionnel

Séance plénière du 11 Octobre 1994 (BOCCRF du 19/11/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport du groupe de travail concernant le projet de décret relatif à la prévention des risques liés au comportement au feu des meubles rembourrés et objets assimilables destinés à être utilisés dans les lieux domestiques ou en collectivités et des produits constituant et le projet de décret relatif à la prévention des risques liés à l'allumabilité et à l'état hygiénique des articles de literie destinés à être utilisés dans les lieux domestiques et en collectivités, et des produits constituant – 1994.**

Rapporteurs : M. PEPERS (Familles Rurales) pour le collège consommateur

Mme VALACHS (CNPF) pour le collège professionnel.

Séance plénière du CNC du 11 Octobre 1994 (BOCCRF du 9/12/1994).

**Avis du Conseil National de la Consommation, précédé du rapport relatif aux prothèses dentaires – 1994.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL) pour le collège consommateur

M. ORLIANGES (UNAPL) pour le collège professionnel

Séance plénière du CNC du 13 Décembre 1994 (BOCCRF du 28/12/1994).

**Rapport du collège des « Consommateurs et Usagers » du Conseil national de la consommation sur la concertation Services Publics – Organisations de consommateurs – 1994.**

Rapporteur : M. EMAER (CSF)

Séance plénière du CNC du 13 Décembre 1994 (\*).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à l'extension des réparations obligatoires des véhicules ayant subi un contrôle technique – 1995.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,

M. de MINVIELLE (CNPF), pour le collège professionnel.

Séance plénière du CNC du 6 Avril 1995 (BOCCRF du 18/05/1995).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à l'information des consommateurs sur les prix et services offerts par les masseurs-kinésithérapeutes – 1995.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,

M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel.

Séance plénière du CNC du 19 septembre 1995 (BOCCRF du 15/12/1995).

**Avis du Conseil national de la consommation sur les Essais Comparatifs – 1995.**

Rapporteurs : M. GOUBIER (ASSECO-CFDT), pour le collège consommateur,

Mme VALACHS (CNPF), pour le collège professionnel.

Séance plénière du CNC du 19 Septembre 1995 (BOCCRF du 15/12/1995).

**Avis du Conseil national de la consommation sur les loteries dans la vente par correspondance – 1995.**

Rapporteurs : Mme HUTIN (INDECOSA-CGT, pour le collège consommateur,

M. SIOUFFI (SEVPCD), pour le collège professionnel.

Séance plénière du CNC du 19 Septembre 1995 (BOCCRF du 15/12/1995).

**Avis du Conseil national de la consommation sur les autoroutes à péage – 1995.**

Rapporteurs : M. AVRIL (AFOC), pour le collège consommateur,

M. ROUSSEAU (SNCF), pour le collège professionnel.

Consultation écrite du 27 Novembre 1995 (BOCCRF du 28/12/1995).

**Avis du Conseil national de la consommation sur la médecine d'urgence ambulatoire – 1995.**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur,

M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel,

Séance plénière du CNC du 28 Novembre 1995 (BOCCRF du 28/12/1995).

**Avis du Conseil national de la consommation relatif à l'amélioration de la communication sur les signes officiels de qualité – 1996.**

Rapporteurs : M. PEPERS (Familles Rurales, pour le collège consommateur,  
Mme SERRA (ANIA/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 19 Mars 1996 (BOCCRF du 23/04/1996).

**Avis du Conseil national de la consommation sur l'optique médicale – 1996 –**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. SIOUFFI (SEVPCD/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 19 Mars 1997 (BOCCRF du 23/04/1996).

**Avis du Conseil national de la consommation relatif à une meilleure protection du consommateur qui recourt aux services d'un mandataire automobile – 1996.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
M. GAINON (CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 19 Mars 1996 (BOCCRF du 23/04/1996).

**Avis du Conseil national de la consommation sur la médecine d'urgence ambulatoire – 1996.**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 11 juin 1996 (BOCCRF du 27/07/1996).

