

BOCCRF

Bulletin officiel de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes

[Sommaire](#)

N° 12 du 10 novembre 2000

**RAPPORT D'ACTIVITÉ DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION
POUR L'ANNÉE 1999
NOR : ECOC0000380X**

introduction

En 1999, le Conseil national de la consommation (CNC) a centré son programme de travail sur quatre grands thèmes :

la protection du consommateur vulnérable ;

la santé ;

l'amélioration de l'information du consommateur sur la qualité et le prix des produits et des services ;

les techniques nouvelles dans l'alimentation.

Au total, vingt-deux groupes de travail ont fonctionné. Quatre avis ont été rendus.

Quatre groupes de travail ont débuté leurs travaux en 1999, mais ne formuleront leurs avis qu'en 2000. Ils concernent :

la publicité et l'enfant ;

les établissements hébergeant des personnes âgées ;

la qualité des fruits et légumes frais dans le commerce et l'information du consommateur ;

la publicité sur le crédit et les crédits renouvelables.

Le CNC a, par ailleurs, organisé à l'occasion de ses séances plénières des communications ou des débats portant sur des thèmes d'actualité tels que :

la mise en place de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA) ;

les consommateurs et le bogue de l'an 2000 ;

les premiers travaux des observatoires de l'euro, la pratique du double affichage et l'exacte conversion de la contre-valeur en euros des prix exprimés en francs ;

le nouveau cycle des négociations commerciales multilatérales (l'OMC et le « Millennium round »).

Le présent rapport d'activité (1) est accompagné, comme les années précédentes d'un suivi des avis du CNC et présenté selon le plan ci-après. Les avis et rapports publiés au *BOCCRF* figurent en annexe, ainsi que les textes sur lesquels le CNC a été consulté.

(1) Rapport établi par le secrétariat général du CNC, 59, boulevard Vincent-Auriol, 75703 Paris Cedex 13.

1. Les groupes de travail du CNC pour l'année 1999

1.1. Protection des consommateurs vulnérables :

1.1.1. Dépannage à domicile ;

1.1.2. Publicité et enfant.

1.2. Santé :

1.2.1. Prothèses auditives ;

1.2.2. Etablissements hébergeant des personnes âgées.

1.3. Amélioration de l'information du consommateur :

- 1.3.1. Sur la qualité et la sécurité des produits et des services :
 - 1.3.1.1. Qualité des fruits et légumes ;
 - 1.3.1.2. Bogue de l'an 2000 ;
 - 1.3.1.3. Produits solaires.
- 1.3.2. Sur le prix des produits et des services :
 - 1.3.2.1. Conversion en euros des principaux seuils du code de la consommation ;
 - 1.3.2.2. Crédit ;
 - 1.3.2.3. Factures de téléphone fixe et mobile ;
 - 1.3.2.4. Honoraires d'avocats ;
 - 1.3.2.5. Produits cosmétiques ;
 - 1.3.2.6. Prestations de dépannage, de réparation et d'entretien ;
 - 1.3.2.7. Prix de vente à l'unité de mesure.
- 1.4. Les techniques nouvelles dans l'alimentation :
 - 1.4.1. Méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables.

2. Suivi des avis du CNC

- 2.1. Information sur la viande bovine.
- 2.2. Les courses de taxi et leur tarification.
- 2.3. Information sur les prix et services offerts par les masseurs-kinésithérapeutes-rééducateurs.
- 2.4. Médecine d'urgence ambulatoire.
- 2.5. Optique médicale.
- 2.6. Information dans le secteur de l'esthétique médico-chirurgicale.
- 2.7. Prix des prestations funéraires.

1. *Les groupes de travail du CNC pour l'année 1999*

1.1. **Protection des consommateurs vulnérables**

1.1.1. *Dépannage à domicile*

Dans les grandes villes, le dépannage rapide multiservices s'est développé depuis 1965. A l'heure actuelle, il existerait 300 entreprises employant 6 000 personnes. Ces entreprises sont essentiellement tournées vers une clientèle de particuliers et interviennent dans les secteurs suivants : chauffage, électricité, électroménager, télévision, hi-fi, vidéo, plomberie, serrurerie, vitrerie, menuiserie...

L'intérêt de ce type de prestations de services est de répondre à la demande des clients dans des délais courts et pour faire face, le cas échéant, à des situations d'urgence (ouverture de porte, dépannage de chauffage, travaux de plomberie indispensables...). La capacité d'intervention « 24 heures sur 24 » et « 7 jours sur 7 » est, à ce titre, souvent revendiquée par les opérateurs.

Or l'activité d'entreprises de dépannage rapide à domicile donne lieu à de nombreuses plaintes émanant de consommateurs lésés. Les anomalies portent sur des prix considérés comme abusifs, le non-respect des règles sur le démarchage à domicile, l'abus de faiblesse, la tromperie sur la qualité de la prestation de service, le non-respect de l'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager (établissement d'un devis détaillé, remise d'une facture conforme, publicité des prix), la publicité mensongère (notamment à travers l'annonce de tarifs horaires très attractifs ou de déplacement gratuit)...

Ces comportements portent préjudice aux prestataires honnêtes qui se trouvent victimes d'une concurrence déloyale et voient la crédibilité de l'ensemble de la profession mise en cause. C'est pourquoi le bureau du CNC a demandé que le CNC se saisisse de cette question.

Le groupe de travail du CNC, mis en place au cours de l'année 1998, devait procéder à un recensement des types de litiges ainsi que des pratiques déloyales existant dans le secteur, sur la base des renseignements détenus par les associations de consommateurs, les organisations professionnelles et l'administration.

Il devait rechercher les moyens qui pourraient être mis en œuvre pour améliorer la situation.

Dans son avis rendu en séance plénière du 24 mars 1999 (*BOCCRF* du 12 mai 1999), adopté à

l'unanimité des deux collèges consommateur et professionnel, le CNC privilégie deux axes d'intervention :

Renforcer les moyens de reconnaître les prestataires qualifiés :

Le CNC préconise le développement des différents signes de qualité dans ce secteur afin que les professionnels sérieux puissent faire reconnaître leur fiabilité. En ce sens, les contrats pour l'amélioration de la qualité, dits contrats « Approuvé », ne doivent pas être négligés car ils constituent souvent une première étape vers la certification de services. Cette dernière procédure, qui offre une bonne garantie aux consommateurs, doit elle-même être fortement encouragée, mais la mise en œuvre de la démarche de certification pouvant être d'un coût dissuasif pour les petites entreprises, un soutien financier doit pouvoir être apporté à ces dernières ;

Le CNC a souhaité également une communication plus forte sur ces signes officiels de qualité, dont certains existent déjà chez les dépanneurs, mais qui restent peu connus du grand public, et rappelle la nécessité de lutter contre l'utilisation abusive de termes ou de graphismes relatifs à la qualité pouvant induire les consommateurs en erreur ;

Le CNC est, en outre, favorable à un renforcement de la qualification professionnelle du personnel, dans le cadre tant de la formation initiale, notamment pour les activités les plus susceptibles de mettre en danger la sécurité des personnes et des biens (installations électriques, électroniques et gazières), que de la formation continue qui doit être principalement assurée par les professionnels du dépannage et non par les fabricants de matériels ;

Le CNC encourage, enfin, les initiatives de France Télécom visant à vérifier les informations fournies par les annonceurs (indication d'adresse et référence à des marques) et à instaurer de nouvelles règles de parution dans l'annuaire téléphonique, version pages jaunes et annuaire électronique, afin d'éviter que tous les professionnels n'y inscrivent une raison sociale commençant par la lettre A pour apparaître en tête de liste.

Appliquer avec rigueur la réglementation :

Le CNC demande aux administrations compétentes :

de contrôler l'existence et l'activité réelle des entreprises ainsi que le respect des obligations de qualification auxquelles elles sont désormais soumises (loi du 5 juillet 1996 relative à la promotion et au développement de l'artisanat et de décret d'application du 2 avril 1998) ;

d'assurer une gestion plus efficace du registre du commerce et des sociétés, notamment en ce qui concerne les délais de mise à jour (radiation rapide des entreprises ayant cessé d'exister, immatriculation plus rapide des nouvelles entreprises) ;

de sensibiliser les parquets, au niveau local, sur les infractions liées au dépannage à domicile et sur la nécessité de les sanctionner en utilisant davantage les outils existants, en particulier la répression des abus de faiblesse ;

d'intensifier le contrôle du travail clandestin dans ce secteur.

Il est à noter que, depuis cet avis rendu par le CNC, l'ODA (Office d'annonces), régisseur publicitaire de France Télécom, a inauguré sur le Minitel un nouveau système d'affichage des entreprises. En effet, pour figurer sur le premier écran du Minitel, emplacement privilégié pour être prioritairement vu par la clientèle, une minorité de professionnels s'était lancée dans une course effrénée au classement qui avait donné lieu à une multiplication des inscriptions sous la lettre A (AAA, AAB, etc.). Dorénavant, avec le nouveau système mis en place par ODA, le premier professionnel affiché sur l'écran du Minitel n'est plus systématiquement celui dont le nom commence par la lettre A, mais un professionnel dont la première lettre du nom est techniquement choisie de façon aléatoire et différente à chaque interrogation, sachant que l'ordre alphabétique dans les réponses est maintenu.

Ce nouvel affichage, entré en vigueur le 1^{er} juin 1999 après une période de tests, donnera ainsi à tous les professionnels la même chance d'apparaître sur le premier écran de réponses.

1.1.2. *Publicité et enfant*

La Publicité et l'enfant a été le thème choisi lors du cinquième petit déjeuner de Bercy, organisé le 16 décembre 1998 par la DGCCRF.

Cette manifestation a été l'occasion pour la Confédération nationale des associations familiales

catholiques (CNAFC) de présenter les résultats d'une enquête réalisée par cette organisation à partir d'un questionnaire adressé à ses adhérents et de rencontres avec des professionnels ainsi que de formuler une série de propositions autour de deux axes : la diffusion d'une publicité de qualité et le développement d'une lecture critique des messages.

La CNAFC a également suggéré la mise en place d'un groupe de travail au sein du CNC sur ce sujet.

En effet, l'enfant est devenu une cible clé et subit une pression publicitaire polymorphe en constante augmentation, car il est à l'origine de la moitié des produits nouveaux entrant dans les foyers. Aujourd'hui, l'enfant ne se contente pas d'acheter des produits avec son argent de poche mais il exerce aussi un rôle de prescripteur, d'une grande efficacité au sein de la famille en influençant les achats de ses parents.

Ni les services d'enquêtes ni les associations de consommateurs n'ont constaté d'abus caractérisé ou de lacune de la réglementation en vigueur sur la protection économique des enfants, globalement satisfaisante en France.

Néanmoins, le groupe de travail du CNC, créé en 1999, a reçu mandat de dresser un état des lieux sur la question et de formuler des propositions constructives dans l'intérêt des enfants pour éviter des dérives éventuelles, liées notamment à l'émergence de nouvelles techniques de communication.

Les travaux du groupe s'articuleront autour des pistes de réflexion suivantes :

- un renforcement des règles déontologiques et leur adaptation à la communication publicitaire, notamment pour les nouveaux supports (bandes-annonces, publicité sur Minitel, sur Internet, etc.) ;

- un encouragement à une formation à la publicité, à l'école et dans les familles, afin de développer le sens critique des enfants vis-à-vis de la publicité et leur permettre de consommer en toute connaissance de cause. Le groupe examinera le marketing à l'école sous toutes ses formes et la mise en place de temps forts (Journée de la publicité, par exemple) favorisant l'appréhension par les enfants du phénomène publicitaire.

Le groupe de travail devrait rendre ses conclusions au cours du troisième trimestre 2000.

1.2. Santé

1.2.1. *Prothèses auditives*

Ce groupe de travail s'inscrit dans la suite logique des travaux déjà menés par le CNC dans le secteur de la santé, notamment ceux sur les prothèses dentaires et l'optique médicale. Il a été chargé d'examiner les problèmes d'appareillage auditif rencontrés par les patients-consommateurs.

Actuellement, en France, près de 2 millions de personnes souffrent de surdité due à l'âge, sans compter les adolescents, victimes de baladeurs mal réglés ou d'amplificateurs utilisés lors de rassemblements musicaux.

90 % des surdités pourraient être corrigées. Les progrès accomplis techniquement permettent aussi, grâce à la miniaturisation, d'obtenir un confort jamais égalé. Pourtant, un malentendant sur deux n'est pas appareillé.

L'objectif du groupe était d'examiner les dispositifs de prévention et de détection, les conditions de prescription et de commercialisation des appareillages, les conditions de remboursement ainsi que les modalités de suivi et de contrôle des patients.

Le CNC a rendu un avis en séance plénière du 21 décembre 1999 (*BOCCRF* du 7 mars 2000), adopté à l'unanimité par les deux collèges consommateur et professionnel.

Les mesures proposées par le CNC s'articulent autour de trois priorités :

- une meilleure formation et sensibilisation de l'ensemble des professionnels de santé (médecins généralistes, médecins scolaires, médecins du travail, pédiatres, etc.) au dépistage des problèmes de surdité, ainsi qu'une formation spécifique des audioprothésistes en harmonie avec les textes ;

- une meilleure information des consommateurs, avant et après l'acquisition d'un appareil, avec la présence d'un audioprothésiste diplômé dans chaque point de vente. La prestation de l'audioprothésiste ne se limite pas, à cet égard, à la vente d'un appareil, mais comprend également une procédure d'adaptation nécessitant plusieurs entretiens avec le patient. L'avis comporte en annexe un modèle de plaquette d'information qui devrait être éditée par les professionnels et remise aux consommateurs. Celle-ci détaille les cinq grandes étapes de la démarche d'adaptation aux aides auditives et indique la durée moyenne horaire de chaque étape : informations préalables à fournir au

consommateur, prise en charge avec propositions d'appareillage, adaptation et réglage, contrôles ultérieurs, compte rendu d'appareillage.

Le devis détaillé que l'audioprothésiste devra présenter au consommateur distinguera notamment le prix de l'appareil et celui de la prestation.

une amélioration du dépistage de la perte auditive, celui-ci devant être systématisé pour les enfants et les adolescents dans le cadre de la médecine scolaire, ainsi que de la prise en charge de l'appareillage des deux oreilles (actuellement, les patients de plus de seize ans ne sont pris en charge que pour une oreille), « la stéréo ne devant pas être un luxe mais un droit ».

Le CNC préconise enfin la généralisation de la boucle magnétique dans les lieux où est installé un dispositif de sonorisation.

Le groupe de travail du CNC se réunira à nouveau, de façon à assurer le suivi de ces propositions, et y apporter éventuellement les correctifs nécessaires, pour une meilleure qualité d'information et d'appareillage des consommateurs.

1.2.2. *Etablissements hébergeant des personnes âgées*

Pour les personnes âgées confrontées aux problèmes de perte d'autonomie ou de solitude, une entrée en institution peut s'avérer nécessaire. L'adéquation de la structure d'accueil à la dépendance de la personne âgée est alors fondamentale, et, compte tenu de la diversité des offres, seule une comparaison des prestations offertes et des modalités d'hébergement permet de réaliser le bon choix. Or, le plus souvent, les familles des futur résidents des maisons de retraite ou les futurs résidents eux-mêmes ont beaucoup de difficultés à identifier le niveau de qualité des établissements et les prestations proposées et, en conséquence, à trouver un hébergement adapté à leur demande et à leurs moyens.

Le CNC avait, dans un avis du 19 mai 1994 (*BOCCRF* du 29 juillet 1994), élaboré un modèle de contrat à l'intention des gestionnaires d'établissements assurant l'hébergement des personnes âgées. Une enquête, conduite en 1995 par la DGCCRF, a montré que ce modèle de contrat était peu utilisé, malgré sa large diffusion auprès des professionnels.

La loi n° 97-60 du 24 janvier 1997 (*Journal officiel* du 25 janvier 1997) instituant une « prestation dépendance » a étendu à l'ensemble des établissements l'obligation de rédaction d'un contrat. Depuis le mois d'août 1997, toute personne qui réside ou entre dans un tel établissement doit, par conséquent, être en possession d'un contrat. Mais si cette loi a instauré le principe d'un contrat écrit, les clauses devant y figurer n'ont pas été définies, les textes d'application définissant le contenu de ces contrats n'ayant pas encore été adoptés.

Deux nouvelles enquêtes ont été diligentées par la DGCCRF, l'une au cours de l'année 1997, la seconde durant le troisième trimestre 1998. Cette dernière avait pour but de vérifier si les établissements hébergeant les personnes âgées respectaient les nouvelles dispositions instituées par la loi du 24 janvier 1997.

De l'enquête réalisée en 1997 dans 40 départements et auprès de 19 établissements, il est ressorti que, d'une manière générale, la réglementation était mieux appliquée, mais que le taux d'infraction relevé demeurait encore significatif. Près de 7 % des établissements contrôlés ont fait l'objet d'un procès-verbal et 30 % d'entre eux ont fait l'objet d'un rappel de la réglementation. Les anomalies concernaient l'application des règles de publicité des prix, la délivrance de notes, les conditions de facturation des prestations téléphoniques, la rédaction du contrat de séjour.

La dernière enquête portait sur les établissements qui, avant la loi de 1997, n'avaient pas obligation de disposer d'un règlement intérieur ni de fournir un contrat : 228 établissements ont été contrôlés. Elle a notamment montré que si 70 % d'entre eux avaient mis en place un règlement intérieur, seuls 56 % proposaient un contrat de séjour écrit à leurs pensionnaires. Au surplus, 20 % de ces contrats comportaient des clauses abusives (exonération de responsabilité de l'établissement en cas de vol ou droit de résilier unilatéralement le contrat dans certaines circonstances). 30 % des établissements contrôlés, enfin, étaient en infraction, les principaux manquements concernant l'affichage du prix de journée, des prix des prestations annexes (coiffure et pédicure en particulier) et du repas visiteur.

Ces résultats d'enquête sont ainsi venus corroborer l'intérêt pour le CNC de réactiver, en 1999, le

groupe de travail déjà constitué sur ce thème, sur la base d'un nouveau mandat.

Le rôle de ce groupe de travail est triple :

procéder à un inventaire actualisé de la situation ;

identifier et mettre en œuvre des outils permettant d'améliorer l'information préalable des futurs résidents, les possibilités de comparaison des offres ainsi que leur lisibilité ;

intégrer dans ses réflexions le développement de la certification de service dans ce secteur et examiner l'opportunité d'engager des travaux de normalisation sur une base réellement qualitative.

Le groupe de travail devait achever ses travaux à la fin du premier semestre 2000.

1.3. Amélioration de l'information du consommateur

1.3.1. *Sur la qualité et la sécurité des produits et des services*

1.3.1.1. Qualité des fruits et légumes

On observe sur longue période une baisse tendancielle de la consommation des fruits et légumes. Malgré des efforts de la filière dans le domaine de la qualité, les produits ne répondent pas toujours à l'attente des consommateurs.

Les fruits et légumes ont des atouts, notamment nutritionnels, qui doivent être valorisés si les professionnels veulent reconquérir les consommateurs.

Un groupe de travail du CNC avait réfléchi en 1994 sur le maintien de la qualité tout au long de la filière et sur la présentation des produits à la vente, sans pouvoir aboutir à un avis commun.

L'été 1999 a vu une nouvelle crise du secteur avec la baisse des cours des fruits et légumes et des affrontements entre les producteurs et la grande distribution. A l'issue d'une table ronde organisée, le 21 septembre 1999, à Paris, et réunissant producteurs et distributeurs, les pouvoirs publics ont décidé d'approfondir, dans le cadre de cinq groupes de travail, les pistes dégagées lors de cette concertation.

L'un de ces cinq groupes, dont les travaux devaient porter sur la qualité des fruits et légumes frais et l'information du consommateur, a été confié au CNC. Le groupe de travail mis en place dès le troisième trimestre 1999 devait centrer ses travaux sur :

le respect des exigences de qualité du produit à tous les stades de la production et de la consommation, en s'interrogeant notamment sur le rôle des normes de qualité et sur les conditions de présentation à la vente ;

la nature des informations que le consommateur est en droit d'attendre pour être mieux éclairé dans son choix, en particulier quant à l'origine des produits ou leurs caractéristiques nutritionnelles, organoleptiques, culinaires, etc.

Le groupe de travail, dont les travaux devaient s'achever à la fin du premier semestre 2000, a rendu un rapport d'étape lors du CNC plénier du 21 décembre 1999. Après avoir auditionné les partenaires de la filière, le groupe de travail a ainsi présenté ses premières orientations et propositions destinées à permettre à cette filière de mieux répondre aux attentes des consommateurs en leur apportant des produits adaptés sur le plan de la qualité, de la facilité d'utilisation et une information plus pertinente pour effectuer leur choix. Il en a été ainsi, notamment, des points suivants :

la recherche devrait valider une politique gustative et s'orienter vers des variétés de fruits et légumes qui apportent une amélioration des critères organoleptiques plus que la simple productivité ou les résistances à la conservation. De même, les études devraient être amplifiées pour que le secteur innove en matière de présentation, de diversification et usage des produits dans le respect de la qualité ;

les producteurs invités à s'orienter résolument vers des formes d'agriculture raisonnée et durable, devraient également être incités, en liaison avec les conditionneurs, à ne présenter à la vente que des fruits qui arriveront réellement à maturité et à indiquer sur les emballages les dates de récolte, de conditionnement ou les délais de conservation ;

les filières de commercialisation en aval de la production devraient, en ce qui les concerne, mettre en place des informations sur les produits à destination des consommateurs (utilisations culinaires possibles, signes de qualité et d'origine, dates de récolte, informations nutritionnelles, etc.), favoriser la segmentation et la diversification des produits, adapter les lieux de vente et, enfin, valoriser les efforts qualitatifs de la filière auprès des consommateurs.

Ces premières orientations et propositions ont également été présentées par les deux rapporteurs du groupe de travail du CNC à l'occasion des Assises du commerce et de la distribution qui se sont

tenues le 13 janvier 2000 sous la présidence du Premier ministre.

1.3.1.2. Bogue de l'an 2000

Un débat sur le thème « les consommateurs et le bogue de l'an 2000 » a eu lieu lors du CNC plénier du 24 mars 1999 avec une orientation spécifique : les problèmes susceptibles d'être rencontrés par les consommateurs dans leur vie quotidienne à l'occasion du passage à l'an 2000.

Ce débat avait été souhaité par le Conseil national de la consommation lors de sa séance plénière du 17 décembre 1998. Le CNC avait en effet estimé qu'il ne pouvait se désintéresser d'un tel sujet, objet de déclarations contradictoires, et qu'il lui serait sans doute reproché, en cas de désordres significatifs, le 1^{er} janvier 2000, de ne pas être penché sur ce problème, susceptible d'affecter l'ensemble des consommateurs. Le CNC a, en revanche, considéré que seule une expertise préalable, à organiser au cours du premier trimestre, permettrait de déterminer si la création d'un groupe de travail était nécessaire.

Le débat était essentiellement axé sur :

l'évaluation des risques techniques pouvant affecter les consommateurs lors du passage à l'an 2000 et les préconisations éventuelles en termes d'information du consommateur. Des responsables d'EDF, de la DGAC, du ministère de l'intérieur, de la Fédération des industries mécaniques et du secteur bancaire ont fourni des réponses aux interrogations des membres du CNC ;

l'évaluation des problèmes économiques (assurances, défaut d'information lors de la vente de matériels, abus de confiance,...) auxquels les consommateurs pourraient être exposés à l'occasion de cette échéance et les moyens juridiques permettant d'assurer leur protection. Un représentant du secteur des assurances et un expert en informatique agréé par la Cour de cassation ont également apporté des précisions sur les droits des consommateurs.

Au cours de la séance, la DGCCRF a notamment dressé le bilan de l'enquête réalisée courant décembre 1998 sur les produits présentés comme aptes à passer le cap de l'an 2000 et sur les sociétés de services proposant une mise en conformité avec les contraintes du passage à l'an 2000. L'objet de l'enquête était, d'abord, d'effectuer un diagnostic des équipements dont les dysfonctionnements, à l'occasion du passage à l'an 2000, pouvaient mettre en cause la santé et la sécurité des usagers (dispositifs médicaux, ascenseurs, chaudières...) et ceux dont les coûts unitaires n'étaient pas négligeables pour un acheteur moyen (micro-ordinateurs,...). Le diagnostic a permis d'établir que peu d'incidents étaient à craindre pour la première catégorie d'équipements, et que les problèmes majeurs relevés concernaient la micro-informatique proprement dite. Tous les professionnels, y compris les revendeurs de ce dernier secteur, ont été sensibilisés et leur attention appelée sur l'intérêt de mettre en œuvre rapidement des mesures correctives. Néanmoins, plusieurs procédures contentieuses ont été établies pour tromperie ou publicité trompeuse.

A la suite de ce débat, il a été estimé que la réflexion devait se poursuivre afin qu'une action de communication puisse être engagée en vue de dédramatiser auprès du public, grâce à des informations précises, les effets techniques et juridiques du passage à l'an 2000.

La création d'un groupe de liaison au sein du CNC a été retenue, avec pour objectif, de formuler des recommandations pouvant être reprises par le Comité national pour le passage à l'an 2000 dans ses actions de communication.

La réflexion conduite par le groupe devait permettre d'établir un inventaire, branche par branche, des problèmes susceptibles d'être rencontrés par les consommateurs lors du passage à l'an 2000, de les hiérarchiser, et, enfin, de formuler des préconisations en termes d'information des consommateurs sur les risques et effets potentiels, sur les mesures prises par les professionnels ainsi que sur les conséquences juridiques et moyens d'action en cas de problèmes avérés.

Le groupe de liaison a ainsi expertisé les secteurs jugés les plus importants pour les consommateurs : services financiers (distributeurs de billets, terminaux de paiement, versement des prestations sociales), transports (collectifs et individuels, aériens, télécommunications), santé et alimentation (hôpitaux, distribution alimentaire, chaîne du froid), habitat (ascenseurs, chaudières, systèmes d'alarme, eau électricité, micro-ordinateurs).

Le groupe de liaison a rendu compte de ses travaux lors des séances plénières du CNC des 29 juin et 9 novembre 1999.

Le groupe a ainsi estimé que des progrès avaient été accomplis dans la plupart des secteurs, même si des incidents n'étaient pas à exclure, notamment en ce qui concerne le fonctionnement des terminaux de paiement bancaires, et a dressé un état des lieux plutôt rassurant sur la préparation des secteurs hospitaliers, des transports et de l'alimentation.

S'agissant de la communication, le groupe a préconisé d'adopter une communication qui appelle à un minimum de vigilance sans risquer pour autant de susciter des réactions injustifiées d'affolement.

1.3.1.3. Produits solaires

Dans le cadre de l'adoption de son programme de travail pour l'année 1999, le CNC avait retenu le principe de travaux, au sein du groupe permanent « Produits cosmétiques », sur les indices de protection des produits solaires.

En effet, l'exposition du corps au soleil, si elle a des conséquences bénéfiques incontestables, conduit également, lorsqu'elle est excessive, à de graves problèmes de santé. En effet, les cancers de la peau attribués à cette exposition constituent, selon les spécialistes dermatologues, un des enjeux majeurs de santé publique dans les années à venir.

Les causes des excès d'exposition au soleil sont multiples : développement des vacances d'été à la mer ou à la montagne, développement des sports d'hiver, augmentation des voyages vers des pays étrangers à fort ensoleillement, etc. Parmi ces causes, les messages publicitaires accompagnant la vente des produits solaires sont également parfois cités. En effet, se pensant parfaitement protégés, certains consommateurs peuvent avoir tendance à prolonger de manière dangereuse leur exposition.

Ces dernières affirmations doivent être nuancées. La protection apportée par les produits solaires est sans aucun doute bénéfique dans bien des cas. Cependant, l'optimisation de cette protection est fonction de l'optimisation du choix de produits adaptés et donc de la clarté de l'information donnée à l'utilisateur. L'une des principales informations est l'indice de protection solaire qui se traduit généralement par un chiffre mesurant le ratio entre le temps qu'un individu protégé peut rester au soleil sans risque de « coup de soleil », par rapport à ce même temps sans protection.

D'autre part, plusieurs initiatives ont été prises de manière collective par l'industrie cosmétique en France, pour développer une information sur le « bon usage » du soleil, information qui a été mise au point avec la direction générale de la santé. Enfin, diverses actions de prévention pour renforcer cette information ont été menées par l'industrie, en collaboration avec la Ligue nationale contre le cancer notamment.

En dépit de ces efforts, il semble que des consommateurs continuent de juger l'information hétérogène et peu compréhensible, particulièrement pour ce qui concerne les indices.

Le groupe de travail du CNC, dont le mandat a été adopté en novembre 1999, aura de ce fait pour objectif, d'une part, de procéder à un état des lieux de la situation, d'autre part, de faire des propositions pour améliorer l'information et la prévention en matière d'utilisation des produits de protection solaire.

Le groupe de travail a rendu ses conclusions le 4 juillet 2000 (*BOCCRF* du 25 juillet 2000).

1.3.2. *Sur le prix des produits et des services*

1.3.2.1. Conversion en euros des principaux seuils du code de la consommation

Il résulte des règlements européens n° 1103/97 du 17 juin 1997 et n° 974/98 du 3 mai 1998 qu'en l'absence de disposition particulière, la conversion en euros des montants exprimés en francs qui figurent dans les textes législatifs et réglementaires se fera automatiquement au 1^{er} janvier 2002 par application du taux irrévocablement fixé le 31 décembre 1998 (6,55957 F) avec arrondissement à la décimale.

L'application stricte des règles de conversion conduirait à rendre les textes peu lisibles et difficilement mémorisables, tant pour les consommateurs que pour les professionnels. Ainsi le seuil de 500 F relatif à la vente avec prime (art. R. 128-8 du code de la consommation) ressortirait à 76,22 euros.

C'est dans cet esprit que le groupe de travail « euro » du CNC a estimé que les seuils du code de la

consommation, à l'exception de ceux prévus pour les sanctions pénales et des sommes figurant dans les arrêtés de prix applicables à certaines professions, devaient être adaptés pour faciliter leur lisibilité en euros.

Tel est l'objet de l'avis n° 7 du CNC relatif à la monnaie unique adopté lors de sa séance plénière du 9 novembre 1999 (*BOCCRF* du 11 décembre 1999) qui préconise une méthode de rétablissement des sommes en euros ayant pour résultat :

de retrouver des chiffres ronds ;

d'arrondir les sommes en restant le plus près possible des seuils d'origine (les nouveaux seuils suggérés ne préjugent pas, notamment, des adaptations rendues nécessaires par l'évolution des prix) ;

de privilégier, dans le choix des arrondis, l'intérêt des consommateurs.

A cet avis est annexé un tableau reprenant les principaux exemples tirés du code de la consommation.

Cet avis du CNC n'a pas vocation à être mis immédiatement en pratique. La plupart des seuils resteront, en effet, exprimés en francs jusqu'au 1^{er} janvier 2002. Mais il s'intègre dans une réflexion plus globale sur l'adaptation à l'euro des seuils législatifs et réglementaires, menée par un groupe de travail interministériel présidé par le ministère de la justice, qui concernera notamment les sanctions pénales du code de la consommation.

1.3.2.2. Crédit

Au cours des années 1997 et 1998, le groupe surendettement du Conseil national de la consommation a travaillé sur les modalités de traitement des situations de surendettement et sur l'organisation du suivi des surendettés. Ces travaux ont fait l'objet de deux avis unanimes les 4 décembre 1997 et 17 décembre 1998.

A l'occasion de ces réflexions, il est apparu que certains thèmes nécessitaient une approche autonome et plus large. Il s'agit de la publicité sur le crédit et des crédits renouvelables.

En conséquence, la ministre chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et de la consommation a décidé de confier au CNC la constitution d'un groupe de travail « crédit » ayant pour mission d'examiner :

la publicité sur le crédit et celle d'intermédiaires en opérations de banque (état des lieux, application effective de la réglementation, suggestions d'évolution) ;

les crédits renouvelables (état des lieux, principaux points de litige, suggestions d'évolution).

Sur chacun de ces thèmes, le groupe se replacera dans un contexte large, notamment en tenant compte du cadre européen. Il formulera des propositions concrètes adaptées et proportionnées aux objectifs.

L'échéance de ces travaux est prévue pour le quatrième trimestre 2000.

1.3.2.3. Factures de téléphone fixe et mobile

Le développement du marché des télécommunications en France (la France comptait, fin 1999, près de 23 millions d'abonnés au téléphone mobile et plus de 35 millions de lignes de téléphone fixe), l'accroissement du nombre des acteurs présents sur ce marché, le manque de concertation entre eux au sujet de la présentation de la facture et la diversité des prestations fournies se traduisent par une complexité croissante de la facture téléphonique des consommateurs.

Certains se plaignent de ne pas comprendre leur facture en raison de sa complexité, d'autres en raison de son caractère trop succinct, voire sibyllin, et de l'absence d'explications qui devraient accompagner la facture, d'autres encore, plus rares, d'erreurs de facturation en leur défaveur.

Trois éléments sont venus confirmer et renforcer le sentiment général de la nécessité de disposer, pour les usagers du téléphone, de factures qui soient facilement compréhensibles, c'est-à-dire « lisibles ».

Le recensement par les services de la DGCCRF des plaintes reçues dans le secteur de la téléphonie.

Le recensement national des réclamations dans le secteur des télécommunications réalisé par la

DGCCRf sur la période janvier 1998/mai 1999 (1 006 plaintes écrites recensées) a fait apparaître que le principal motif de plainte des consommateurs concerne la facture de téléphone (35 % contre 34 % l'abonnement ou le contrat, 17 % la qualité des services et 14 % les tarifs).

Les griefs qui reviennent le plus souvent sont : la facturation d'options ou de prestations que l'abonné n'aurait pas souscrites, les offres promotionnelles non répercutées sur la facture, le niveau de détail ou le libellé des rubriques qui ne permettent pas de contrôler ou de comprendre effectivement la facture, les minutes facturées au-delà du forfait ou la durée aléatoire du forfait dans le cas des téléphones mobiles.

Les résultats d'une enquête dans le secteur de la téléphonie mobile, faite par la DGCCRf auprès des opérateurs et des sociétés de commercialisation de services (SCS) au cours du premier trimestre de l'année 1999.

L'enquête comprenait un volet sur la facturation. L'enquête a établi que : « bien que des améliorations aient été apportées par les opérateurs ou les SCS dans la présentation des factures, de nombreux progrès restent à accomplir (lisibilité des libellés, éclatement de rubriques communications incluses « ou non » dans le forfait, complexité des tarifs) ».

La recommandation de la Commission des clauses abusives sur les contrats de téléphonie mobile (BOCCRf n° 13 du 27 juillet 1999) :

trente-sept clauses ont été estimées par la CCA comme présentant un caractère abusif, car tendant à rendre l'abonné captif et à ne pas laisser la concurrence jouer librement, dont huit qui concernent la facturation et le paiement ;

L'examen et l'analyse de l'ensemble des actions menées par les pouvoirs publics a conduit la ministre chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et de la consommation à créer deux groupes de travail, l'un, dans un contexte informel, en vue de supprimer, dans les contrats de téléphonie mobile, les clauses déclarées abusives par la CCA, l'autre, dans le cadre du CNC, sur la lisibilité de la facture de téléphone fixe et mobile.

Le groupe de travail du CNC s'est vu confier un triple objectif :

identifier les moyens à mettre en œuvre par les opérateurs en vue de fournir au consommateur une facture de téléphone, fixe ou mobile, d'une part, qui tienne compte des obligations prévues par l'arrêté 83-50/A du 3 octobre 1983 relatif à la présentation des factures dans les services (notamment désignation des prestations délivrées avec affichage des quantités fournies et des prix unitaires facturés), d'autre part, qui lui permette de reconstituer ses dépenses de téléphone et de maîtriser sa consommation ;

définir les différentes informations qui lui paraissent devoir être portées à la connaissance du consommateur ainsi que les mentions qui devraient obligatoirement figurer dans chaque facture de téléphone. Le groupe tiendra compte des éléments de la recommandation de la Commission des clauses abusives sur les contrats de téléphonie mobile, en ce qui concerne la facturation ;

enfin, examiner s'il y a lieu d'envisager le contenu minimal de l'information précontractuelle à donner par les vendeurs aux prospects lors de l'abonnement à un service de téléphonie (durée minimale du contrat ; modalités de résiliation, etc.).

Compte tenu de la densité du programme confié au groupe, l'échéance de ses travaux, initialement fixée au 31 décembre 1999, a été repoussée au second semestre 2000.

1.3.2.4. Honoraires d'avocats

Le recours de plus en plus fréquent des consommateurs aux services de défense et de conseil des avocats nécessite que le consommateur puisse exercer librement ses choix à partir d'une information précise et complète, tant sur le contenu que sur les prix des prestations.

Pour leur part, les avocats sont convaincus de la nécessité de la transparence des prix vis-à-vis de leurs clients, et examinent les meilleures conditions d'élaboration de barèmes individualisés, dans le respect des textes qui régissent l'activité d'avocat :

la loi du 31 décembre 1971, qui précise dans son article 10 que les honoraires de l'avocat sont fixés en accord avec le client ;

le décret n° 91-1197 du 27 novembre 1991 organisant la profession d'avocat, dont l'article 245 prévoit qu'avant tout règlement définitif l'avocat doit remettre à son client un compte détaillé ;

les règlements intérieurs des ordres des avocats.

Afin d'améliorer les relations entre les justiciables et les avocats et éviter les conflits, le CNC a décidé, dans le cadre de l'adoption de son programme pour l'année 1999, qu'un groupe de travail reprendrait l'étude menée en 1992, avec l'aide du barreau de Paris, notamment, qui examinait la possibilité, pour l'avocat et son client, d'établir une convention écrite définissant les conditions de détermination et de paiement des honoraires.

Ce groupe de travail formulera des recommandations en vue de :

la rédaction de ces conventions, notamment en élaborant une convention type facultative ;

la diffusion d'une information adaptée aux consommateurs des prestations, aussi bien avant la conclusion des conventions que pendant l'exécution des prestations et leur achèvement.

Le groupe rendra ses conclusions au cours du second semestre 2000.

1.3.2.5. Produits cosmétiques

L'article 7 de la loi n° 98-535 du 1^{er} juillet 1998 (*Journal officiel* du 2 juillet 1998) relative au renforcement de la veille sanitaire et du contrôle de la sécurité sanitaire des produits destinés à l'homme a transposé en droit interne la directive 93/35/CEE du Conseil du 14 juin 1993 concernant le rapprochement des législations des Etats membres relatives aux produits cosmétiques et modifié les articles L. 658-1 à L. 658-9 du code de la santé publique relatifs aux produits cosmétiques.

Ces nouvelles dispositions législatives suppriment la notion de « produits d'hygiène corporelle » ainsi que la notion d'importation intra-communautaire, conformément au principe du marché unique : il n'est plus obligatoire d'avoir un établissement d'importation en France lorsque les produits sont fabriqués dans un autre pays de la Communauté européenne et le dossier d'information sur les produits peut être détenu dans n'importe quel pays de la Communauté.

Le CNC a donc examiné (selon la procédure de consultation écrite) un projet de décret ayant pour objet d'achever la transposition en droit interne de la directive précitée et de transposer la directive 95/17/CE de la Commission du 19 juin 1995 en ce qui concerne la non-inscription d'un ou plusieurs ingrédients sur la liste prévue pour l'étiquetage des produits cosmétiques.

Le CNC a été plus particulièrement consulté sur la section V du projet de texte, qui fixe les règles relatives à l'étiquetage des produits cosmétiques.

Ce projet de texte introduit des dispositions nouvelles qui constituent des garanties en termes de santé publique. La principale nouveauté concerne l'obligation de faire figurer, sur les produits, la liste des ingrédients.

Ceux-ci doivent apparaître sur l'emballage et/ou le conditionnement par ordre décroissant et selon une nomenclature établie par les instances communautaires. Ainsi, à la seule lecture de l'étiquette, le consommateur pourra déceler, en amont, tout risque potentiel d'allergie et éviter l'utilisation du produit, et, en aval, le médecin pourra détecter plus facilement la cause d'une éventuelle allergie ou intoxication pour mettre en œuvre plus rapidement un traitement approprié.

Toutefois, pour des raisons de confidentialité commerciale, les ministres chargés de la consommation et de l'industrie peuvent, sous certaines conditions, autoriser le fabricant à déroger à cette règle et remplacer le nom d'un ou plusieurs ingrédients par un numéro. Cette dérogation est notamment conditionnée par l'absence de risque pour le consommateur et, de ce fait, doit être soumise à l'avis de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS).