**Avis du Conseil national de la consommation relatif à l'information du consommateur sur les honoraires médicaux – 1996.**

Rapporteurs : Mme MADER (CSCV), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 11 Juin 1996 (BOCCRF du 27/07/1996)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur la traçabilité des viandes bovines et l'information des consommateurs – 1996.**

Rapporteurs : Mme NICOLI (UFC Que Choisir), pour le collège consommateur,  
M. MALATERRE (FCD/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 7 Octobre 1996 (BOCCRF du 22/10/1996)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur l'information du consommateur dans le secteur de l'esthétique médico-chirurgicale – 1996.**

Rapporteurs : Mme GUILLON (UFCS), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 7 Octobre 1996 (BOCCRF du 6/11/1996)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur l'amélioration de la qualité des prestations et de la tarification des courses de taxi – 1996.**

Rapporteurs : M. GAY (ANC), pour le collège consommateur,  
M. MOUZAY (APCM), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 7 Octobre 1996 (BOCCRF du 6/11/1996)

**Avis et rapport d'étape du Conseil national de la consommation sur l'offre d'accès à Internet – 1997.**

Rapporteurs : M. HUARD (ADEIC-FEN), pour le collège consommateur,  
M. GRANGE CABANE (UDA/CNPF), pour le collège professionnel,  
Rapporteur extérieur : Mme Claudine SCHMUCK,  
Séance plénière du CNC du 18 Février 1997 (BOCCRF du 21/02/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur les syndicats de copropriété – 1997.**

Rapporteurs : Mme RASTOLL (CGL), pour le collège consommateur,  
M. LEONARD (CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 18 Février 1997 (BOCCRF du 25/03/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur les contrats de jouissance d'immeuble à temps partagé – 1997.**

Rapporteurs : Mme SAVONNEAU (CNL) et Mme JANNET (UFCS), pour le collège consommateur,  
M. SALMON (CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 18 Février 1997 (BOCCRF du 25/03/1997)

**Bilan 1996 de l'Observatoire des Loteries Commerciales (Groupe de travail du CNC) – 1997.**

Rapporteurs : Mme HUTIN (INDECOSA-CGT), pour le collège consommateur,  
M. SIOUFFI (SEVPCD/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 18 Février 1997 (BOCCRF du 25/03/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation sur la dénomination à adopter dans le langage courant pour les fractions d'euros, sur le genre et le pluriel du mot « euro » et sur le symbole de l'euro – 1997.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CONTINENT/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 19 Juin 1997 (BOCCRF du 30/07/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur la prise en compte des arrondis lors des conversions francs/euros – 1997.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CONTINENT/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 19 Juin 1997 (BOCCRF du 30/07/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur les arnaques de la consommation – 1997.**

Rapporteurs : M. PEINOIT (Familles Rurales), pour le collège consommateur,  
M. GAINON (CNPF), pour le collège professionnel,  
Consultation écrite du CNC du 18 Juillet 1997 (BOCCRF du 30/08/1997)

**Recommandations du Conseil national de la consommation portant sur la rédaction d'un contrat de fourniture d'accès à Internet aux consommateurs, suivies d'une grille de concordance entre la puissance des micro-ordinateurs, le débit des modems et les services accessibles sur Internet (annexes I et II à l'avis du CNC du 18 Février 1997 sur l'offre d'accès à Internet) – 1997.**

Rapporteurs : M. HUARD (ADEIC-FEN), pour le collège consommateur,  
M. GRANGE CABANE (UDA/CNPF), pour le collège professionnel,  
Rapporteur extérieur : Mme Claudine SCHMUCK  
Séance plénière du CNC du 23 Septembre 1997 (BOCCRF du 30/10/1997)

**Avis et rapport d'étape du Conseil national de la consommation sur le commerce électronique : l'offre commerciale et la protection du consommateur – 1997.**

Rapporteurs : M. HUARD (ADEIC-FEN), pour le collège consommateur,  
M. GRANGE CABANE (UDA/CNPF), pour le collège professionnel,  
Rapporteur extérieur : Mme Claudine SCHMUCK  
Séance plénière du CNC du 4 Décembre 1997 (BOCCRF du 12/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur la traçabilité des viandes ovines et l'information des consommateurs – 1997.**

Rapporteurs : Mme NICOLI (UFC Que Choisir), pour le collège consommateur,  
M. MALATERRE (FCD/CNPF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 4 Décembre 1997 (BOCCRF du 19/12/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation concernant l'information des consommateurs sur l'euro – 1997.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CONTINENT/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 4 Décembre 1997 (BOCCRF du 19/12/1997)

**Avis du Conseil national de la consommation sur les réformes législatives du dispositif de surendettement des ménages – 1997.**

Rapporteurs : M. MONTANT (INDECOSA-CGT), pour le collège consommateur,  
M. DROT (CETELEM/CNPF), pour le collège professionnel,  
Séance plénière du CNC du 4 Décembre 1997 (BOCCRF du 19/12/1997).