Le décret n° 2000-569 du 23 juin 2000 relatif aux produits cosmétiques et modifiant le code de la santé publique (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat) a été publié au *Journal officiel* du 27 juin 2000.

1.3.2.6. Prestations de dépannage, de réparation et d'entretien

L'arrêté du 2 mars 1990 a pour objet de protéger les consommateurs faisant appel à une entreprise de dépannage, en précisant notamment les informations qui doivent être portées à leur connaissance avant l'exécution des travaux.

Or, le champ de dépannage à domicile s'est élargi avec la diversification des équipements pouvant

être installés chez les particuliers : de nombreux ménages disposent désormais d'un micro-ordinateur ; l'installation de systèmes d'alarmes et la pose d'antennes paraboliques ont également suscité une offre qui n'est pas toujours assortie d'informations précises sur le prix de l'intervention.

Par ailleurs, certains de ces équipements étaient susceptibles de susciter de multiples interventions, compte tenu du passage à l'an 2000.

C'est pourquoi, eu égard à la nécessité d'assurer au plus tôt une protection minimale du consommateur vis-à-vis des propositions de diagnostic en matière informatique, il est apparu opportun de compléter l'arrêté du 2 mars 1990 de manière à prévenir les contentieux qui pourraient naître de l'intervention de prestataires indélicats.

L'arrêté modifiant l'arrêté relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager, soumis à la consultation écrite du CNC conformément à l'article 1.3 du règlement intérieur du Conseil, a été publiée au *Journal officiel* du 4 août 1999.

1.3.2.7. Prix de vente à l'unité de mesure

La directive européenne 98/6 du 16 février 1998 sur la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits qui leur sont offerts à la vente a été transposée en droit français par un arrêté du 16 novembre 1999 (*Journal officiel* du 24 novembre 1999).

Le dispositif national mis en place pour l'information du consommateur reste inchangé. Il s'agit de l'arrêté du 3 décembre 1987 sur l'information du consommateur sur les prix.

En revanche, l'information sur le prix à l'unité de mesure de certains produits préemballés (arrêté du 10 novembre 1982) ne répondait pas exactement aux exigences de la directive.

Un groupe de travail du CNC a donc étudié les points de divergence et de convergence entre la directive et l'arrêté du 10 novembre 1982. Entre ce dernier et le nouvel arrêté du 16 octobre 1999, seule la liste figurant en annexe diffère. La liste positive des produits soumis à l'obligation d'affichage du prix à l'unité de mesure a donc été actualisée afin de tenir compte de l'évolution de la consommation.

Ainsi :

Sur la liste des denrées alimentaires préemballées :

sont supprimés : les produits de pâtisserie, les glaces vendues à l'unité, les petites confiseries, les canettes et les petites bouteilles d'eau vendues à l'unité. Le CNC a, en effet, estimé que pour ces produits, le prix à l'unité de mesure n'apportait pas au consommateur une information pertinente ;

sont ajoutés : certains produits dont les ventes se sont développées récemment, comme les substituts de sucre, les produits spécifiques pour sportifs, les apéritifs sans alcool et les nouvelles boissons alcoolisées ;

en outre, la rubrique « aliments pour chiens et chats » est étendue aux « animaux domestiques ».

Sur la liste des denrées non alimentaires préemballées :

la rubrique « produits d'hygiène et de beauté » devient « produits d'hygiène et de beauté de consommation courante », ce qui exclut les parfums et crèmes dits « de luxe ». Cette rubrique inclura les lotions dentaires et les produits pour la douche ;

la rubrique « produits de lavage » comprend désormais toutes les formes de produits à laver et d'assouplissants textiles ainsi que les produits régénérants pour lave-vaisselle ;

une nouvelle rubrique « produits divers » ajoute à la liste les produits d'entretien pour l'automobile, les produits de jardinage et les produits de bricolage.

1.4. Les techniques nouvelles dans l'alimentation

1.4.1. Méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables

Lors de l'examen de son programme de travail pour 1998 (séance plénière du 4 décembre 1997), le CNC a retenu le thème de l'information du consommateur sur les méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables comme nouveau thème de travail du CNC pour 1998.

Le choix de ce sujet fait suite à l'avis du CNC sur la traçabilité des viandes ovines et l'information

des consommateurs (avis du 4 décembre 1997 ; *BOCCRF* du 19 décembre 1997) qui proposait la mise en place d'un groupe de travail pour définir les modes de conservation des viandes (bovins, ovins), et pour recommander les précautions d'utilisation à prendre en fonction du traitement affecté au produit. En effet, il existe aujourd'hui, sur le marché, des viandes dont la durée de vie est considérablement allongée et peut atteindre plusieurs mois. Ces allongements de la durée de vie des viandes sont dus à l'utilisation de systèmes de conditionnement sous atmosphère protectrice.

Dans sa délibération du 4 décembre 1997, le CNC a décidé d'étendre la proposition figurant dans l'avis à l'ensemble des denrées alimentaires périssables.

En conséquence, il a été donné mandat au groupe permanent du CNC « agroalimentaire et nutrition » d'examiner la question des modes de conservation des denrées périssables, en organisant ses travaux, par secteur alimentaire, et en commençant par la viande.

Il lui revenait notamment :

- de décrire les différents modes de conservation des viandes, notamment sous atmosphère protectrice ;

- d'apprécier l'intérêt pour le consommateur, tant sur le plan organoleptique et nutritionnel qu'hygiénique, de ces nouveaux modes de conservation ;

- de proposer, le cas échéant, des recommandations nécessaires au consommateur pour utiliser correctement les produits ainsi conservés.

Le CNC a rendu un avis en séance plénière du 21 décembre 1999 (*Journal officiel* du 25 juillet 2000).

Les inquiétudes suscitées chez les consommateurs par l'offre de viande présentée « sous atmosphère protectrice » ont été largement apaisées grâce aux informations fournies par les experts au sein du groupe de travail. L'allongement de la durée de conservation, en particulier, que permettent ces nouvelles méthodes, ne semble pas, d'après les analyses présentées, modifier significativement les qualités microbiologiques et organoleptiques des viandes.

Par ailleurs, lorsque la réglementation est respectée par les professionnels, l'utilisation finale des viandes est identique à celle des produits non conditionnés.

Il apparaît, enfin, que la réponse aux questions posées dépend plus d'une meilleure diffusion de l'information que de l'accroissement d'une réglementation, qui semble suffisante. C'est pourquoi, le CNC préconise une communication plus large auprès des consommateurs sur l'usage de ces viandes et sur les règles de leur conservation.

2. Suivi des avis du CNC

2.1. Information sur la viande bovine

Le CNC a rendu un avis sur l'étiquetage de la viande bovine, le 7 octobre 1996 (*BOCCRF* du 22 octobre 1996), et un arrêté du 18 février 1997 a décidé d'étendre les dispositions d'un accord interprofessionnel, qui reprend l'avis du CNC : les consommateurs sont désormais informés sur l'origine de la viande bovine, la catégorie et le type racial de l'animal.

La DGCCRF a enquêté sur l'application de l'accord interprofessionnel au cours des deux premières semaines d'application de cet accord (entré en vigueur à partir du 1^{er} octobre 1997). Dans les grandes et moyennes surfaces, 75 % des magasins étiquettent la viande. Dans les boucheries traditionnelles, l'étiquetage informatif est mis en place dans plus de la moitié des magasins. Dans les ateliers de découpe, l'accord est, en général, appliqué. Au total, les chiffres montrent une bonne application de l'accord, si l'on tient compte du fait que l'enquête s'est déroulée dans les premières semaines de l'application de l'accord.

Les travaux du CNC ont permis de faire avancer la réglementation à Bruxelles. Un règlement relatif à l'étiquetage de la viande bovine a été adopté par le Conseil de l'Union européenne le 21 avril 1997 (règlement n° 820/97 ; *JOCE* du 7 mai 1997). Il fixait au 1^{er} janvier 2000 l'étiquetage obligatoire de l'origine de la viande bovine dans l'ensemble de la Communauté, mais permettait aux Etats membres d'imposer, dès avant le 1^{er} janvier 2000, un système d'étiquetage obligatoire pour la viande bovine provenant d'animaux nés, engraisés et abattus sur leur territoire. Ces objectifs ont été néanmoins reconsidérés par les instances européennes. En effet, au terme des propositions de règlement du Parlement européen et du Conseil européen n° 99/204 et n° 99/205 adoptées le

13 octobre 1999, l'étiquetage des viandes n'entrera pleinement en vigueur que le 1^{er} janvier 2003 et non le 1^{er} janvier 2000.

En France, un nouvel accord interprofessionnel est intervenu le 17 février 1998, tenant compte à la fois des observations de l'Union européenne et de l'expérience acquise durant l'année 1997. Cet accord a été étendu jusqu'au 31 décembre 1999 par arrêté du 19 octobre 1998 (*JO* du 21 octobre 1998). Concernant les viandes non françaises, les indications d'origine sont laissées à l'initiative des professionnels, conformément au règlement communautaire précité.

2.2. Les courses de taxi et leur tarification

Le CNC a adopté un avis le 7 octobre 1996 (*BOCCRF* du 6 novembre 1996).

L'avis a présenté une série de mesures destinées à améliorer la qualité des prestations des taxis et la transparence des prix (affichage au compteur de l'ensemble des suppléments avec leur mention sur un ticket détaillé délivré systématiquement au client, facturation des courses d'approche au tarif le plus bas quelle que soit l'heure de la journée, suppression des suppléments pour prise en charge dans les gares et suppression du supplément pour les deux premiers bagages...).

2.3. Information sur les prix et services offerts par les masseurs-kinésithérapeutes-rééducateurs

Les masseurs-kinésithérapeutes ont été les premiers, dans le secteur médical, à devoir informer leurs patients des tarifs qu'ils pratiquent.

Un avis rendu le 19 septembre 1995 (*BOCCRF* du 15 décembre 1995) par le CNC demandait l'adoption d'un arrêté pris en application de l'article L. 113-3 du code de la consommation, comportant à la fois des obligations d'affichage et de remise de devis. L'arrêté, signé le 27 novembre 1995 et publié au *Journal officiel* du 1^{er} décembre 1995, a ainsi rendu obligatoire l'affichage, dans les salles d'attente, de la situation conventionnelle, du prix d'au moins six prestations non remboursables les plus couramment pratiquées, ainsi que la remise d'un devis détaillé préalable pour toute prestation d'un montant supérieur à 1 000 F.

Une première enquête réalisée en 1996 par la DGCCRF avait révélé que si un peu plus d'un tiers des professionnels concernés respectaient totalement les dispositions réglementaires, plus de la moitié les ignoraient totalement, le reste procédant à un affichage incomplet.

Une nouvelle série de contrôles, précédée d'actions d'information systématiques au plan local, a été réalisée au cours du second semestre 1999 auprès de 600 professionnels. L'enquête montre une légère amélioration de la situation par rapport à celle constatée en 1996 : 53 % des praticiens affichent correctement leurs tarifs, 19 % de manière partielle, mais 28 % ignorent encore totalement la réglementation. Dix-neuf procès-verbaux et 170 rappels de réglementation ont été établis. Les syndicats professionnels ont été, de nouveau, sensibilisés à la nécessité d'inviter leurs adhérents à respecter cette réglementation qui demeure, près de quatre ans après sa publication, trop largement ignorée.

Pour ce qui concerne la remise d'un devis, l'enquête a démontré que le nombre des actes dispensés non pris en charge par la sécurité sociale était infime. Lorsqu'il en existe, ils sont généralement d'un coût inférieur à 1 000 F. Cette obligation trouve donc peu matière à application pratique.

2.4. Médecine d'urgence ambulatoire

Le CNC a adopté deux avis sur la médecine d'urgence ambulatoire : l'un le 28 novembre 1995 (avis sur la médecine d'urgence ambulatoire ; *BOCCRF* du 28 décembre 1995) proposant plusieurs mesures relatives à l'information des usagers et à la qualité des services rendus ; l'autre le 11 juin 1996 (*BOCCRF* du 27 juillet 1996) portant notamment sur l'amélioration de la formation des praticiens à l'intervention médicale d'urgence.

Pour l'information des consommateurs, un arrêté a été publié au *Journal officiel* du 1^{er} août 1996 (arrêté du 25 juillet 1996 relatif à l'information du consommateur sur l'organisation des urgences

médicales). Cet arrêté devait entrer en vigueur le 1^{er} février 1997, conformément à la décision du conseil.

Pour la qualité des services, la DGCCRF étudie en liaison avec l'AFNOR les modalités de l'étude de faisabilité de la certification, demandée par le conseil.

De son côté le Conseil national de l'ordre des médecins s'est déjà engagé à ce qu'il n'y ait plus de téléphone muet.

Une première enquête réalisée en 1998 a montré des résultats très inégaux. Globalement, les médecins respectent l'obligation d'affichage dans les salles d'attente dans un cas sur deux, environ. La mention sur les ordonnances est un peu moins bien respectée mais ce chiffre, plus médiocre, peut s'expliquer par le souci d'écouler d'anciens modèles d'ordonnance.

Une nouvelle action de sensibilisation des médecins sur l'obligation de respecter l'arrêté du 25 juillet 1996 a donc été engagée en 1999.

2.5. Optique médicale

L'avis du CNC rendu lors de la séance plénière du 19 mars 1996 (*BOCCRF* du 23 avril 1996) demandait la mise en œuvre d'un protocole d'accord entre les consommateurs et les opticiens portant sur l'identification de l'intervenant, l'information du client, en particulier par un devis, et le service après-vente.

L'arrêté relatif à l'information du consommateur sur les produits d'optique médicale du 23 juillet 1996 (*Journal officiel* du 20 août 1996, modifié par l'arrêté du 20 mai 1997 relatif à l'information du consommateur sur les produits d'optique médicale) prévoit la remise d'un devis au consommateur par l'opticien, préalablement à la conclusion de la vente. Ce devis doit comporter plusieurs rubriques permettant au consommateur de connaître précisément les caractéristiques du produit et son prix, qu'il s'agisse des lunettes et des lentilles de contact. Les conditions du service après-vente doivent également être précisées.

Des contrôles sur l'application de cet arrêté ont eu lieu en 1997 et en 1998. Ils montrent que, malgré une nette amélioration de la situation en 1998 - les professionnels qui avaient fait l'objet d'avertissements en 1997 remplissent désormais leur obligation -, une forte minorité d'opticiens (38 %) n'applique pas encore cette réglementation, qu'ils omettent de délivrer le devis préalable ou qu'ils n'en conservent pas le double.

2.6. Information dans le secteur de l'esthétique médico-chirurgicale

Le Conseil national de la consommation a rendu un avis au cours de la séance plénière du 7 octobre 1996 (*BOCCRF* du 6 novembre 1996).

L'avis retenait principalement la proposition d'améliorer fortement l'information du consommateur. Pour cela, il proposait l'adoption d'un arrêté pris en application de l'article L. 113-3 du code de la consommation rendant obligatoire la remise d'un devis. Le projet d'arrêté avait été examiné lors de la même séance du conseil.

L'arrêté, signé le 17 octobre 1996, a été publié au *Journal officiel* du 29 octobre 1996.

Une enquête a été effectuée au cours de l'année 1997 pour vérifier le respect des dispositions de cet arrêté, dans 11 départements et auprès de 59 praticiens. Elle a permis de constater que le principe de remise d'un devis était très largement respecté et aucun procès-verbal n'a été dressé à ce titre. Des rappels de réglementation ont néanmoins été effectués, les devis étant parfois incomplets. Ont été constatées des omissions fréquentes, portant sur les mentions manuscrites apposées par le consommateur et qui permettent de vérifier le respect du délai de réflexion séparant la remise du devis de la réalisation de la prestation. La disposition relative au délai de réflexion (article 2-9, 3^e alinéa, de l'arrêté du 17 octobre 1996) a été annulée par le Conseil d'Etat le 1^{er} avril 1998.

2.7. Prix des prestations funéraires

Dans le secteur funéraire, le consommateur doit être d'autant mieux informé que, confronté à la

perte d'un être cher, il est rarement en état psychologique de rechercher l'information et de faire jouer la concurrence.

Le CNC a examiné, au cours d'une séance de travail, un projet d'arrêté relatif à l'information du consommateur sur les prix des prestations funéraires. Cet arrêté, signé le 11 janvier 1999, a été publié au *Journal officiel* du 20 janvier 1999. Il complète les dispositions du décret n° 95-653 du 9 mai 1995 relatif au règlement national des pompes funèbres.

Dans un souci de transparence et de bonne information, ce texte prévoit l'obligation pour les professionnels de mettre à la disposition de la clientèle une documentation générale qui précise l'identité et la forme juridique de l'entreprise, les prestations obligatoires que le client devra payer et celles qui ont un caractère facultatif, les prix et conditions de vente de chaque prestation et fourniture. Cette disposition évitera que les entreprises regroupent prestations et fournitures sous un prix global sans que le consommateur puisse connaître le prix de chaque élément avant la signature du devis.

Le devis est obligatoire, gratuit, écrit et détaillé. Des dispositions ont été introduites concernant le bon de commande. Ce dernier doit être conforme au devis accepté par la famille. Toute modification du bon de commande ayant une incidence sur le prix exige rectification du devis détenu par le client ou fait l'objet d'un nouveau devis.

De même, l'article 3 de l'arrêté prévoit des dispositions en matière d'étiquetage des cercueils, qui doit préciser les matériaux dont ils sont composés, le prix total du produit, le prix de la prestation obligatoire ainsi que la liste des accessoires facultatifs compris dans le prix total.

Après un an d'application du nouveau texte, et à la lumière des questions posées tant par les services déconcentrés de la DGCCRF que par les syndicats professionnels ou les entreprises du secteur concernant les modalités d'application de l'arrêté du 11 janvier 1999, une note d'information n° 1999-216 a été élaborée le 30 novembre 1999 par la DGCCRF, fournissant toute précision sur les différents points traités par l'arrêté en cause.

A N N E X E I RAPPORTS ET AVIS DU CNC PUBLIÉS EN 1999

1. Avis et rapport du Conseil national de la consommation sur le dépannage à domicile.
2. Avis et rapport du Conseil national de la consommation relatif aux prothèses auditives.
3. Avis du Conseil national de la consommation concernant la conversion en euros des seuils du code de la consommation applicables au plus tard au 1^{er} janvier 2002.
4. Avis et rapport du Conseil national de la consommation sur les méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables : les viandes.

Synthèse des travaux du groupe de liaison du conseil national de la consommation sur les méthodes de conservation concernant « les consommateurs et le bogue de l'an 2000 » (*).

(*). Ces travaux ont été présentés aux membres du conseil lors de la séance plénière du CNC du 29 juin 1999.

Avis du Conseil national de la consommation sur le dépannage à domicile NOR : *ECOC9910106V*

Dans le cadre du mandat approuvé par le bureau du Conseil national de la consommation dans sa séance du 8 avril 1997, il a été constitué un groupe de travail relatif au dépannage à domicile.

Ce groupe de travail a recherché les moyens qui pourraient être mis en œuvre pour améliorer la situation actuelle, caractérisée par certaines pratiques de quelques entreprises nuisibles aux consommateurs et préjudiciables à la majorité des professionnels du secteur.

Ces moyens visent, notamment, à :

- renforcer la possibilité pour le consommateur de reconnaître les prestataires qualifiés afin de pouvoir faire jouer la concurrence dans les meilleures conditions possibles ;
- améliorer la réglementation existante et son application afin de faire cesser les pratiques abusives, sanctionner rapidement les infractions constatées et assurer la réparation des préjudices

subis.

Certaines propositions ont été débattues par le groupe de travail du CNC sans aboutir à un avis convergent des collègues des consommateurs et des professionnels, notamment :

la suppression de l'obligation d'information sur le prix horaire de main-d'œuvre et sur les frais de déplacement dans toute publicité :

le relèvement du seuil de 1 000 F imposant la remise d'un devis ;

la modification des règles relatives à la remise d'un ordre de réparation en cas d'urgence absolue ;

la mention de l'adresse commerciale principale ;

l'interdiction des publicités sur les établissements secondaires.

Ces points sont développés dans le rapport qui a précédé le présent avis.

Toutefois, le CNC s'est prononcé favorablement sur les solutions qui suivent.