**Avis du Conseil national de la consommation concernant l'euro : « Recommandations du CNC sur l'utilisation d'un taux de conversion indicatif dans tout document remis au public avant la fixation du taux de conversion définitif ». – 1998.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CONTINENT/CNPF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 19 Mars 1998 (BOCCRF du 27/03/1998).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à l'optique médicale – 1998.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. SIOUFFI (SEVPCD/CNPF), pour le collège professionnel.  
Consultation écrite du 6 Avril 1998 (BOCCRF du 15/05/1998).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à l'information des consommateurs sur l'origine des produits manufacturés – 1998.**

Rapporteurs : M. HUCHETTE (ASSECO-CFDT), pour le collège consommateur,  
M. MALATERRE (FCD/CNPF), pour le collège professionnel.  
Consultation écrite du 8 Avril 1998 (BOCCRF du 15/05/1998).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur l'information du consommateur dans le secteur des assurances complémentaires maladie. – 1998.**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur,  
M. RIVE (FFSA/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 20 Octobre 1998 (BOCCRF du 20/11/1998).

**Avis N°5 du Conseil national de la consommation sur le suivi de l'introduction de la monnaie unique – 1998.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CONTINENT/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 20 Octobre 1998 (BOCCRF du 20/11/1998).

**Avis N°6 du Conseil national de la consommation concernant l'information volontaire des consommateurs liée à l'acceptation des paiements en euros pendant la période transitoire – 1998.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CONTINENT/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 20 Octobre 1998 (BOCCRF du 20/11/1998).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif aux modalités de la mise en application de la certification de services – 1998.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
M. FRYBOURG (CGPME), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 17 Décembre 1998 (BOCCRF du 31/12/1998).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à la prévention des situations de surendettement – 1998.**

Rapporteurs : M. MONTANT (INDECOSA-CGT), pour le collège consommateur,  
M. DROT (CETELEM/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 17 Décembre 1998 (BOCCRF du 31/12/1998).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur le dépannage à domicile – 1999.**

Rapporteurs : Mme JULIOT (UFCS), pour le collège consommateur,  
M. FRYBOURG (CGPME), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 24 mars 1999 (BOCCRF du 12/05/1999).

**Avis n°7 du Conseil national de la consommation concernant la conversion en euros des seuils du code de la consommation applicables au plus tard au 1<sup>er</sup> janvier 2002. – 1999.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 9 novembre 1999 (BOCCRF du 11/12/1999).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif aux prothèses auditives – 1999.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 décembre 1999 (BOCCRF du 7/03/2000).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur les méthodes de conservation des denrées alimentaires : les viandes. – 1999.**

Rapporteurs : M. de CARNE (CNAFC) pour le collège consommateur,  
M MALATERRE (FCD/MEDEF) pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 décembre 1999 (BOCCRF du 25/07/2000).

**Avis n°8 du Conseil national de la consommation sur l'organisation de la période transitoire jusqu'à l'introduction de l'euro fiduciaire (1<sup>er</sup> janvier 2002) et annexes I et II. – 2000.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC) pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (CARREFOUR/MEDEF) pour le collège professionnel.  
Consultation écrite du 10 mars 2000 (BOCCRF du 21/04/2000).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur les produits cosmétiques de protection solaire – 2000.**

Rapporteurs : Mme GUILLON (UFCS) pour le collège consommateur,  
M. GRANGE CABANE (FIP/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 4 juillet 2000 (BOCCRF du 18/10/2000).

**Avis du Conseil national de la consommation relatif à la qualité des fruits et légumes frais dans le commerce – 2000.**

Rapporteurs : M. PERROT (CLCV), pour le collège consommateur,  
M. MALATERRE (FCD/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 4 juillet 2000 (BOCCRF du 18/10/2000).

**Avis du Conseil national de la consommation sur les maisons de retraite – 2000.**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 4 juillet 2000 (BOCCRF du 18/10/2000).

**Avis n°9 du Conseil national de la consommation sur l'affichage des prix au cours de la période 2001-2002. – 2000.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 25 octobre 2000 (BOCCRF du 5/12/2000).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à la publicité sur le crédit à la consommation et aux crédits renouvelables – 2000**

Rapporteurs : Mme GUIDEAU (CSF), pour le collège consommateur,  
M. NASSE (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 25 octobre 2000 (BOCCRF du 5/12/2000).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à la « publicité et l'enfant » - 2000**

Rapporteurs : M. de BERNIERES (CNAFC), pour le collège consommateur,  
Mme REICHENBACH (UDA/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 25 octobre 2000 (BOCCRF du 5/12/2000).



**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport relatif à l'éducation du jeune consommateur – 2000.**

Rapporteurs : M. PEPERS (Familles Rurales), pour le collège consommateur,  
Mme de SAINT-DIDIER (PEUGEOT/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 décembre 2000 (BOCCRF du 23/01/2001).

**Avis n°10 du Conseil national de la consommation relatif à certaines actions promotionnelles destinées à favoriser les paiements scripturaux en euros – 2000.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 décembre 2000 (BOCCRF du 23/01/2001).

**Avis du Conseil national de la consommation sur l'information du consommateur dans le secteur des avocats – 2000.**

Rapporteurs : M. AVRIL (AFOC), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 21 décembre 2000 (BOCCRF du 23/01/2001).

**Avis du Conseil national de la consommation, précédé du rapport sur la sécurité des cartes de paiement – 2001.**

Rapporteurs : Mme MADER (CLCV), pour le collège consommateur,  
M. SIOUFFI (FEVAD/MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 22 mars 2001 (BOCCRF du 23/05/2001).

**Avis n° 11 du Conseil national de la consommation relatif aux conditions du basculement à l'euro de certaines professions – 2001.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Consultation écrite du 19 avril 2001 (BOCCRF du 23/05/2001).

**Avis n°12 du Conseil national de la consommation relatif à l'information de proximité des consommateurs sur l'euro et le rôle des observatoires départementaux de l'euro – 2001.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Consultation écrite du 29 mai 2001 (BOCCRF du 24/07/2001).

**Avis n°13 du Conseil national de la consommation relatif à l'incidence de l'introduction de l'euro fiduciaire sur l'évolution des prix et sur les dispositions à envisager en vue de l'échéance du 1<sup>er</sup> janvier 2002. – 2001.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Consultation écrite du 29 juin 2001 (BOCCRF du 23/08/2001).

**Avis n° 14 du Conseil national de la consommation relatif au vocabulaire euro – 2001.**

Rapporteurs : M. MARLEIX (AFOC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 25 octobre 2001 (BOCCRF 30/10/2001).

**Avis du Conseil national de la consommation sur la filière marée – 2001.**

Rapporteurs : M. PEPERS (Familles Rurales), pour le collège consommateur,  
M. MALATERRE (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 20 décembre 2001 (BOCCRF du 26/02/2002).

**Avis du Conseil National de la Consommation sur la terminologie à utiliser dans les factures et autres documents relatifs aux services téléphoniques – 2002.**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel  
Consultation écrite du 11 janvier 2002 (BOCCRF du 27/3/2002)

**Avis du Conseil National de la Consommation sur les Transports sanitaires terrestres - 2002.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. FRYBOURG (CGPME), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du CNC du 28 mars 2002 (BOCCRF du 28/10/2002)

**Avis du Conseil National de la Consommation sur la fiche d'information concernant les caractéristiques essentielles de l'offre de service téléphonique fixe et mobile dans le cadre de l'information pré contractuelle – 2002.**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 11 juillet 2002 (BOCCRF du 21/10/2002)

**Avis du Conseil National de la Consommation relatif à l'information du consommateur sur les prix des médicaments non remboursables – 2002.**

Rapporteurs : Mme VIGNON (UFCS), pour le collège consommateur,  
M. ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 22 octobre 2002 (BOCCRF du 28/11/2002)

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif aux huissiers de justice – 2003.**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur  
M ORLIANGES (UNAPL), pour le collège professionnel  
Séance plénière du CNC du 1<sup>er</sup> juillet 2003 (BOCCRF du 28/10/2003)

**Avis et rapport du Conseil National de la Consommation relatifs à la terminologie, (remplaçant le précédent paru au BOCCRF du 27 mars 2002) et au document tarifaire remis dans le cadre de l'information pré-contractuelle – 2003.**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur  
Mme GAIME (MEDEF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 1<sup>er</sup> juillet 2003 (BOCCRF du 28/10/2003)

**Avis et rapport du Conseil National de la Consommation relatif aux sceaux et labels sur Internet – 2003.**

Rapporteurs : Mme MADER (CLCV), pour le collège consommateur  
M LOLIVIER (FEVAD), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 10 juillet 2003 (BOCCRF du 14 avril 2004)