I. - RENFORCER LA POSSIBILITÉ DE RECONNAISSANCE DES PRESTATAIRES QUALIFIÉS

1. Développer les différents signes de qualité et renforcer la communication sur ces derniers

Le CNC approuve le développement des signes de qualité et en particulier de la certification des services dans la mesure où ils permettent d'identifier les entreprises qui répondent le mieux aux attentes des consommateurs tout en assainissant le marché. Ce développement devrait recueillir le soutien des pouvoirs publics, notamment dans le cadre d'actions d'information et de formations réalisées par les organisations de consommateurs et d'actions de communications menées aux côtés des professionnels (cf. avis du 19 mars 1996 sur les signes de qualité publié au *BOCCRF* du 23 avril 1996 repris dans le *BOCCRF* du 12 juillet 1997 : rapport d'activité du CNC).

En toute hypothèse, le CNC rappelle la nécessité de lutter contre les indications abusives relatives à la qualité pouvant induire les consommateurs en erreur.

2. Renforcer la qualification professionnelle du personnel

Même s'il constitue une avancée significative, le dispositif de qualification professionnelle mis en œuvre par l'article 16 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996, est considéré comme insuffisant, notamment pour les activités les plus susceptibles de mettre en danger la sécurité des personnes et des biens (installations électriques, électroniques et gazières) pour lesquelles une expérience professionnelle ou une qualification de niveau IV (type brevet professionnel) pourrait être exigée.

Il conviendrait, en outre, de distinguer selon qu'il s'agit de la formation des responsables (niveau IV) et de la formation des employés débutants (niveau V : BEP ou CAP).

Le CNC est, en outre, favorable au développement de la formation continue principalement assurée par les professionnels du dépannage et non par les fabricants de matériels, étant entendu que ces derniers conservent la possibilité de fournir aux professionnels les informations techniques ou les formations complémentaires appropriées.

3. Améliorer les règles de parution dans les annuaires imprimés et électroniques en vue de limiter les utilisations abusives de ceux-ci par les professionnels indécents

Le CNC prend acte des améliorations non négligeables apportées par France Télécom et son régisseur, en ce qui concerne la gestion des inscriptions, et se félicite notamment de la mise en œuvre des nouvelles règles contractuelles de parution visant à renforcer le contrôle *a priori* par France Télécom sur les dénominations lui permettant un contrôle *a posteriori*.

Il entérine la suggestion de France Telecom de présenter un bilan d'application des nouvelles règles, et notamment des éventuels contentieux qu'elles pourraient avoir générés et se prononce pour la mise en place de concertations bilatérales au plan départemental, notamment au sein des comités départementaux de la consommation.

Il souhaite que les autres opérateurs respectent les mêmes règles et préconise que l'ART (Autorité de régulation des télécommunications) ou une instance adaptée veille à ce qu'il en soit ainsi.

Enfin, il est favorable à la mise en œuvre pour l'annuaire électronique d'un affichage dans l'ordre

alphabétique à partir d'une lettre choisie de façon aléatoire à chaque consultation, ce qui évite de recourir à des artifices pour occuper les premières pages.

4. Interdire les publicités pour des sociétés dont la constitution n'est pas achevée (RCS ou RM en cours)

Le CNC estime souhaitable de mettre fin à des abus et à des tromperies en posant comme objectif la disparition de la pratique de l'« *immatriculation en cours* ».

Ainsi, il estime que des dispositions analogues aux mesures réglementaires de juillet 1998 concernant l'organisation et le fonctionnement du registre du commerce et des sociétés permettant l'attribution rapide d'une immatriculation définitive devraient être prises pour les inscriptions au répertoire des métiers, y compris au travers des centres de formalités des entreprises.

5. S'assurer de l'activité réelle de l'entreprise ou, au contraire, veiller à la radiation de celle-ci et à la cessation d'activités des radiés

Le CNC prend acte des nouvelles dispositions réglementaires concernant l'organisation et le fonctionnement du registre du commerce et des sociétés (cf. articles 40 et 44-2 du décret n° 98-550 du 2 juillet 1998).

Il préconise que les constats d'activité régulière ou de cessation d'activité soient établis par les agents de la DGCCRF sur leur initiative ou, à la demande d'une organisation de consommateur, d'un syndicat professionnel, ou d'une entreprise de la même profession s'estimant victime de concurrence déloyale.

En outre, il considère que la poursuite d'activité par une entreprise radiée doit être effectivement sanctionnée.

6. Relever le niveau des sanctions encourues par une entreprise en cas de publicité ne mentionnant pas l'immatriculation au RM ou au RCS et son numéro unique d'identification

Le CNC prend acte des dispositions de l'arrêté du 9 février 1988, tel que modifié par l'arrêté du 2 juillet 1998, aux termes desquelles le greffier du tribunal de commerce rappelle cette obligation aux professionnels concernés.

Le CNC, bien que favorable à un relèvement du niveau des sanctions, estime qu'il serait préférable de faire réellement application de ces dispositions et de multiplier les constatations d'infraction.

Il demande que les agents de la DGCCRF soient habilités à constater de telles infractions dès lors que les publicités émises sont à destination des consommateurs.

7. Créer un mécanisme de centralisation et de traitement des plaintes des consommateurs au niveau départemental

Le CNC considère qu'un tel mécanisme n'est pas nécessaire, dans la mesure où les dérives s'observent essentiellement à Paris et en région parisienne. En revanche, il préconise que si, dans les autres régions, des problèmes sont constatés dans ce secteur ceux-ci devraient être portés à la connaissance des membres des comités départementaux de la consommation.

Il souhaite également que des rencontres avec les parquets soient instaurées localement, conformément aux préconisations de la circulaire de la chancellerie du 10 janvier 1997 (Crim-97 2/g 3/10 janvier 1997).

II. - AMÉLIORER LA RÉGLEMENTATION ET SON APPLICATION

1. Déjouer la pratique de l'utilisation abusive des marques

Les marques commerciales des fabricants sont souvent utilisées abusivement comme des « appâts ». Afin de déjouer cette pratique, il est proposé de :

limiter dans tous les cas l'usage des graphismes, sigles et logos des marques aux fabricants, à leurs filiales et aux entreprises autorisées à les utiliser ;

fixer des règles typographiques levant toute ambiguïté entre nom du dépanneur, réparateur (ou

revendeur) et la (les) marque(s) ;

dans les annuaires, notamment papier et électroniques, réserver au fabricant concerné ou aux entreprises autorisées le classement alphabétique à la marque et au nom du fabricant ;

procéder à l'inscription des dépanneurs sous leur nom et en interdire la recherche par la marque sur l'annuaire électronique.

Le CNC est cependant favorable à la présentation de justificatifs tels qu'une autorisation délivrée par le titulaire de la marque aux entreprises qui en a l'usage licite.

2. Modifier le champ d'application de l'arrêté du 2 mars 1990

Le CNC n'y est pas favorable mais souhaite que l'administration apporte par circulaire des précisions sur la nature des opérations de dépannage, réparation et entretien.

3. Sensibiliser les directions du travail et de l'emploi : contrôles plus stricts de l'emploi afin de diminuer le travail non déclaré

Le CNC considère qu'il appartient au ministère en charge du dossier de sensibiliser ses services sur ce point afin de veiller à l'application des lois et d'opérer les contrôles nécessaires dans le secteur du dépannage à domicile.

4. Veiller au respect effectif des obligations de qualification

Le CNC souhaite qu'à l'occasion de plaintes les agents de la DGCCRF s'assurent auprès du réparateur qu'il peut justifier du respect des règles de qualification posées par l'article 16 de la loi Raffarin.

5. Lutter contre le recours à « des hommes de paille » et/ou à la domiciliation fictive et se donner les moyens de remonter jusqu'aux dirigeants responsables

Le CNC est favorable et souhaite :

la création d'un outil juridique pour lequel la chancellerie devrait faire des propositions ;
des services d'enquêtes dûment habilités pour rechercher de telles pratiques.

Le CNC souhaite en outre un renforcement du contrôle exercé par les CFE (Centre de formalités des entreprises) lors de l'inscription d'établissements secondaires.

6. Mettre en place un arsenal juridique adapté complétant le code de la consommation

Le CNC demande que l'introduction d'un délit d'escroquerie à la consommation soit concrétisée à bref délai, sous réserve toutefois que ce délit soit très strictement défini afin d'éviter toute dérive (cf. avis concernant les anarques de la consommation adopté le 18 juillet 1997 : *BOCCRF* du 30 août 1997, pages 624 et suivantes).

Il forme également le vœu que des contrôles puissent être effectués rapidement à l'encontre des professionnels responsables des pratiques dénoncées, sur plainte des consommateurs ou de la profession et que la répression soit plus effective. A cet effet, les Parquets devraient être effectivement sensibilisés aux arnaques relatives au dépannage à domicile, ainsi que cela est déjà prévu par une circulaire de la chancellerie en date du 10 janvier 1997.

Enfin, il souhaite que les décisions de condamnation puissent faire l'objet de mesures de diffusion telles que affichage et/ou publication dans la presse « grand public », notamment régionale.

Les membres du Conseil national de la consommation, réunis en séance plénière le 24 mars 1999, ont adopté l'avis à l'unanimité des deux collèges.

SOMMAIRE

1. La réglementation applicable.

1.1. L'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager.

1.2. Les autres dispositions applicables.

2. La problématique du secteur du dépannage à domicile : types de litiges et de pratiques déloyales recensés.
3. Les solutions envisagées par le groupe de travail.
 - 3.1. Renforcer la possibilité de reconnaissance des prestataires qualifiés.
 - 3.1.1. Mieux employer les différents signes de qualité.
 - 3.1.1.1. Développer les différents signes de qualité dans ce secteur et plus spécialement la certification des services.
 - 3.1.1.1.1. Ne pas négliger les contrats pour l'amélioration de la qualité dits contrats « Approuvé ».
 - 3.1.1.1.2. Recourir plus largement à la certification de services.

Cette procédure - distincte de la certification d'entreprise - est définie par la loi du 3 juin 1994 et le décret du 30 mars 1995, intégrés respectivement aux articles L. 115-27 et suivants et R. 115-1 et suivants du code de la consommation.
 - 3.1.1.1.3. Faire connaître la compétence et la qualification des entreprises.
 - 3.1.1.2. Renforcer la communication sur les signes de qualité existants.
 - 3.1.2. Valoriser la qualification professionnelle du personnel.
 - 3.1.3. Obtenir le concours actif de France Télécom et des autres opérateurs de télécommunications.
 - 3.1.3.1. Renforcer le contrôle des informations figurant dans les annuaires pages jaunes et annuaires électroniques.
 - 3.1.3.2. Et dans les annuaires des autres opérateurs de télécommunications.
 - 3.1.3.3. Pour envisager une inscription tournante dans l'annuaire électronique.
 - 3.1.3.4. Pour une éventuelle indication obligatoire du transfert d'appel dans certains cas.
 - 3.1.4. Mieux utiliser les registres d'identification des entreprises constitués auprès des organismes consulaires.
 - 3.1.4.1. Interdire les publicités pour des sociétés dont la constitution n'est pas achevée (RCS ou RM en cours).
 - 3.1.4.2. S'assurer de la réalité de l'activité de l'entreprise ou, au contraire, veiller à la radiation de celle-ci et la cessation d'activité des radiées.
 - 3.1.4.3. Radier l'entreprise de dépannage à domicile si, à la suite de l'envoi par deux fois d'un questionnaire, ladite entreprise n'a pas répondu en confirmant son activité.
 - 3.1.4.4. Relever le niveau des sanctions encourues par une entreprise en cas de publicité ne mentionnant pas l'immatriculation au RM ou au RCS et son numéro unique d'identification.
 - 3.1.5. Centraliser des services d'assistance.
 - 3.1.5.1. Mettre en place une ligne téléphonique d'accueil permanent.
 - 3.1.5.2. Promouvoir des plates-formes d'intervention (regroupement des différents métiers).
 - 3.1.6. Régler plus efficacement les litiges.
 - 3.1.6.1. Centraliser les plaintes des consommateurs au niveau départemental.
 - 3.1.6.2. Institutionnaliser une concertation professionnels-consommateurs-France Télécom.
 - 3.1.6.3. Identifier auprès de France Télécom un interlocuteur spécifique dans ses services sur les problèmes du dépannage à domicile pour chaque département.
 - 3.1.6.4. Mettre en place une procédure de médiation.
 - 3.2. Améliorer la réglementation et son application.
 - 3.2.1. Améliorer la réglementation de l'activité de dépannage à domicile.
 - 3.2.1.1. Soumettre la création d'une telle entreprise à un agrément préfectoral.
 - 3.2.1.2. Lutter contre l'utilisation abusive des marques.
 - 3.2.1.3. Ne pas distinguer le secteur de l'électroménager.
 - 3.2.2. Modifier l'arrêté du 2 mars 1990 pour en faciliter l'application.
 - 3.2.2.1. Etendre le champ d'application de l'arrêté à des activités aujourd'hui non concernées.
 - 3.2.2.2. Redéfinir les obligations d'information du consommateur.
 - 3.2.2.3. Mieux informer sur l'adresse commerciale principale et les établissements secondaires.
 - 3.2.2.4. Faire évoluer les modalités de remise des pièces détachées.
 - 3.2.3. Rechercher une meilleure application de la réglementation.
 - 3.2.3.1. Sensibiliser les directions du travail et de l'emploi à la nécessité de contrôler plus strictement le travail non déclaré.
 - 3.2.3.2. Veiller au respect effectif des obligations de qualification.
 - 3.2.3.3. Créer un outil juridique permettant de sanctionner les entreprises ayant recours aux hommes

de paille et/ou à la domiciliation fictive afin de pouvoir remonter jusqu'aux dirigeants responsables.

3.2.3.4. Renforcer l'outil juridique sanctionnant les pratiques abusives et veiller à sa mise en œuvre rapide.

3.2.3.5. Appliquer plus largement le délit d'abus de faiblesse, notamment en matière de dépannage à domicile.

3.2.3.6. Sensibiliser les parquets aux litiges relatifs au dépannage à domicile, de manière à ce que les sanctions soient plus dissuasives.

**Rapport du Conseil national de la consommation
sur le dépannage à domicile**
NOR : *ECOC9910107X*

Rapporteur Mme Juliot (UFCS), pour le collège des « consommateurs et usagers », M. Frybourg (CGPME), pour le collège des « professionnels »

*Rappel du mandat (approuvé par le bureau du CNC
dans sa séance du 8 avril 1997)*

Dans les grandes villes, le dépannage rapide multiservices s'est développé depuis 1965. A l'heure actuelle, il existerait 300 entreprises employant 6 000 personnes. Ces entreprises sont essentiellement tournées vers une clientèle de particuliers et interviennent dans les secteurs suivants : chauffage, électroménager, télévision, hi-fi, vidéo, plomberie, serrurerie, vitrerie, menuiserie...

L'intérêt de ce type de prestation de services est de répondre à la demande des clients dans des délais courts et pour faire face, le cas échéant, à des situations d'urgence (ouverture de porte, dépannage de chauffage, travaux de plomberie indispensables...). La capacité d'intervention « 24 h sur 24 » et « 7 jours sur 7 » est à ce titre souvent revendiquée par les opérateurs.

Or, l'activité d'entreprises de dépannage rapide à domicile donne lieu à de nombreuses plaintes émanant de consommateurs lésés. Les anomalies portent sur le non-respect de l'arrêté du 2 mars 1990 (établissement d'un devis détaillé, remise d'une facture conforme, publicité des prix), la publicité mensongère (notamment à travers l'annonce de tarifs horaires très attractifs ou de déplacement gratuit)...

Ces comportements portent préjudice aux prestataires honnêtes qui se trouvent victimes d'une concurrence déloyale et voient la crédibilité de l'ensemble de la profession mise en cause. C'est pourquoi le bureau du CNC a demandé que le CNC soit saisi de cette question.

Le groupe de travail du CNC procédera à un recensement des types de litiges ainsi que des pratiques déloyales existant dans le secteur sur la base des renseignements détenus par les associations de consommateurs, les organisations professionnelles et l'administration.

Il recherchera les moyens qui pourraient être mis en œuvre pour améliorer la situation, notamment :

les possibilités pour le consommateur de reconnaître les prestataires qualifiés afin de pouvoir faire jouer la concurrence dans les meilleures conditions possibles ;

les mesures qui pourraient être prises pour améliorer la réglementation et son application, afin de favoriser la cessation des pratiques abusives, la sanction rapide des infractions constatées et la réparation des préjudices subis.

Le groupe fera toutes propositions utiles aux pouvoirs publics et aux professionnels eux-mêmes pour l'amélioration de ce type d'activités. »

1. La réglementation applicable

1.1. *L'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager*

L'activité des professionnels du dépannage à domicile est régie par les dispositions de l'arrêté précité aux termes duquel les entreprises sont tenues d'informer, préalablement à tous travaux, le consommateur sur le prix des prestations (pièces, main-d'œuvre, déplacement, prix des différentes

prestations forfaitaires proposées, caractère payant ou gratuit du devis...), d'établir un ordre de réparation et un devis détaillé pour toute réparation d'un montant estimé comme étant supérieur à 1 000 F (TTC) et l'établissement d'une note ou d'une facture détaillée pour tout montant supérieur ou égal à 100 F (TVA comprise).

En outre (art. 4 de l'arrêté) toute publicité permettant une commande à distance (publicité par voie d'imprimés comportant l'indication d'un numéro de téléphone) doit mentionner le nom, la raison sociale et l'adresse de l'entreprise, le numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, les frais de déplacement, le taux horaire de main-d'œuvre, le caractère payant ou non du devis.

1.2. *Les autres dispositions applicables*

Outre les dispositions évoquées ci-dessus, les professionnels du dépannage à domicile sont soumis aux obligations relevant du code de la consommation, et notamment aux règles du démarchage à domicile visées aux articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation ainsi qu'à celles de la publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur visées aux articles L. 121-1 et suivants du même code.

Les professionnels doivent également mentionner leur numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (mention RCS suivie du nom de la ville où se trouve le greffe où l'entreprise est immatriculée) et le numéro unique d'identification sur toutes les publicités, bons de commande, factures, tarifs, en application de l'article 72 du décret n° 84-406 du 30 mai 1984 relatif au registre du commerce et des sociétés, modifié par celui du 16 mai 1997 et par celui du 2 juillet 1998.

2. **La problématique du secteur du dépannage à domicile : types de litiges et de pratiques déloyales recensés**

Selon l'enquête de la DGCCRF, réalisée en 1996 en vue des travaux du CNC, ses services déconcentrés ont été saisis de 890 réclamations dans le secteur du dépannage dont 440 pour la région Ile-de-France. L'ensemble de ces réclamations a donné lieu à l'établissement de 107 procès-verbaux et 128 avertissements ou rappels de réglementation. Ils ont été généralement établis à l'encontre de professionnels qui ne respectaient pas les dispositions relatives au démarchage à domicile ou les règles de facturations ou d'établissement de devis.

Les réclamations ont porté sur des prix considérés comme abusivement élevés, des travaux mal effectués ou non terminés, un manque de compétence du professionnel. Ces litiges relèvent des juridictions de l'ordre civil. Les infractions constatées ont porté sur les conditions du démarchage à domicile, la facturation, des devis peu détaillés ou inexistantes pour des travaux d'un montant supérieur à 1 000 F.

Sur Paris et la région parisienne, la quasi-totalité des réclamations reçues portent sur des litiges avec des entreprises de dépannage rapide dont les méthodes de démarchage tendent à induire en erreur le consommateur, que ce soit sur la localisation exacte de l'entreprise, sur les prix ou la qualité des prestations.

Concernant la localisation de ces entreprises, elles apparaissent dans les annuaires téléphoniques sous différents noms, à de multiples adresses, et les numéros de téléphone communiqués sont en fait renvoyés sur un seul bureau centralisant les demandes, induisant ainsi en erreur le consommateur sur leurs implantations géographiques réelles.

Elles utilisent, à leur profit, les règles du classement alphabétique des annuaires pour apparaître le plus souvent possible et au début des listes des professionnels. Ainsi, elles choisissent des raisons sociales commençant par les premières lettres de l'alphabet et élisent domicile aux premiers numéros de rues dont les noms débutent également par les premières lettres de l'alphabet.

Concernant le prix des prestations, ces entreprises attirent les clients en affichant des taux de main-d'œuvre attractifs ou la promesse de déplacements gratuits, mais facturent les pièces échangées à des prix anormalement élevés.

Elles ont parfois également recours à la formule du forfait sans préciser les éléments de la prestation correspondante, trompant ainsi le consommateur sur son prix réel.

Les organisations de consommateurs ont fait un constat similaire à partir des dossiers traités au cours de leurs permanences. Les litiges concernent souvent des personnes fragilisées victimes de pratiques peu scrupuleuses (ex : changement d'équipements présentés comme étant hors d'usage...).

Tant l'enquête de la DGCCRF que les observations émises par les organisations de consommateurs font ressortir un mécontentement important des consommateurs face aux prestataires de services relevant du secteur du dépannage à domicile et principalement du dépannage rapide. Ceci est préjudiciable à l'image des professionnels honnêtes concernés.

C'est pourquoi le groupe de travail s'est attaché à rechercher des solutions de nature à restaurer la confiance des consommateurs et à assainir la situation, notamment en région parisienne.

3. Les solutions envisagées par le groupe de travail

Celles-ci visent à :

renforcer la possibilité pour les consommateurs de reconnaître les prestataires qualifiés afin que leurs attentes légitimes soient satisfaites et de pouvoir faire jouer la concurrence dans les meilleures conditions possibles et avec des procédures adaptées de règlement des litiges ;

améliorer la réglementation et son application afin de faire cesser les pratiques abusives, de sanctionner rapidement les infractions constatées et à assurer la réparation des préjudices subis.

3.1. Renforcer la possibilité de reconnaissance des prestataires qualifiés

3.1.1. Mieux employer les différents signes de qualité

3.1.1.1. Développer les différents signes de qualité dans ce secteur et plus spécialement la certification des services.

3.1.1.1.1. Ne pas négliger les contrats pour l'amélioration de la qualité dits contrats « Approuvé ».

Certains représentants des consommateurs ne sont pas favorables à la création de nouveaux contrats. Toutefois, ils soulignent que les contrats existants peuvent utilement servir de base de travail à la certification, plus précisément pour l'élaboration d'un référentiel.

Les représentants des professionnels, quant à eux, souhaitent le maintien d'un tel dispositif qui a fait la preuve de son utilité et de son efficacité. Ils considèrent en effet que « les prestataires de services bénéficiaires d'un contrat « Approuvé » ne peuvent pas être des entreprises dont les consommateurs auraient à se plaindre et, en l'absence d'une certification, mieux vaut un contrat approuvé que toute absence de repère ». Au surplus, c'est souvent une première étape vers la certification des services.

3.1.1.1.2. Recourir plus largement à la certification de services.

Cette procédure - distincte de la certification d'entreprise - est définie par la loi du 3 juin 1994 et le décret du 30 mars 1995, intégrés respectivement aux articles L. 115-27 et suivants et R. 115-1 et suivants du code de la consommation.

Sous réserve d'une adaptation des coûts et des procédures aux spécificités des entreprises de dépannage à domicile, généralement de dimension très modeste, le groupe de travail est, dans son ensemble, favorable à la certification des services dans la mesure où elle permet d'identifier les entreprises qui répondent le mieux aux attentes des consommateurs quant à la qualité des services tout en assainissant le marché.

A cette fin, les professionnels appellent les pouvoirs publics à mettre en place un soutien financier aux entreprises candidates à la certification de services en abondant les fonds publics concernés et en permettant aux entreprises de services d'être éligibles au Fonds régional d'aide au Conseil (FRAC) accessible jusqu'à présent aux seules PMI.

Certaines organisations de consommateurs, conscientes du coût engendré pour les entreprises, préconisent que les organismes consulaires (chambre des métiers et chambre du commerce et de l'industrie) puissent apporter une aide en ce sens à leurs membres. Conformément à l'avis du CNC sur la certification de services, les organisations de consommateurs appellent

l'attention des pouvoirs publics sur la nécessité d'assurer leur participation au processus de certification.

3.1.1.1.3. Faire connaître la compétence et la qualification des entreprises.

En outre, les professionnels, dont les artisans en général et la profession du bâtiment en particulier, considèrent qu'il ne faut pas négliger l'utilisation d'autres signes distinctifs de qualification ou de reconnaissance tels que :

l'appellation « Professionnel gaz naturel », qui est attribuée par les organisations professionnelles signataires de la convention nationale PGN à tout installateur ayant une compétence reconnue dans le domaine technique, notamment au regard de la connaissance de la réglementation et des règles de l'art, en vue d'assurer la qualité des installations de matériels et de systèmes utilisant le gaz naturel ;

l'appellation « Professionnel gaz propane », qui est décernée par les organisations professionnelles signataires de la convention nationale PGP à tout installateur ayant une compétence reconnue dans le domaine technique, notamment au regard de la connaissance de la réglementation et des règles de l'art, en vue d'assurer la qualité des installations de matériels et de systèmes utilisant le propane ;

les certificats délivrés par QUALIBAT, organisme de qualification et de certification des entreprises de bâtiment qui regroupe les principales organisations professionnelles de ce secteur (Fédération française du bâtiment [FFB]), Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment (CAPEB), les architectes, les maîtres d'ouvrage privés, différents organismes techniques et les administrations. Ils attestent officiellement des qualifications obtenues par l'entreprise, mais aussi de son niveau de certification ;

les qualifications attribuées par « QUALIFÉLEC », qui attestent le niveau de capacités techniques des entreprises de l'équipement électrique. QUALIFÉLEC est une association technique et professionnelle regroupant les organisations professionnelles de l'équipement électrique (FEDELEC, FNEE, UNA 3E-CAPEB, etc.), des donneurs d'ordres et des prescripteurs (EDF, SNCF, ordre des architectes, etc.), des organismes techniques (UTE, CONSUEL, APSAD...) et des représentants des ministères concernés.

le CIP (Certificat d'identité professionnelle) est délivré par la CAPEB aux entreprises artisanales adhérant ou non à sa structure, mais qui satisfont à certaines conditions ;

Le CIP est donc obtenu sur présentation des attestations fiscales et sociales pour lesquelles le chef d'entreprise et ses salariés sont à jour. Il produit également l'attestation d'assurance construction décennale pour l'année en cours ;

Le dossier de demande de CIP présente l'entreprise, des références de chantiers, les stages de formation et les formations continues suivis par le chef d'entreprise et les salariés. Il s'agit pour le client d'une « carte d'identité » de l'entreprise ;

la qualification « QUALISAV » est attribuée aux entreprises de maintenance et de service après-vente en chauffage gaz et fioul par une commission nationale mixte (SYNASASAV, constructeurs, fournisseurs d'énergie et pouvoirs publics) aux entreprises pouvant justifier que 100 % du personnel technique intervenant possède une formation initiale (éducation nationale, AFPA...) ou a réussi le passage de test de contrôle de connaissance et obtenu son « passeport ».

3.1.1.2. Renforcer la communication sur les signes de qualité existants.

En effet, professionnels et consommateurs s'accordent pour reconnaître que l'information et la communication sur les signes de qualité sont globalement insuffisantes. Ils rappellent l'avis rendu par le CNC sur les signes de la qualité (avis du 19 mars 1996 publié au *BOCCRF* du 12 juillet 1997) aux termes duquel le CNC recommandait aux pouvoirs publics de soutenir des actions d'information et de formation réalisées par les organisations de consommateurs et des actions de communication aux côtés des professionnels sur les signes de la qualité.

Concernant plus particulièrement la certification des services, les organisations de consommateurs suggèrent qu'une communication de type générique soit effectuée et qu'une information soit faite en direction des consommateurs sur l'existence des référentiels.

A ce propos, les professionnels et les consommateurs rappellent que les organismes certificateurs et les prestataires certifiés accomplissent déjà des actions importantes de communication. Les deux collèges souhaitent néanmoins que la certification des services fasse

l'objet :

d'un soutien actif des professionnels et des consommateurs mais aussi des pouvoirs publics ;
d'une communication beaucoup plus importante, à laquelle les organisations souhaitent pouvoir être associées.

En outre, les consommateurs font valoir que ces actions viseraient notamment à recenser les premières démarches à effectuer en cas de panne et à identifier les critères du choix des professionnels.

En toute hypothèse, le groupe de travail rappelle la nécessité de lutter contre les indications abusives relatives à la qualité pouvant induire les consommateurs en erreur. Il s'agit notamment de l'utilisation abusive de termes tels qu'« Agréé », de graphismes représentant des lauriers...

3.1.2. Valoriser la qualification professionnelle du personnel

a) La formation initiale :

Le groupe de travail reconnaît que le dispositif de qualification professionnelle mis en œuvre par l'article 16 de la loi n° 98-603 du 5 juillet 1996 dite loi Raffarin et par le décret d'application n° 98-246 du 2 avril 1998 est une avancée significative mais encore insuffisante. Ces textes prévoient que les personnes qui exercent l'une des activités concernées, soit à titre individuel, soit comme personnel d'encadrement, doivent être titulaires d'un CAP ou d'un brevet, diplômes ou titres homologués de niveau égal ou supérieur délivré pour l'exercice de l'une des activités prévues dans la liste annexée au décret. A défaut, elles doivent justifier d'une expérience professionnelle de trois années effectives en qualité de travailleur indépendant ou de salarié.

Le groupe de travail constate que la loi vise expressément les activités de dépannage à domicile dès lors qu'elle s'applique à la construction, l'entretien et la réparation des bâtiments ; la mise en place, l'entretien et la réparation des réseaux et des équipements utilisant les fluides, ainsi que des matériels et équipements destinés à l'alimentation en gaz, au chauffage des immeubles et aux installations électriques et au ramonage. De même, le décret précise que la réglementation est applicable aux métiers de gros œuvre, de second œuvre et de finition du bâtiment, aux métiers de plombier, chauffagiste, électricien, climaticien et installateur de réseaux d'eau, de gaz ou d'électricité et aux ramoneurs.

Un tel dispositif n'est pas applicable aux personnes exerçant effectivement l'activité concernée à la date de publication de la loi, en qualité de salariés ou pour leur propre compte. Elles sont réputées disposer des qualifications requises.

Toutefois, les professionnels comme les consommateurs considèrent que ce dispositif est insuffisant.

Ils estiment, en effet, que l'exigence d'une expérience de trois ans à défaut de titres n'est pas suffisante, notamment pour les activités mettant en danger la sécurité des personnes et des biens (installations électriques et gazières) pour lesquelles une qualification de niveau IV (type brevet professionnel) pourrait être exigée.

Les organisations de consommateurs souhaiteraient, en outre, distinguer selon qu'il s'agit de la formation des responsables et de la formation des employés :

pour les responsables, elles souhaiteraient aller au-delà de la loi Raffarin en demandant une expérience professionnelle plus longue ou une formation correspondant au niveau IV (brevet professionnel [BP] ou bac professionnel ou brevet de technicien des métiers...) de l'éducation nationale. Pour les entreprises ayant plusieurs établissements secondaires, le responsable de chacune de ces entités doit avoir la même qualification ;

pour les employés débutants, ils doivent avoir une formation diplômante de niveau V (certificat d'aptitude professionnelle [CAP] ou brevet d'études professionnelles [BEP]).

Afin de disposer en nombre suffisant de professionnels qualifiés à ces niveaux, la nécessité d'adapter les circuits de formation a été reconnue et devrait constituer un préalable au relèvement des exigences de qualification minimale.

b) La formation continue :

Les deux collègues sont favorables au développement de la formation continue, ne serait-ce qu'en raison de l'incessant progrès technique. Toutefois, les deux collègues estiment que la formation

continue doit être assurée à titre principal par les professionnels du dépannage et non par les fabricants de matériels, ces derniers conservant la possibilité de fournir aux professionnels les informations techniques appropriées ou de mettre en œuvre des formations complémentaires.

3.1.3. Obtenir le concours actif de France Télécom et des autres opérateurs de télécommunications

En raison des difficultés constatées concernant l'inscription des entreprises tant sur l'annuaire électronique que sur les pages jaunes et le transfert d'appel, le groupe de travail a envisagé les améliorations qui pourraient être apportées en ce domaine.

3.1.3.1. Renforcer le contrôle des informations figurant dans les annuaires pages jaunes et annuaires électroniques.

Comme il a été indiqué ci-dessus, l'un des problèmes principaux relevés dans le secteur du dépannage à domicile est l'utilisation par certains professionnels des règles du classement alphabétique des annuaires pour apparaître le plus souvent possible et en début des listes des professionnels. Ainsi, ils choisissent des raisons sociales commençant par les premières lettres de l'alphabet et utiliseront des adresses aux premiers numéros des noms de rues commençant par ces lettres.

Au cours des travaux, le groupe a pu débattre de cette question avec un représentant de France Télécom. Celui-ci a présenté les nouvelles règles de parution dans les annuaires en vue de limiter les utilisations abusives de ceux-ci. Selon France Télécom, elles visent « à renforcer son contrôle *a priori* sur les dénominations et à lui donner les moyens contractuels de contrôler *a posteriori*, voire de suspendre les parutions litigieuses sans attendre de décision judiciaire, à la demande des organisations de consommateurs et des syndicats professionnels » (cf. arrêt de la cour d'appel de Paris en date du 15 mai 1998 qui reconnaît la responsabilité du régisseur de publicité, jugement définitif).

Ainsi, l'utilisation de la dénomination par une seule lettre (A) ou deux lettres (A et B) sera interdite. Toute parution ne respectant pas cette clause sera suspendue.

Le groupe de travail a pris acte que les nouvelles règles sont en vigueur dans les agences commerciales de France Télécom depuis mai 1998 pour les demandes d'inscription des nouveaux abonnés professionnels. Quant aux parutions existantes, France Télécom a annoncé de nouvelles règles applicables aux clients lors de l'entrée en vigueur des nouvelles conditions générales du contrat d'abonnement téléphonique au début de 1999 (cf. annexe règles de parution des professionnels).

Afin de permettre à France Télécom d'exercer un contrôle, les consommateurs préconisent que les agences interrogent les administrations concernées, voire les chambres de métiers ou de commerce et d'industrie lorsqu'elles ont des interrogations sur des clients demandant le raccordement au réseau.

Les organisations de consommateurs ont rappelé leur attachement à ce que les services de France Télécom exercent une vigilance particulière pour lutter contre les faux symboles de qualité ou contre les mentions de marques alors que les dépanneurs ne sont pas agréés par les titulaires de celles-ci. France Télécom s'est engagé à accentuer ses contrôles sur les parutions avec une marque de produits, ces contrôles se faisant sur saisine du titulaire de la marque.

Le collège professionnel prend acte des améliorations non négligeables apportées par France Télécom dans la rédaction des nouvelles règles contractuelles de parution dans les rubriques professionnelles des annuaires téléphoniques visant à limiter les utilisations abusives par certains de ses abonnés, sans pour autant mettre en péril le principe de la liberté d'entreprendre.

3.1.3.2. Et dans les annuaires des autres opérateurs de télécommunications.

Les deux collèges s'accordent pour dire que les autres opérateurs de télécommunications devront respecter les mêmes règles de comportement et d'inscription que France Télécom s'est engagé à suivre. L'ART ou une autre instance appropriée devrait pouvoir veiller à ce qu'il en soit ainsi.

3.1.3.3. Pour envisager une inscription tournante dans l'annuaire électronique.

France Télécom a informé le groupe de travail de la réalisation d'un dispositif d'apparition à l'écran à partir d'une lettre alphabétique choisie par l'ordinateur, de manière à faire apparaître la

lettre de façon aléatoire. La mise en œuvre est prévue pour le premier trimestre 1999.

Les deux collèges sont favorables à un tel système. Même s'il n'est pas en lui-même de nature à contribuer à la disparition des difficultés constatées dans le secteur du dépannage à domicile, il peut y contribuer en étant associé à d'autres mesures.

3.1.3.4. Pour une éventuelle indication obligatoire du transfert d'appel dans certains cas.

Les consommateurs sont favorables à l'indication du transfert d'appel dans les cas autres que les transferts de l'entreprise appelée vers ses techniciens. Ce transfert peut, en effet, avoir une implication sur le coût de déplacement de dépanneur.

Les professionnels ne sont pas, quant à eux, favorables à l'indication du transfert d'appel. Les entreprises, avec les moyens modernes dont elles disposent, concentrent les appels vers un même site, notamment dans le cas du dépannage à domicile 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Il n'y a pas lieu de dissuader le client de téléphoner dès lors que le dépanneur ne se trouve pas dans la ville du lieu de dépannage.

3.1.4. Mieux utiliser les registres d'identification des entreprises constitués auprès des organismes consulaires

Le groupe de travail a également examiné les solutions à apporter aux problèmes créés par les entreprises dont la constitution n'est pas achevée ou dont l'activité est fictive.

3.1.4.1. Interdire les publicités pour des sociétés dont la constitution n'est pas achevée (RCS ou RM en cours).

Les consommateurs sont, dans leur ensemble, favorables à une telle mesure, mesure qui devrait être valable pour tous les secteurs d'activité.

Les représentants des professionnels estiment que, sans aller jusqu'à interdire purement et simplement toute forme de communication pour les entreprises qui sont en cours d'immatriculation au RCS ou au RM, il serait souhaitable de mettre fin à des abus et à des tromperies en réglementant l'usage de la pratique « immatriculation en cours ».

Compte tenu du raccourcissement des délais d'immatriculation résultants des modifications intervenues en juillet 1998 pour les entreprises inscrites au RCS, consommateurs et professionnels estiment que des dispositions analogues devraient être prises pour les inscriptions au répertoire des métiers et les procédures gérées par les centres de formalités des entreprises et prennent acte que les immatriculations provisoires n'offrent pas de garantie satisfaisante et, de plus, pourraient rendre les contrôles plus complexes, sans avantage évident.

3.1.4.2. S'assurer de la réalité de l'activité de l'entreprise ou, au contraire, veiller à la radiation de celle-ci et à la cessation d'activité des radiés.

Le décret n° 98-550 du 2 juillet 1998 apporte une modification de l'article 40 du décret n° 84-406 du 30 mai 1984 relatif au registre du commerce et des sociétés. Cet article prévoit que le greffier, informé de la cessation d'activité d'une entreprise à l'adresse déclarée, rappelle à celle-ci par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ses obligations déclaratives. En cas de retour de la lettre, le greffier porte la mention « cessation d'activité » sur le registre. L'article 44-2 du même décret stipule que le greffier, au regard de l'article 40, radie d'office la personne qui n'a pas régularisé sa situation à l'expiration d'un délai de trois mois à compter de l'inscription sur le registre de la cessation d'activité.

Pour les personnes morales, les délais et les procédures sont différents.

La déclaration de cessation d'activité d'une entreprise peut être effectuée par toute personne intéressée.

Les deux collèges préconisent que les constats d'activité ou de cessation d'activité soient faits par les agents de la DGCCRF sur leur initiative, ou à la demande d'une organisation de consommateurs, ou d'un syndicat professionnel, ou d'une entreprise de la même profession s'estimant victime de concurrence déloyale.

Les deux collèges souhaitent que les mesures de contrôles existantes soient réellement appliquées par le greffe et le juge commis à la surveillance du RCS.

3.1.4.3. Radier l'entreprise de dépannage à domicile si, à la suite de l'envoi par deux fois d'un questionnaire, ladite entreprise n'a pas répondu en confirmant son activité.

Les consommateurs sont favorables à une telle mesure.

Selon les professionnels, cette possibilité est difficilement applicable dans la mesure où toutes les entreprises n'exercent pas à titre principal l'activité de dépannage à domicile. En effet, un grand nombre d'entreprises, notamment artisanales, accèdent souvent au marché du dépannage à domicile en complément de leur activité principale d'installation ou de réalisation de travaux. Dans ce contexte, le défaut de réponse par une entreprise à un questionnaire officiel sur son activité doit, dans un premier temps, être considéré comme un indice de cessation d'activité. Dans un second temps, cette dernière devra effectivement être constatée selon les procédures réglementaires afin que la radiation devienne définitive.

3.1.4.4. Relever le niveau des sanctions encourues par une entreprise en cas de publicité ne mentionnant pas l'immatriculation au RM ou au RCS et son numéro unique d'identification.

Comme déjà indiqué ci-dessus, toute entreprise effectuant une prospection doit indiquer sur toute publicité et sur tous ses documents commerciaux son numéro unique d'identification et son numéro de RCS ou RM. La violation de cette obligation est sanctionnée par une amende prévue pour les contraventions de la 4^e classe, soit 5 000 F au plus (art. 131-13 nouveau du code pénal).

Les représentants des consommateurs et des professionnels, bien que favorables à un relèvement du niveau des sanctions, estiment qu'il serait préférable de faire réellement application de ces dispositions et de multiplier les constatations d'infraction.