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à l'organisation du CNC – 2004.**

Rapporteurs : M. PEINOIT (Familles Rurales), pour le collège consommateur  
M. MALATERRE (FCD), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 29 janvier 2004 (BOCCRF du 12 mars 2004)

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à l'intégration du fait régional dans les structures de la consommation – 2004.**

Rapporteurs : M PEINOIT (Familles Rurales), pour le collège consommateur  
M. LEBRUN (CGPME), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 29 janvier 2004 (BOCCRF du 12 mars 2004)

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à la reconnaissance de la contribution au développement durable – 2004.**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur  
M. REMOUE (MEDEF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 29 janvier 2004 (BOCCRF du 12 mars 2004)

**Rapport du Conseil National de la consommation relatif au remboursement anticipé des crédits immobiliers – 2004.**

Rapporteurs : Mme MADER (CLCV), pour le collège consommateur  
M. NASSE (ASF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 29 janvier 2004 (BOCCRF du 1<sup>er</sup> mars 2005)

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à la médiation – 2004.**

Rapporteurs : Mme CRESPEL (Familles de France), pour le collège consommateur  
M. CHENIN (EDF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 6 juillet 2004 (BOCCRF du 1<sup>er</sup> mars 2005)

**Rapport du Conseil National de la consommation relatif à l'information du consommateur sur la qualité des services collectifs marchands – 2004.**

Rapporteurs : M. PEPERS (Familles Rurales), pour le collège consommateur  
M. ANNE (FNADE), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 6 juillet 2004

**Rapport du Conseil National de la consommation relatif à la location de courte durée de véhicules sans chauffeur – 2004.**

Rapporteurs : M. SIROT (ORGECO), pour le collège consommateur  
Mme de SAINT DIDIER (MEDEF), pour le collège professionnel  
Séance plénière du 6 juillet 2004 (BOCCRF du 1<sup>er</sup> mars 2005)

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à la parapharmacie – 2005.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. MALATERRE (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Séance plénière du 9 février 2005 (BOCCRF du 28 octobre 2005).

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à la protection des consommateurs et ouverture du marché de l'électricité et du gaz – 2005.**

Rapporteurs : M. FOUNDOULIS (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. REMOUE (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 27 septembre 2005 (BOCCRF du 28 décembre 2006).

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif à la sécurité des installations électriques intérieures des particuliers – 2005.**

Rapporteurs : Mme THIEBAULT (CNAFAL), pour le collège consommateur,  
M. PLANQUE (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 27 septembre 2005 (BOCCRF du 28 décembre 2006).

**Avis et rapport du Conseil National de la consommation relatif au transport aérien – 2005 .**

Rapporteurs : M. DE CARNE (CNAFC), pour le collège consommateur,  
M. LEBRUN (CGPME), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 27 septembre 2005 (BOCCRF du 28 décembre 2006).

**Avis sur le décret relatif à la conservation du numéro prévue par l'article L.44 du code des postes et télécommunications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 13 janvier 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis sur un arrêté relatif à l'information sur les tarifs des appels vers les services d'assistance technique des fournisseurs de services et de communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 15 mars 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis sur un arrêté relatif à l'information sur la qualité de service dans les contrats conclu avec les fournisseurs de services de communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 15 mars 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis relatif à la mise à disposition de fiches d'information standardisées dans les communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 15 mars 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis relatif au traitement des litiges dans les communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 15 mars 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis relatif à la résiliation des contrats dans le secteur des communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 23 juin 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis relatif à la remise de contrats dans le secteur des communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 23 juin 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis relatif à la publicité écrite dans le secteur des communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 23 juin 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Avis relatif à un guide pratique des communications électroniques - 2006**

Rapporteurs : Mme PETIT (ADEIC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 11 juillet 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)

**Annexe : Guide du Conseil national de la consommation relatif aux communications électroniques – 2006 (BOCCRF du 4 août 2006)**

**Avis relatif à l'expérimentation de la mise en place d'instances régionales de concertation dans le domaine de la consommation - 2006**

Rapporteurs : M. HUGUET (ALLDC), pour le collège consommateur,  
M. REMOUÉ (MEDEF), pour le collège professionnel.  
Réunion du Bureau du CNC du 30 novembre 2006 (BOCCRF du 22 mars 2007)