Ils demandent donc que les agents de la DGCCRF soient habilités à constater une telle infraction dès lors que les publicités émises sont à destination des consommateurs. Ils prennent acte des dispositions de l'arrêté du 9 février 1988 tel que modifié par l'arrêté du 2 juillet 1998 aux termes desquelles le greffier rappellera cette obligation aux professionnels concernés.

3.1.5. Centraliser des services d'assistance

3.1.5.1. Mise en place d'une ligne téléphonique d'accueil permanent.

Les professionnels ont rappelé que cette possibilité existait déjà. Les professionnels et les consommateurs considèrent qu'une telle possibilité ne doit pas être rendue obligatoire. Elle relève de la qualité de service et de la liberté de gestion de chaque entreprise.

3.1.5.2. Promouvoir des plates-formes d'intervention (regroupement des différents métiers).

Les associations n'y sont pas favorables et les professionnels considèrent qu'une telle promotion relève de la liberté de gestion de chaque entreprise.

3.1.6. Régler plus efficacement les litiges

Afin d'améliorer le traitement des litiges survenant dans le secteur du dépannage à domicile, le groupe de travail a envisagé diverses solutions. Celles-ci concernent le traitement individuel et collectif des litiges.

3.1.6.1. Centraliser les plaintes des consommateurs au niveau départemental.

Le groupe de travail considère qu'un tel mécanisme n'est pas nécessaire, dans la mesure où les dérives s'observent essentiellement à Paris et en région parisienne. En revanche, il préconise que si, dans les autres régions, des problèmes sont constatés dans ce secteur, ceux-ci devraient être portés à la connaissance des membres des comités départementaux de la consommation.

Il souhaite également que des rencontres avec les parquets soient instaurées localement, conformément aux préconisations de la circulaire de la chancellerie du 10 janvier 1997 (Crim-97-2/G3/10-01-1997).

Enfin, les professionnels font observer qu'ils ne sont pas opposés à une réactivation des boîtes postales 5000 et une amélioration de leur fonctionnement.

3.1.6.2. Institutionnaliser une concertation professionnels-consommateurs-France Télécom.

Concernant France Télécom, les associations rappellent qu'une concertation est déjà instaurée.

Elles préconisent que l'avis du CNC fasse l'objet d'une évaluation au bout d'un an afin d'en mesurer l'impact.

Comme France Télécom l'a suggéré, un bilan d'application du présent avis pourrait être envisagé fin 1999. Ainsi, France Télécom pourrait présenter un bilan d'application des nouvelles règles et, notamment, des éventuels contentieux qu'elles pourraient avoir généré.

Les professionnels partagent la position des consommateurs.

3.1.6.3. Identifier auprès de France Télécom un interlocuteur spécifique dans ses services sur les problèmes du dépannage à domicile pour chaque département.

Les consommateurs et les professionnels n'y sont pas favorables. Ils souhaitent qu'une concertation bilatérale soit envisagée, notamment au sein des comités départementaux de la consommation.

3.1.6.4. Mettre en place une procédure de médiation.

Les consommateurs et les professionnels sont favorables à la procédure de médiation dès lors qu'elle est mise en œuvre, soit dans le cadre de la certification, sur le fondement de l'article R. 115-9 du code de la consommation, soit dans le cadre des contrats « Approuvé », qui prévoient la possibilité de mettre en œuvre une procédure de médiation.

Pour les autres entreprises, les professionnels sont toutefois disposés à examiner les possibilités d'y recourir dans un cadre de regroupement d'opérateurs.

Les consommateurs émettent le vœu que les instances professionnelles soient gardiennes d'une déontologie de la profession et poursuivent, ou aident à la poursuite, les auteurs d'agissements illicites ou déloyaux.

3.2. Améliorer la réglementation et son application

3.2.1. Améliorer la réglementation de l'activité de dépannage à domicile

3.2.1.1. Soumettre la création d'une telle entreprise à un agrément préfectoral.

Les consommateurs y sont favorables.

En revanche, les professionnels ne le souhaitent pas car ils le considèrent comme trop lourd et comme risquant de ne pas mettre fin aux arnaques dès lors que la satisfaction aux conditions de l'agrément pourrait être de courte durée.

3.2.1.2. Lutter contre l'utilisation abusive des marques.

Le groupe de travail fait observer que les marques commerciales des fabricants sont utilisées abusivement comme des « appâts ». Afin de déjouer cette pratique, il propose de :

limiter dans tous les cas l'usage des graphismes, sigles et logos des marques aux seuls fabricants et à leurs filiales et aux entreprises autorisées à les utiliser ;

fixer des règles typographiques empêchant toute ambiguïté entre nom du dépanneur, réparateur (ou revendeur) et la(les) marque(s) ;

dans les annuaires, notamment papier et électroniques, réserver au fabricant concerné ou aux entreprises autorisées le classement alphabétique à la marque et au nom du fabricant ;

procéder à l'inscription des dépanneurs sous leur nom et en interdire la recherche par la marque dès lors que l'utilisation de la marque n'est pas autorisée pour cela.

Les consommateurs et les professionnels sont favorables à la présentation d'un justificatif tel qu'une autorisation émanant du titulaire de la marque.

Enfin, certains professionnels souhaitent la création d'une rubrique intitulée Réparateurs et concessionnaires agréés par les fabricants.

3.2.1.3. Ne pas distinguer le secteur de l'électroménager.

Il n'est pas apparu opportun au groupe de travail, au fil des discussions, de prévoir des règles différentes pour le secteur de l'électroménager de celles de l'ensemble du secteur du dépannage, compte tenu de ce qui vient d'être indiqué sur l'usage des marques.

3.2.2. Modifier l'arrêté du 2 mars 1990 pour en faciliter l'application

3.2.2.1. Etendre le champ d'application de l'arrêté à des activités aujourd'hui non concernées.

Le groupe de travail a envisagé la possibilité de modifier le champ d'application de l'arrêté

afin d'y apporter quelques précisions et compléments.

Les professionnels et les consommateurs n'y sont pas favorables mais souhaitent que l'administration définisse de façon précise, par voie de circulaire, ce que l'on entend par travaux de dépannage, d'entretien ou de réparation.

3.2.2.2. Redéfinir les obligations d'information du consommateur.

Remettre en cause l'obligation d'information sur le prix horaire de main-d'œuvre et sur les frais de déplacement dans toute publicité ?

Les dépanneurs à domicile sont soumis, en matière de publicité, à des obligations spécifiques. La réglementation actuellement en vigueur oblige ainsi les entreprises à indiquer dans leur publicité aux consommateurs, préalablement à tous travaux, notamment les taux horaires de main-d'œuvre TTC et les frais de déplacement.

Cette disposition a été prise de manière à satisfaire à l'obligation générale d'information précontractuelle du consommateur qui, au cas d'espèce, ne peut être remplie que par ce moyen.

Or, certaines entreprises peu scrupuleuses attirent les consommateurs par des taux horaires bas et facturent en revanche les pièces changées à des prix exorbitants.

Le groupe de travail a donc envisagé la possibilité de supprimer de telles mentions.

Les consommateurs demandent le maintien de l'obligation d'indiquer le prix horaire de main-d'œuvre sur toute publicité, de même que les frais de déplacement.

D'une part, la suppression d'une telle information ne serait pas de nature à régler la difficulté pour le consommateur de contacter un professionnel pouvant effectuer des prestations de qualité.

D'autre part, si les consommateurs contactent les professionnels après avoir relevé leurs coordonnées sur des prospectus distribués dans les boîtes aux lettres, ils le font aussi après consultation de l'annuaire (version papier ou version électronique). Enfin, de toute évidence, dans certaines situations telles que le blocage de porte, le consommateur est captif. Il sera alors peu, voire pas attentif aux prix et choisira un professionnel au hasard.

En conséquence, la suppression de la mention des tarifs sur les prospectus distribués dans les boîtes aux lettres ne supprimerait pas les possibilités d'arnaques.

Les professionnels souhaitent modifier les termes de l'article 3 de l'arrêté afin, tout en respectant l'objectif d'information et de protection du consommateur, de le rendre cohérent d'un point de vue juridique d'où leur proposition :

« Il est légitime que le client soit informé du prix qu'il sera amené à payer pour une prestation déterminée ; toutefois certaines données dont la mention est exigée par l'actuelle réglementation ne répondent qu'imparfaitement à ce souci - il en va notamment ainsi de l'indication du temps passé qui constitue bien souvent une impossibilité matérielle pour l'entrepreneur.

Sauf prestations spécifiques aisément forfaitisables (par exemple, nettoyage simple d'une chaudière), les entreprises ne sont à même de connaître avec exactitude le temps passé qu'une fois les travaux achevés.

Bien plus, juridiquement, il y a lieu de relever une contradiction fâcheuse entre les différentes exigences réglementaires, source de litiges insolubles.

En effet, l'article 3 de l'arrêté oblige le professionnel à mentionner les prix unitaires - prix des matériels et matériaux, à l'unité, au mètre cube ou mètre carré, mais aussi de la main-d'œuvre - l'unité se traduisant par le nombre d'heures - le devis constitue dès lors un marché à prix unitaires, l'entrepreneur ne devant dans ce cas être engagé que sur les prix unitaires, le prix final étant calculé en fonction des quantités réellement mises en œuvre.

Mais, dans le même temps, l'arrêté du 2 mars 1990 impose au professionnel de mentionner sur le devis le prix global TTC que le client final aura à payer ; il s'agit alors d'un marché forfaitaire qui se caractérise principalement par son intangibilité, l'aléa, qu'il soit positif ou négatif, étant supporté par l'entrepreneur qui devra exécuter le marché quelles que soient les quantités effectivement utilisées.

Il y a donc lieu de modifier l'article 3 de l'arrêté en substituant à la notion de quantité prévue exprimée en taux horaire de main-d'œuvre, la notion de décomposition de la prestation par postes. Une telle formulation serait en adéquation avec la nécessaire information du consommateur sur le prix final et aurait pour avantage d'éviter les contestations sur le nombre d'heures facturées.

Une telle approche est, en outre, bien plus conforme, juridiquement, à l'obligation de l'entrepreneur qui est une obligation de résultat. »

Relever le seuil relatif à la remise d'un devis ?

Les consommateurs demandent que le seuil actuel à partir duquel le devis est obligatoire soit maintenu, à savoir 1 000 F TTC. Un tel seuil est clairement identifié par les consommateurs.

En revanche, les professionnels demandent que ce seuil fixé, il y a huit ans, à 1 000 F soit relevé à 1 500 F, précisant que pour des coûts inférieurs, le client a la faculté de demander un devis, ce qui se pratique d'ailleurs déjà dans tous types d'interventions.

A l'appui de leur demande, les professionnels rappellent qu'en 1990, le ministre en charge de la consommation avait prévu une réévaluation de ce seuil après un délai de dix-huit mois.

Faute d'accord entre eux, les professionnels et les consommateurs demandent que le seuil soit strictement converti en euros conformément aux règles communautaires en vigueur à l'occasion du passage à la monnaie unique.

Modifier les conditions de remise d'un ordre de réparation ?

La réglementation actuelle prévoit l'établissement d'un ordre de réparation lorsque le montant estimé de l'intervention est supérieur à 1 000 F TTC. Cet ordre de réparation doit être remis au consommateur avant l'intervention. La possibilité de prévoir l'établissement d'un tel document quel que soit le montant, toutes taxes, estimé de la réparation et de le faire signer par le professionnel et le consommateur avec l'éventuelle mention de l'heure de signature pour attester mieux de son antériorité à l'exécution des travaux a été envisagée.

Les deux collèges ne demandent pas la modification de l'arrêté sur ce point bien que les professionnels considèrent que celui-ci fait double emploi avec le devis. Il apparaît que le consommateur qui signe n'est pas toujours en mesure d'en apprécier la teneur dès lors qu'il est en situation d'urgence.

Concernant l'établissement d'un ordre de réparation en cas d'urgence absolue, les consommateurs en demandent le maintien alors que les professionnels ne le souhaitent pas.

Détailler d'avantage le forfait d'intervention ?

La réglementation actuelle prévoit l'obligation pour l'entreprise d'informer le consommateur sur les prix TTC des différentes prestations forfaitaires proposées. Certains litiges naissent de l'imprécision du contenu des forfaits. C'est pourquoi il a été envisagé de modifier le texte afin d'imposer l'indication du détail des éléments composant le forfait d'intervention sur les publicités et ce quel qu'en soit le montant, ou quel que soit le type de travaux.

Les consommateurs considèrent que le sujet est à envisager sous l'angle de la publicité trompeuse au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation aux termes duquel les professionnels doivent informer les consommateurs de manière claire sous peine de poursuites pour publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur.

Les professionnels considèrent que les forfaits d'interventions constituent une offre promotionnelle. Ils doivent être maintenus et le caractère forfaitaire exclut l'indication des tarifs horaires et des coûts de déplacement.

Il n'apparaît donc pas nécessaire de modifier le texte sur ce point.

3.2.2.3. Mieux informer sur l'adresse commerciale principale et les établissements secondaires.

L'une des principales difficultés rencontrées est la multiplication des adresses fictives de sociétés que les consommateurs ont ensuite beaucoup de mal à localiser. Certaines entreprises ont en effet une simple boîte postale à l'adresse figurant sur le document publicitaire, adresse souvent située au n° 1 ou n° 2 d'une rue commençant par un (A) telle que la rue l'Abbé « ». Le groupe a donc examiné les solutions tendant à mettre fin à de telles pratiques.

Conforter la notion d'adresse commerciale principale.

Pour les consommateurs, il doit s'agir d'un local dans lequel se situe un personnel pour accueillir le public, ou, le cas échéant, un répondeur hors des heures d'ouverture et dans lequel les tarifs des prestations doivent être affichés et consultables par les consommateurs.

Pour les professionnels, l'adresse commerciale principale doit être celle du siège s'il s'agit d'une société, et qu'une activité conforme à l'objet de la société s'y exerce réellement. Dans les autres cas, elle doit être celle du principal établissement.

Compléter l'article 4 de l'arrêté du 2 mars 1990 concernant les mentions obligatoires dans toute publicité écrite.

Les particuliers sont fréquemment abusés sur la proximité des professionnels intervenant à

leur domicile : en effet, l'indication de domiciliation figurant sur les publicités correspond souvent à de simples relais téléphoniques.

Aussi le groupe de travail s'est interrogé sur l'opportunité d'ajouter au titre des mentions obligatoires l'adresse complète où il est possible de rencontrer, aux heures habituelles d'ouverture, un représentant de l'entreprise.

Professionnels et consommateurs ont pris acte de ce que le droit autorise actuellement la domiciliation des entreprises pendant une durée maximale de deux ans chez leur dirigeant.

Par ailleurs, professionnels et consommateurs reconnaissent que l'exigence de dispositifs matériels d'accueil du public dans les établissements professionnels ne peut être instaurée que par une loi et que cela n'est pas a priori adapté au cas des petites entreprises exerçant leur activité à l'extérieur de ses locaux. Dans ces conditions, le groupe de travail n'a pas retenu cette possibilité.

Interdire les publicités sur les établissements secondaires fictifs ?

Les associations de consommateurs rappellent qu'un établissement secondaire doit pouvoir être identifié par une adresse complète et non par une simple boîte postale. Dans ce dernier cas, il ne pourra être fait de publicité sur les établissements secondaires.

Les professionnels ne sont pas favorables à une telle exclusion mais ils rappellent que l'indication d'établissements secondaires ne doit pas être trompeuse. A cette fin, les deux collègues souhaitent un renforcement du contrôle exercé par les CFE (Centre de formalités des entreprises) lors de l'inscription d'établissements secondaires.

En toute hypothèse, le contrôle de la réalité de l'activité des établissements secondaires devrait pouvoir être assuré avec la même vigilance que celui de l'activité des établissements principaux.

3.2.2.4. Faire évoluer les modalités de remise des pièces détachées.

La réglementation prévoit que si le consommateur refuse la conservation des pièces, éléments ou appareils remplacés, le prestataire de services doit lui faire signer une décharge.

Le groupe de travail s'est interrogé sur la nécessité d'instaurer un autre principe, à savoir la signature systématique par le client d'une décharge si les pièces ou éléments remplacés ne lui sont pas remis après intervention, la remise devant être systématique à défaut de cette décharge.

Les consommateurs sont opposés à une telle proposition. Le principe doit rester la remise systématique des pièces ou éléments remplacés après intervention. A défaut, le consommateur serait privé d'éléments de preuve en cas de litige.

En revanche, les professionnels y sont favorables. A cet égard, ils rappellent que sur le terrain, cette pratique est déjà systématiquement appliquée par les professionnels honnêtes.

3.2.3 Rechercher une meilleure application de la réglementation

3.2.3.1. Sensibiliser les directions du travail et de l'emploi à la nécessité de contrôler plus strictement le travail non déclaré.

Professionnels et consommateurs considèrent qu'il appartient au ministère en charge du dossier de sensibiliser ses services sur ce point afin de veiller à l'application des lois et d'opérer les contrôles nécessaires.

3.2.3.2. Veiller au respect effectif des obligations de qualification.

L'article 16 de la loi Raffarin prévoit que les activités qu'il encadre (travaux du bâtiment, équipement fonctionnant au gaz, installations électriques) ne peuvent être exercées que par une personne qualifiée ou sous le contrôle effectif et permanent de celle-ci.

A l'occasion des plaintes de particuliers, les agents de la DGCCRF s'assureront donc auprès du réparateur qu'il peut justifier de la qualification requise.

La loi sanctionne le non-respect de l'obligation de qualification d'une amende de 50 000 F. Les personnes coupables de ce délit encourent également la fermeture, pour une durée de cinq ans au plus, de l'établissement à l'origine des faits incriminés.

3.2.3.3. Créer un outil juridique permettant de sanctionner les entreprises ayant recours aux hommes de paille et/ou à la domiciliation fictive afin de pouvoir remonter jusqu'aux dirigeants responsables.

Les professionnels et les associations de consommateurs y sont favorables, car des procédures engagées n'ont pas permis de mettre en cause les véritables responsables de réseaux d'entreprise se livrant à des pratiques abusives en matière de dépannage à domicile.

Ils constatent que ces pratiques se poursuivent et demandent donc au ministère de la justice de faire des propositions pour mieux traiter ces situations et conférer à des services d'enquêtes les habilitations nécessaires.

3.2.3.4. Renforcer l'outil juridique sanctionnant les pratiques abusives et veiller à sa mise en œuvre rapide.

Les professionnels et les consommateurs souhaitent que soient mises en œuvre les conclusions énoncées dans l'avis du Conseil national de la consommation concernant les arnaques de la consommation adopté en juillet 1997 (*BOCCRF* 30 août 1997, p. 624 et s.).

Ils souhaitent que le projet de loi relatif à l'introduction du délit d'escroquerie à la consommation soit concrétisé, sous réserve toutefois, en ce qui concerne les professionnels, que ce délit soit très strictement défini afin d'éviter toute dérive d'interprétation.

En outre, une sévérité accrue pourrait être de nature dissuasive : professionnels et organisations de consommateurs souhaitent que les décisions de condamnations fassent l'objet de mesures de diffusion telles que affichage et/ou publications dans la presse « grand public », et notamment régionale, ainsi que du reste préconisé par la circulaire précitée. Toutefois, les professionnels demandent que ces mesures s'appliquent aux seuls cas de fraude et d'escroquerie manifestes.

Enfin, le groupe de travail souhaite que des contrôles puissent être effectués rapidement sur plainte des consommateurs ou de la profession et qu'enfin, la justice soit plus rapide.

3.2.3.5. Appliquer plus largement le délit d'abus de faiblesse notamment en matière de dépannage à domicile.

Les représentants des consommateurs regrettent l'interprétation très restrictive retenue par les tribunaux des dispositions de l'article L. 122-8 du code de la consommation. Ainsi, la contrainte, bien qu'évidente en raison de l'urgence à trouver une solution, n'est pas assez reconnue par les tribunaux. Ils souhaitent soit un assouplissement de l'interprétation des critères permettant d'établir que le professionnel a abusé de la faiblesse du consommateur, soit une extension législative de la notion d'abus de faiblesse avec création d'un texte qui serait spécifique à l'abus de faiblesse commis à l'occasion d'une prestation de dépannage estimant que la jurisprudence actuelle est le plus souvent défavorable aux consommateurs en situation de faiblesse.

Les professionnels, pour leur part, sont hostiles à la création d'un texte spécifique à l'abus de faiblesse pour les seules entreprises de dépannage et, dans tous les cas, il conviendrait de définir plus précisément la notion de « faiblesse ». En effet, sur le terrain, cette notion donne parfois lieu à des exagérations de la part de certains clients.

3.2.3.6. Sensibiliser les parquets aux litiges relatifs au dépannage à domicile de manière à ce que les sanctions soient plus dissuasives.

Consommateurs et professionnels forment le vœu que les contrôles soient renforcés à l'encontre des professionnels responsables des pratiques dénoncées et que la répression soit plus effective. A cet effet, les parquets devraient être effectivement sensibilisés sur les arnaques relatives au dépannage à domicile, ainsi que déjà prévu par la circulaire de la chancellerie en date du 10 janvier 1997 (Crim-97-2/G3/10 janvier 1997).

Avis du Conseil national de la consommation relatif aux prothèses auditives

NOR : *ECOC0000083V*

Dans la continuité de l'action engagée par les consommateurs dans le domaine médical et paramédical, et en application du principe de l'accès des consommateurs à la santé, le groupe de travail du CNC a étudié, conformément au règlement du Conseil national de la consommation, les modalités selon lesquelles il serait possible d'améliorer l'information préalable des consommateurs ainsi que de résoudre les problèmes d'appareillage auditif rencontrés par ces derniers. Il s'est également penché sur les moyens à mettre en œuvre pour une meilleure prévention des problèmes liés notamment à la presbyacousie.

Le Conseil national de la consommation demande :

1^o Concernant la formation des intervenants :

une meilleure sensibilisation des personnels de santé, notamment médecins généralistes, médecins scolaires, médecins du travail, pédiatres, gériatres, au dépistage des problèmes de surdité. d'arriver peu à peu à ce que ce dépistage soit systématisé dès le plus jeune âge.

une formation spécifique des audioprothésistes pour ce qui concerne l'appareillage des enfants, la formation actuelle étant de deux ans avant la délivrance du diplôme d'Etat. Tant afin d'harmoniser cette formation avec les textes européens (bac + 3) que d'assurer une meilleure aptitude des praticiens, il serait nécessaire de la porter à trois ans, y compris une année de stage, sous la responsabilité d'un maître de stage.

2° Concernant l'information des consommateurs :

l'apposition d'une plaque professionnelle à l'extérieur du magasin de vente, mentionnant les nom et qualité de l'audioprothésiste responsable ;

le port du badge obligatoire à l'intérieur de la structure de vente, différenciant clairement les différents intervenants ;

l'affichage, à l'intérieur des locaux, de la liste des actes relevant de la seule compétence des audioprothésistes ;

la remise d'une plaquette d'information éditée par les professionnels, suivant le modèle annexé au présent avis ;

la remise au patient-consommateur d'un devis détaillé, énumérant les différentes étapes de l'appareillage (et leur durée moyenne), ainsi que, notamment, le coût d'au moins deux appareils différents adaptés à ses besoins, ainsi que les remboursements de sécurité sociale. Ce devis différenciera le prix de l'appareil et celui de l'adaptation ; il comportera l'indication que la fourniture de l'appareil et la prestation d'adaptation sont assurées par le même audioprothésiste ;

la présence d'un audioprothésiste diplômé dans chaque point de vente.

3° Aux pouvoirs publics :

que la médecine intègre prioritairement le dépistage systématique pour les enfants et les adolescents ;

l'appareillage précoce des enfants malentendants ;

la sensibilisation de la médecine scolaire et du travail à ces problèmes, afin qu'une information puisse être délivrée aux patients dès les premiers troubles de l'audition ;

la prise en charge des deux oreilles pour tout patient qui a bénéficié de la stéréo avant 16 ans ; la prise en charge progressive des deux oreilles pour les adultes, à commencer par les actifs, pour aboutir à la prise en compte des deux oreilles chaque fois que nécessaire (la stéréo ne devant pas être un luxe, mais un droit) ;

la généralisation de la *boucle magnétique* dans tous les lieux où est installé un dispositif de sonorisation.

Enfin, le CNC souhaite que le groupe de travail *ad hoc* puisse se réunir à nouveau, de façon à assurer le suivi de ses propositions et d'y apporter éventuellement les correctifs nécessaires, pour une meilleure qualité d'information et d'appareillage des consommateurs.

INFORMATIONS GÉNÉRALES À REMETTRE AU CONSOMMATEUR **Les différentes étapes de la démarche d'adaptation aux aides auditives**

Le choix, l'adaptation, la délivrance, le contrôle immédiat et permanent aux aides auditives se déroulent en différentes étapes dont chacune peut comporter plusieurs visites.

Cinq grandes étapes principales :

Première étape. - L'information du consommateur ;

Deuxième étape. - La prise en charge du patient ;

Troisième étape. - L'adaptation : application prothétique et contrôle immédiat ;

Quatrième étape. - Le contrôle permanent ;

Cinquième étape. - Le compte rendu d'appareillage.

Première étape

L'information du consommateur

Durée moyenne : une heure

Il est souhaitable de communiquer au consommateur certains éléments d'information avant d'entrer dans la démarche de prise en charge, à savoir :

l'appareillage ne peut intervenir que sur prescription médicale ;
des examens sont nécessaires avant de pouvoir effectuer un devis ; à valeur d'exemple, le tarif des appareillages sera présenté ainsi que les modalités de prise en charge et de règlement ;

Une période d'éducation prothétique et d'adaptation est indispensable, elle comprend :

1° Un apprentissage à la mise en place et au fonctionnement de l'appareil ;

2° Un apprentissage au changement des piles ;

3° Un apprentissage à l'écoute et une utilisation progressive ;

4° Un apprentissage à l'entretien de l'appareil.

Le patient est informé que les tests comportant le règlement des embouts ou des coques, qu'il existe une garantie fournie par le fabricant (variable dans la durée suivant les fabricants), et qu'une extension de garantie est possible à un coût proposé par l'audioprothésiste.

Le patient est informé de la nécessité d'entretenir une aide auditive et qu'il existe donc un service après-vente soit au laboratoire, soit à l'extérieur ; que les embouts doivent être changés tous les dix-huit mois en moyenne ; que la coque de l'intra-auriculaire peut être changée en fonction des besoins (usure, modification du volume du conduit auditif...).

Le patient est informé qu'il existe une participation plafonnée des organismes de prise en charge, y compris pour les piles, sur présentation de justificatifs.

Le patient est informé qu'il existe des assurances contre la perte et le vol.

Le patient est informé que la durée de vie de l'appareil est en moyenne de quatre ou cinq ans, en fonction des conditions d'utilisation.

Un renouvellement anticipé est possible (évolution technologique), parfois indispensable (évolution de la gêne auditive ou utilisation de l'aide auditive dans des conditions très défavorables : poussière, humidité, vapeur...).

Deuxième étape

La prise en charge

Durée moyenne : une heure et demie

(Le patient a décidé de se faire appareiller.)

L'audioprothésiste évalue la gêne, les besoins spécifiques du patient et sa motivation (anamnèse).

Il effectue un bilan préprothétique, qui pourra comprendre différents éléments fournis, ici, à titre d'information non limitative ni exhaustive :

audiométrie tonale liminaire au casque ;

contrôle de la conduction osseuse ;

audiométrie au casque liminaire et supraliminaire, y compris en présence de bruits perturbants ;

mesure des niveaux d'inconfort ;

mesure de la progression de la sensation sonore.

Il en interprète les résultats et propose l'appareillage :

type d'appareil (marque, forme, caractéristiques acoustiques, prix indicatif de l'appareillage proposé).

Si le patient est d'accord avec ces propositions, un devis pourra être établi. Il comportera les indications suivantes :

la ou les oreilles appareillées ;

la marque ;

le type ;

le numéro d'agrément ;

le prix de vente du ou des appareils ;

le prix total de l'appareillage (appareil + prestation) ;

- le prix du ou des embouts ;
- le prix du ou des coques ;
- le coût indicatif des piles et leur fréquence moyenne de remplacement ;
- le montant du TIPS enfant, le TIPS adulte.

Le devis comporte en outre l'indication que la fourniture de l'appareil et la prestation d'adaptation sont assurées par le même audioprothésiste.

Ce devis est une information précise et complète du matériel qui sera testé ; il sera mentionné qu'il pourra changer si les résultats s'avéraient insuffisants, et qu'un autre appareillage sera proposé. Le devis sera alors actualisé.

Le devis comporte au minimum deux propositions, dont une solution de base ; les prix de chaque proposition seront mentionnés.

Troisième étape

*L'adaptation : application prothétique
et contrôle immédiat*

Durée moyenne : de quatre à huit heures

Au cours de différentes séances, l'audioprothésiste procède à l'adaptation et au réglage des aides auditives.

Préalablement à cette phase, le patient devra s'acquitter du prix de la ou des coques ou embouts nécessaires à l'adaptation.

Avant de débiter l'adaptation, l'audioprothésiste effectue une préparation de l'appareillage, avec pré-réglage, selon des méthodes de choix prothétique précises :

- valeur d'amplification ;
- courbe de réponse ;
- taux de compression ;
- maximum de sortie,

le tout étant effectué sur une chaîne de mesure.

Avec le patient, différents tests pourront se dérouler de la manière suivante :

- 1° Une mesure *in vivo* (relevé de la courbe d'amplification dans le conduit auditif externe) ;
- 2° Une audiométrie tonale liminaire ;
- 3° Une audiométrie de contrôle de l'inconfort ;
- 4° Une audiométrie de contrôle du confort et de la sensation sonore ;
- 5° Une audiométrie vocale, en champ libre, dans le silence puis dans le bruit.

Cette étape se terminera par une première séance d'apprentissage : mise en place de la ou des aides auditives, manipulation de la pile et conseils pour l'entretien des aides auditives, conseils pour l'adaptation et le temps d'utilisation dans les différentes situations de la vie courante.

Lorsque la démarche prothétique l'exige, l'étape d'adaptation pourra comporter une phase de tests en situations de la vie normale, avant délivrance des aides auditives.

Le patient devra alors laisser une caution de la valeur de l'appareillage, déduction faite des règlements préalablement effectués, auprès du laboratoire et correspondant au montant du devis.

L'audioprothésiste effectue un contrôle de l'appareillage après une période d'adaptation variable suivant les cas, dans l'environnement et les conditions de la vie courante du patient. Il recueille les réactions du patient, le questionnaire de satisfaction et effectue un certain nombre de tests de contrôle, il modifie éventuellement les réglages et en contrôle l'efficacité (mesure objective et subjective).

Cette période de contrôle immédiat a pour objectif d'accompagner le patient dans son adaptation et pourra comprendre deux, trois, voire quatre séances, ou plus, qui se termineront par un conseil d'utilisation au long cours. La vente définitive de l'appareillage est conclue à l'issue de cette phase.

Quatrième étape

Le contrôle permanent

Durée moyenne : cinq à dix heures

Cette étape commencera à partir du troisième mois, pourra comporter un contrôle au sixième mois puis à un an, et enfin une à deux fois par an en fonction des besoins du patient.

Cependant, les contrôles pourront être effectués à des périodes plus rapprochées, si le patient en ressent la nécessité, ou si l'audioprothésiste le juge nécessaire.

A l'issue de ces différents contrôles, l'audioprothésiste effectuera, alors, un contrôle objectif de l'aide auditive à l'aide par exemple de la mesure au coupleur, d'un contrôle de la mesure *in vivo*, d'un questionnaire de satisfaction au long terme et en fonction des besoins (à titre d'exemple, non exhaustif) :

- d'une audiométrie tonale liminaire au casque ;
- d'une audiométrie tonale liminaire en champ libre avec les appareils ;
- d'un test de confort et d'inconfort ;
- d'un test de discrimination vocale, en champ libre avec et sans les appareils.

Cinquième étape

*Le compte rendu d'appareillage
(au médecin prescripteur)*

Le compte rendu comprendra :

- les caractéristiques de l'audiologie prothétique du patient ;
- un descriptif de sa gêne ;
- un descriptif de sa motivation ;
- les types d'appareils préconisés ;
- le gain prothétique ;
- le degré de satisfaction du patient, de son stade d'adaptation ;
- la décision définitive prise.

Ce compte rendu sera renouvelé chaque fois que l'audioprothésiste le jugera nécessaire ou chaque fois que le patient pourra en formuler la demande.

Les membres du Conseil national de la consommation, réunis en séance plénière le 21 décembre 1999, ont adopté l'avis à l'unanimité des deux collèges.

Rapport du Conseil national de la consommation relatif aux prothèses auditives

NOR : *ECOC0000082X*

Rapporteurs : M. Foundoulis (CNAFAL) pour le collège des « consommateurs et usagers »,
M. Orlianges (UNAPL) pour le collège des « professionnels ».

Dans la continuité de l'action engagée par les consommateurs dans les domaines du médical et du paramédical, un groupe de travail a été constitué au sein du Conseil national de la consommation sur les prothèses auditives.

Ce groupe s'est réuni sept fois, entre les mois de mars et de novembre 1999. A partir des données communiquées par les différents participants sur l'état des lieux et sur l'organisation et la méthode de travail des professionnels, il a émis un certain nombre de propositions visant :

- à délivrer aux consommateurs une information aussi complète que possible ;
- à leur permettre de faire jouer la concurrence en pleine connaissance de cause ;
- à lever les obstacles psychologiques qui freinent les consommateurs ;
- à renforcer la compétence des professionnels ;
- à améliorer les conditions de prise en charge par les organismes sociaux pour les audioprothèses ;
- à améliorer la prévention et la prise en compte des surdités dès le plus jeune âge.

Etat des lieux

Les déficiences auditives touchent en moyenne 7 % de la population des pays industrialisés, soit

28 millions d'habitants, pour une population de 1 milliard.

Cette donnée varie suivant les pays : en effet, les Etats-Unis d'Amérique comptabilisent 45 % de la population atteinte par une déficience auditive, car ils prennent en compte les surdités dites légères (20 % de perte auditive), ce qui n'est pas le cas en France, par exemple, où l'on comptabilise entre 15 et 20 % de la population concernée par la surdité.

On quantifie de la manière suivante les différents niveaux de surdité :

De 20 à 40% : surdité légère ;

De 40 à 70% : surdité moyenne ;

De 70 à 90 % : surdité sévère ;

+ de 90% : surdité profonde.

Ces surdités sont de deux sortes :

les surdités de transmission (oreille moyenne), susceptibles d'un traitement médical ou chirurgical ;

les surdités de perception, pour lesquelles un appareillage est nécessaire.

En France, sur environ 2 millions d'habitants présentant des surdités à des degrés divers, seulement 600 000 personnes sont appareillées. Selon les professionnels, seulement 2/3 d'entre elles utilisent vraiment leur appareil.

En effet, on constate que l'appareillage d'un patient atteint d'une surdité de perception permet une correction de 70 à 75 % de la perte auditive. Ceci s'explique en partie par le fait que les personnes souffrant d'une surdité attendent en général trop longtemps pour se faire appareiller (8 cas sur 10). Actuellement, 80 % des patients suivis pour des problèmes de surdité ont entre 70 et 100 ans. Leur moyenne d'âge est de 85 ans.

Par ailleurs, on constate une disparité suivant les pays concernant la pose d'implants : 500 sont posés annuellement en Allemagne, 400 en Angleterre et de 150 à 180 en France.

Un sondage BVA a été réalisé en 1995 auprès de 2 000 personnes. A la question posée : « Lorsque vous avez découvert que vous aviez des troubles de l'audition, quelle a été votre réaction ? » :

40 % disent avoir consulté ;

22 % ont attendu ;

25 % n'ont rien fait, mais disent qu'ils agiront si la surdité s'aggrave ;

10 % disent qu'ils ne feront rien.

Plusieurs obstacles peuvent expliquer cette situation :

Une prévention insuffisante ;

Les réticences psychologiques des patients à se faire appareiller, qui sont plus importantes dans les pays du Sud que dans ceux du Nord ;

La méconnaissance importante des possibilités d'appareillage, des conditions dans lesquelles celui-ci se réalise, des résultats envisageables ;

Le fait que le cerveau peut jusqu'à environ 55 ans compenser une part importante de la perte auditive (jusqu'à 30 %) ;

Enfin, le coût de l'appareillage, de son entretien et de sa maintenance et la faiblesse des remboursements par les organismes sociaux.

Si, en France, les prix des appareils sont plus faibles que dans la plupart des pays industrialisés, il est indéniable que leur prise en charge par les organismes sociaux n'est pas à la hauteur des besoins.

A titre de comparaison, nous indiquerons ci-dessous, pour un certain nombre de pays industrialisés, le coût moyen en francs français d'un appareillage (appareil digital + adaptation), ainsi que les conditions de prise en charge :

PAYS	COÛT de l'appareillage	PRISE EN CHARGE
Hollande	11 390 F	Sécurité sociale : 3 800 F (2 oreilles).
Suisse	13 500 F	75 % pour les retraités, 100 % pour les actifs (2 oreilles).
USA	21 000 F	Assurances privées.
Allemagne	11 200 F	80 % (2 oreilles).

Espagne	12 400 F	Pas de remboursement.
Italie	12 400 F	670 F (1 oreille).
France	De 9 à 10 000 F	1 310 F (1 oreille).

Il faut ajouter à ce coût moyen (pour un appareil digital, dont le coût est de 2 000 F à 3 000 F plus élevé qu'un appareil analogique) les frais d'entretien et les piles (un forfait annuel de 240 F est remboursé, sur justificatifs), dont le coût peut être assez variable suivant les modèles, et que l'on peut évaluer à environ 10 F par semaine.

La conséquence de ces obstacles est que seulement 225 000 appareils sont vendus en France, soit 2 à 4 fois moins que dans d'autres pays industrialisés. On constate que moins le taux de surdité est important, moins les patients décident d'un appareillage :

- pour 5 % de surdités sévères, 50 % sont corrigées ;
- pour 20 % de surdités moyennes, 20 % sont corrigées ;
- pour 75 % de surdités légères, 10 % sont corrigées,

alors que plus l'appareillage est précoce, meilleure sera la correction.

L'objectif du groupe de travail du Conseil national de la consommation sera donc de rechercher des moyens pour surmonter les difficultés rencontrées par les patients-consommateurs atteints d'une surdité plus ou moins profonde et d'émettre des propositions à l'égard des pouvoirs publics.

Vaincre les obstacles

Tout au long des travaux, le groupe de travail a pu prendre conscience qu'une grande partie des problèmes relatifs aux prothèses auditives relevait essentiellement de questions psychologiques, de formation (carences de dépistage), de procédures d'information, de conditions de remboursement.

La barrière psychologique

La malaudition touche chacun de nous au même titre que la malvision.

Un sondage SOFRES de novembre 1997 indiquait que sur 17 millions de Français de plus de 50 ans :

- 66 % avaient une faiblesse auditive ;
- 24 % avaient un réel problème d'audition ;
- 4 % seulement étaient équipés d'appareils auditifs.

S'il est devenu banal d'être porteur de lunettes ou de lentilles, l'approche des audioprothèses est tout autre.

Il est donc essentiel :

- de dédramatiser le problème (ce n'est pas une maladie, c'est une évolution quasi normale du corps humain, et ce n'est pas honteux d'être appareillé) ;
- de banaliser le phénomène, tant de la surdité que de son atténuation par appareillage, notamment en insistant sur le confort social et le bien-être que cela peut apporter, pour soi-même et pour l'entourage ;
- de sensibiliser la population et l'ensemble du corps médical face au dépistage de ce handicap et aux remèdes à y apporter.

Former le corps médical au dépistage

Le corps médical tout entier :

Il y a actuellement une carence de formation au dépistage des problèmes auditifs au niveau de la médecine générale.

C'est cependant à ce niveau que la recherche pourra être efficace.

Il est donc nécessaire que la sensibilisation aux problèmes auditifs fasse l'objet d'une formation obligatoire dans la formation universitaire et pratique de la médecine générale et que ce dépistage

devienne impératif dans les contrôles de santé :

- en pédiatrie ;
- en médecine scolaire ;
- en médecine du travail ;
- en gérontologie ;
- et recommandée au moins une fois par an en médecine générale.

Les audioprothésistes :

La formation actuelle est de deux ans avant la délivrance du diplôme d'Etat.

Afin tant d'harmoniser cette formation avec les textes européens (bac + 3) que d'assurer une meilleure aptitude des praticiens, il serait nécessaire de la porter à trois ans, comprenant une année de stage, sous la responsabilité d'un maître de stage.

Il est rappelé que cette profession est intégrée au livre IV du code de la santé publique comme profession paramédicale au même titre que les masseurs-kinésithérapeutes, les pédicures et les opticiens lunetiers.

La procédure d'accès aux soins prothétiques

A qui s'adresser ?

Il ressort des différentes enquêtes que, outre les deux problèmes précédemment évoqués (approche psychologique et carences de dépistage), le patient ne sait pas à qui s'adresser.

L'article L. 510-1 du code de la santé publique prévoit en son alinéa 3 :

« La délivrance de chaque appareil de prothèse auditive est soumise à la prescription médicale préalable et obligatoire du port d'un appareil, après examen otologique et audiométrique tonal et vocal ».

C'est soit le médecin qui aura procédé au dépistage s'il a les compétences et les moyens nécessaires, soit le médecin spécialiste (ORL) qui, après les examens prévus ci-dessus et en fonction de l'état général du patient, prescrira le port d'une prothèse auditive.

C'est alors qu'interviendra l'audioprothésiste qui, conformément à l'article L. 510-1, procédera à l'appareillage :

« Cet appareillage comprend le choix, l'adaptation, la délivrance, le contrôle d'efficacité immédiate et permanente de la prothèse auditive et l'éducation prothétique du déficient de l'ouïe appareillé ».

Le rôle de l'oto-rhino-laryngologiste :

Il existe plusieurs types de surdité : pédiatrique, adulte, de la personne âgée (presbycusie).

Pour établir son diagnostic, l'ORL procède à un examen clinique, puis à une série de tests.

Le choix de la thérapeutique :

elle peut être chirurgicale : certaines surdités sont susceptibles d'être améliorées par un geste chirurgical (cas des enfants ayant eu des otites sérieuses) ;

il peut s'agir d'un appareillage : chez l'adulte, la surdité peut apparaître soit à la suite d'une maladie de l'enfance, soit en raison de causes qui apparaissent avec l'âge.

La presbycusie est le vieillissement de l'oreille interne.

Lorsque le diagnostic conduit à prescrire un appareillage, l'ORL adresse le patient à un audioprothésiste, et les deux professionnels vont conjointement assurer le suivi du malade.

Ce suivi est de longue durée.

Chez l'enfant, si l'appareillage a lieu avant l'acquisition du langage, il sera accompagné d'une rééducation orthophonique et, éventuellement, de conditions d'éducation scolaire spéciales.

Après quatre ans, les conditions de l'appareillage postlinguistique rejoignent les conditions de l'appareillage adulte.

Les « étapes » de l'audioprothésiste :

La première démarche de l'audioprothésiste est une phase d'écoute du patient (quelle est sa demande, quelles sont ses conditions de vie...).

La deuxième phase comprend un certain nombre de tests pour compléter les données de l'audiogramme. C'est un bilan et une orientation qui débouche sur une proposition d'appareillage ou de non-appareillage.

Vient alors une phase de conseil pour l'appareillage unilatéral ou bilatéral, en fonction de la

demande et des possibilités du patient.

Puis c'est la prise d'empreinte.

La séance suivante, des tests seront établis sur les appareils conseillés. L'audioprothésiste donnera des conseils d'adaptation, de manipulation, des informations sur le changement des piles, sur les situations dans lesquelles utiliser l'aide auditive.

La phase d'adaptation permet d'effectuer des contrôles et de corriger certaines réactions. De nouveaux tests sont réalisés pour valider les corrections apportées.

Une ou plusieurs séances supplémentaires seront nécessaires pour contrôles.

Lors de la dernière rencontre, des informations relatives à la vie quotidienne du patient lui sont données pour un confort optimal

Enfin, il sera proposé un suivi bi-annuel ou annuel pour vérifier l'efficacité du dispositif.

L'information du consommateur

Au-delà de l'information générale du public, qui doit relever des missions de l'Etat en matière de prévention de la santé publique, l'ensemble des membres du groupe de travail a souligné, tout au long des réunions, l'importance de l'information dont doit bénéficier le patient-consommateur en matière d'appareillage auditif. Il apparaît clairement que la prestation qui accompagne la fourniture et l'adaptation de l'appareil est essentielle, et qu'elle comprend en premier lieu l'information préalable à tout appareillage. Il appartient notamment à l'audioprothésiste d'expliquer au patient ce que l'on peut lui proposer (à quel prix, pour quel service rendu, en combien de temps...), ce qui différencie les diverses propositions (différences, prix, performances...), et enfin les limites de l'appareillage en termes de correction auditive.

La question s'est posée de savoir s'il convenait de dissocier, dans le devis, le prix de l'appareil de celui de la prestation. Il est apparu au terme du débat qu'il était de l'intérêt commun des consommateurs et des professionnels de faire clairement apparaître l'importance de la prestation par rapport à la fourniture du matériel lui-même. Toutefois, le groupe a souhaité que soit clairement mentionné le fait qu'appareil et adaptation doivent être délivrés par un même audioprothésiste.

D'autre part, il apparaît indispensable que le consommateur ait connaissance des qualités de la personne qui le reçoit : à ce titre, il est souhaité qu'une plaque apposée à l'extérieur du magasin mentionne les noms et qualités de l'audioprothésiste responsable. Enfin, les différents intervenants doivent être identifiés par un badge précisant quelle est leur compétence, à l'intérieur du magasin.

Une plaquette d'information, détaillant les différentes phases de l'adaptation de l'audioprothèse et de son suivi dans le temps, réalisée par le groupe de travail, sera remise aux consommateurs (document en annexe). Ce document précise également les mentions que devra inclure le devis, ainsi que les conditions de conclusion du contrat passé entre le patient-consommateur et l'audioprothésiste.

Il indique notamment que la fourniture de l'appareil et son adaptation sont indissociables, c'est-à-dire assurées par le même audioprothésiste.

Ce devis comporte les mentions suivantes :

- la ou les oreilles appareillées ;
- la marque ;
- le type ;
- le numéro d'agrément ;
- le prix de vente du ou des appareils ;
- le prix total de l'appareillage (appareil + prestation) ;
- le prix du ou des embouts ;
- le prix de la ou des coques ;
- le coût indicatif des piles et leur fréquence moyenne de remplacement ;
- le montant du TIPS enfant, le TIPS adulte.

Le devis comporte au minimum deux propositions, dont une solution de base, dont les prix seront mentionnés.

Éléments de prise en charge des audioprothèses

Premier élément incontournable de la prise en charge : le TIPS.

Qu'est-ce que le TIPS :

Le TIPS est la procédure de prise en charge (ce n'est absolument pas une autorisation de mise sur le marché) qui détermine le montant du remboursement de la prothèse ;

Le marquage CE est fait selon la classe 2A qui permet tout au plus de dire qu'une audioprothèse répond bien aux exigences essentielles, mais ne permet en aucun cas d'évaluer l'audioprothèse en fonction de sa performance ;

En pratique, les certificats de marquage CE arrivent essentiellement avec une certification de l'entreprise qui permet de dire que le fabricant répond à tous les critères nécessaires pour fabriquer des audioprothèses ;

Afin de remédier à ce manque d'évaluation, le TIPS, dont le but est de rembourser des audioprothèses sûres et en fonction de leur niveau de performance, a instauré une grille d'évaluation des caractéristiques de l'audioprothèse ;

Cette grille a été réalisée par le Laboratoire national d'essais et les fabricants. Elle est très détaillée et aboutit à la notation de la performance de l'audioprothèse. C'est une notation technique qui ne donne pas l'évaluation du service médical rendu par l'audioprothèse ;

La note technique de l'audioprothèse est fournie au niveau de la demande d'inscription au TIPS en même temps que le prix accepté par le ministre de l'économie. Ce prix est une mesure parallèle que les fabricants doivent déposer en application de l'article L. 162-38 du code de la sécurité sociale et en application de l'arrêté du 17 mars 1988. Lorsque la commission consultative des prestations sanitaires a les deux éléments (performance + prix), elle étudie le rapport performance/prix afin de voir si l'audioprothèse doit être inscrite au TIPS. La note donnée par le LNE pour une audioprothèse doit être supérieure à 3 (actuellement, la note la plus basse est de 4,1). Le tarif est déterminé en fonction de la note et du prix de vente déposé par les fabricants et accepté par la DGCCRF ; il correspond au coût de l'audioprothèse et au coût de l'adaptation ;

Pour couvrir le coût de l'adaptation de l'audioprothésiste, il y a un coefficient multiplicateur qui fait que, lorsque l'audioprothèse n'est pas très chère, l'audioprothésiste aura une rémunération moins importante et si l'audioprothèse est très chère, la rémunération de l'audioprothésiste sera d'autant plus élevée ;

On constate donc que, par le biais de ce tarif, il y a un lien très étroit entre le coût de l'appareil et la rémunération de l'audioprothésiste ;

Par ailleurs, il a été constaté des remises excessivement importantes dans certains cas qui peuvent, peut-être, s'expliquer en raison des volumes achetés. Le coefficient multiplicateur qui va aboutir à la rémunération de l'audioprothésiste est fondé sur le prix déposé auprès de la DGCCRF. L'écart de la remise est encaissé par l'audioprothésiste, mais ne bénéficie pas à l'assurance maladie. Ce système n'est satisfaisant ni pour les patients, ni pour l'assurance maladie, ni pour une moralisation du secteur ;

Pour cette raison, aussi bien les consommateurs que le ministère de la santé sont favorables à la séparation du prix de l'appareil et de la rémunération de l'audioprothésiste ;

Que l'audioprothésiste soit rémunéré en fonction du niveau des prix du matériel apparaît inconcevable pour maîtriser les dépenses de santé ainsi que pour les patients.

Aujourd'hui, diverses pistes sont étudiées par le ministère, afin d'améliorer la prise en charge :

1. Amélioration de la prise en charge des consommables et des réparations ;
2. Poursuite de la prise en charge de la stéréophonie lorsque le patient en a bénéficié avant seize ans ;
3. Revalorisation du tarif adulte ;
4. Prise en charge, même très partielle, de la stéréophonie pour les adultes afin que les mutuelles puissent également la prendre en charge.

Pour les consommateurs, toutes ces pistes sont positives ; cependant, dire que l'on pourrait prendre partiellement en charge l'équipement stéréophonique des adultes non équipés avant seize ans, pour permettre un remboursement par les mutuelles, est difficile à accepter. Les personnes âgées, dont le revenu peut être légèrement au-dessus du seuil prévu pour bénéficier de la CMU, sont les premiers clients des audioprothésistes.

Il n'est pas possible, pour les consommateurs, de laisser dire que la bonne piste est de rembourser un petit peu pour que les mutuelles puissent agir. Il y a véritablement là une inégalité et un transfert

de responsabilités inacceptables. Enfin, « l'autocensure » de certains médecins prescripteurs qui ne prescrivent que ce qui est partiellement pris en charge a un effet cumulatif en défaveur de l'appareillage de la deuxième oreille. Etre appareillé d'une seule oreille lorsque les deux sont déficientes revient à avoir une oreille qui ne fonctionne pas.

La prise en charge par les organismes sociaux :

Les audioprothèses doivent être prescrites par un médecin ;

Pour les plus de seize ans, la prise en charge est de 851,50 F, soit 65 % de la base forfaitaire de 1 310 F ;

Le remboursement ne s'effectue que pour une seule oreille ;

Pour les enfants, jusqu'à seize ans, la prise en charge est égale à 100 % d'un tarif de responsabilité variable selon le type d'appareil, et pouvant aller jusqu'à 9 000 F. Elle peut être doublée si les deux oreilles sont appareillées ;

Le tarif de responsabilité couvre l'achat de l'appareil, son adaptation et son suivi par l'audioprothésiste, il inclut la TVA à 5,5 % ;

Les audioprothésistes ne sont pas tenus d'aligner le prix de vente de leurs appareils sur le tarif de responsabilité.

Le Conseil national de la consommation demande

Conformément au mandat proposé, le Conseil national de la consommation demande que soient mises en place les modalités selon lesquelles il sera possible d'améliorer l'information préalable des consommateurs ainsi que les moyens pour résoudre les problèmes d'appareillage auditif.

Pour ce faire, il propose :

que la formation des personnels de santé inclue une meilleure sensibilisation à la prévention et une meilleure formation en harmonie avec les textes européens ;

que l'information des consommateurs en la matière soit mieux assurée : « qui est qui, et qui fait quoi » ;

que les pouvoirs publics intègrent prioritairement le dépistage et la prise en charge des deux oreilles.

Afin de réaliser ses ambitions, le Conseil national de la consommation propose l'avis ci-joint.

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^{er} janvier 2002)

NOR : *ECOC9910338V*

Rapporteurs : Mme Annick Gaimé (MEDEF) et M. Pierre Marleix (AFOC).

Le basculement à l'euro affecte les textes législatifs et réglementaires qui prévoient des références à des montants exprimés en unité monétaire nationale.

C'est dans ces conditions que les deux collèges du Conseil national de la consommation ont examiné la question de savoir s'il était opportun de préconiser des dispositions particulières pour adapter les textes à la monnaie unique à l'horizon du 1^{er} janvier 2002.

Les deux collèges rappellent qu'en droit la modification du texte ne s'impose pas. En effet, l'article 14 du règlement n° 974/98 du 3 mai 1998 prévoit que :

« Les références aux unités monétaires nationales qui figurent sur des instruments juridiques existant à la fin de la période transitoire doivent être lues comme des références à l'unité euro en appliquant les taux de conversion respectifs. »

Il s'ensuit qu'au plus tard le 1^{er} janvier 2002 les références en francs devront être lues en euros en leur appliquant les règles de conversion et d'arrondi prévues par les articles 4 et 5 du règlement communautaire n° 1103/97 du 17 juin 1997.

Concrètement, le seuil de 500 francs relatif à la vente avec prime (art. R. 121-8 du code de la consommation) ressortira à 76,22 Euro.

Les deux collèges estiment que l'application stricte de la règle de droit conduira à rendre les textes peu lisibles et plus difficilement mémorisables, tant pour les consommateurs que pour les professionnels.

C'est pourquoi ils recommandent l'adaptation des textes à la monnaie unique pour faciliter le basculement définitif à l'euro des consommateurs et des professionnels.

Les dispositions particulières préconisées par les deux collèges concernent l'ensemble des textes du code de la consommation, à l'exception des seuils prévus pour les sanctions pénales et les sommes exprimées dans les arrêtés de prix applicables à certaines professions.

Sans préjuger des adaptations nécessaires des seuils des prix, ils préconisent, dans le cadre d'une démarche strictement liée au basculement à l'euro, une méthode de rétablissement des sommes en euros ayant pour résultat :

- de retrouver des chiffres ronds ;
- d'arrondir les sommes en restant le plus près possible des seuils d'origine ;
- de privilégier, dans le choix des arrondis, l'intérêt des consommateurs.

Le tableau de la page suivante reprend les principaux exemples tirés du code de la consommation.

Conversion en euros des seuils du code de la consommation (applicables au plus tard au 1^{er} janvier 2002)

ANNÉES	ARTICLES	SEUIL (en francs)	CONVERSION stricte en euros	SEUIL « arrondi »
1978/1988	Art. D. 311-1 Crédit à la consommation	140 000 F	21 342,86	21 500
1978/1988	Art. D. 311-2 Seuil crédit immobilier	140 000 F	21 342,86	21 500
1992	Art. R. 114-1 Information, délai de livraison	3 000 F	457,35	500
1986	Art. R. 121-8 Vente avec primes	30 F	4,57	5
1986	Art. R. 121-8 Vente avec primes	500 F	76,22	80
1986	Art. R. 121-8 Vente avec primes	350 F	53,36	60
1984	Art. R. 311-5 Coût crédit pour 100 F	100 F	15,24	10
1980	Art. R. 312-1 Contrat de crédit, frais d'études	1 000 F	152,45	150
1983	Arrêté du 3 octobre 1983 Délivrance de notes au consommateur (83-50)	100 F	15,24	15
1990	Arrêté du 2 mars 1990 Dépannage, entretien	1 000 F	152,45	150
1990	Arrêté du 11 mai 1990 Mise en demeure seuil impayé	3 000 F	457,35	500
1994	Arrêté du 22 novembre 1994 Prestations complémentaires. Vente voyage	7 000 F	1 067,14	1 000
1995	Arrêté du 27 novembre 1995 Masseurs- kinésithérapeutes	1 000 F	152,45	150
1996	Arrêté du 3 septembre 1996 Seuil destruction auto	5 000 F	762,25	800
1996	Arrêté du 17 octobre 1996 Publicité prix actes médicaux	2 000 F	304,90	300

Les membres du Conseil national de la consommation, réunis en séance plénière le 9 novembre 1999, ont adopté l'avis à l'unanimité des deux collèges.

Avis du Conseil national de la consommation relatif à l'information des consommateurs sur les méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables : les viandes

NOR : *ECOC0000234V*

Depuis quelques années, l'offre de viandes présentées sous « atmosphère protectrice » suscite des interrogations et même des inquiétudes chez les consommateurs.

Actuellement très confidentiels (2 % du marché environ), ces produits sont appelés à se développer car ils présentent des avantages techniques et économiques pour les professionnels comme pour les consommateurs.

L'allongement de la durée de conservation que permettent ces méthodes ne semble pas, d'après les analyses présentées, modifier significativement les qualités microbiologiques et organoleptiques des viandes.

Aussi, lorsque la réglementation est respectée par les professionnels, l'utilisation finale des viandes est identique à celle des produits non conditionnés.

Dans le cas où les viandes sont présentées directement au consommateur sous un conditionnement spécifique, la réglementation (décret du 29 septembre 1998) a prévu une information explicite sur l'emballage.

Il est apparu aux rapporteurs que la question posée au groupe de travail reflétait également une crainte des consommateurs sur les problèmes de congélation ou de surgélation de ces viandes par rapport aux viandes non conditionnées.

La réponse aux questions posées apparaît dépendre plus d'une meilleure diffusion de l'information que de l'accroissement d'une réglementation qui semble suffisante.

Aussi le CNC préconise :

A. - Pour les organismes professionnels :

1. De rappeler à leurs adhérents les réglementations en vigueur avec des conseils pratiques de mise en œuvre des processus de découpe et de conditionnement des viandes ;
2. De fixer une DLC dans le cadre de l'application du guide de bonnes pratiques d'hygiène et d'inciter à la mise en place d'un protocole type concernant la définition de la DLC qui tienne compte des habitudes de consommation après l'achat ;
3. De concevoir une communication auprès des consommateurs pour expliquer les méthodes de conservation, de conseiller sur l'usage des viandes, de préconiser de ne pas congeler sans respect de règles précises.

B. - Pour les consommateurs :

1. De ne pas craindre de consommer les viandes conditionnées sous « atmosphère protectrice » dès lors que l'information réglementaire est affichée ;
2. De ne pas congeler ou surgeler sans respecter les règles qui assurent une bonne conservation ;
3. De respecter impérativement les DLC et les températures indiquées sur les emballages ;
4. D'utiliser les réfrigérateurs selon les préconisations des fabricants, et en particulier de respecter les règles d'hygiène (nettoyage régulier...) et de disposer d'informations plus précises et complètes sur les performances des réfrigérateurs.

Les membres du Conseil national de la consommation, réunis en séance plénière le 21 décembre 1999, ont adopté l'avis à la majorité des deux collèges.

Rapport du Conseil national de la consommation relatif à l'information des consommateurs sur les méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables : les viandes

NOR : *ECOC0000233X*

Dans le cadre de son mandat, le groupe de travail permanent agroalimentaire et nutritionnel du Conseil national de la consommation s'est réuni à plusieurs reprises avec les spécialistes de la filière

pour examiner le thème confié.

Dans un premier temps, le groupe a limité son étude aux modes de conditionnement des viandes, et particulièrement des bovins et ovins pour faire suite à l'avis du Conseil national de la consommation du 4 décembre 1997.

Dans une première partie, le rapport décrit les différents modes de conservation et de conditionnement.

Dans une seconde partie, sont évoquées les conséquences éventuelles pour les consommateurs.

Les rapporteurs :

Emmanuel de Carné pour le collège des consommateurs et usagers ;

François Malaterre pour le collège des professionnels,

ont souhaité présenter une troisième partie sous forme d'avis commun.

Dans un second temps, les rapporteurs proposent que le groupe de travail s'intéresse aux méthodes de conservation des autres denrées alimentaires périssables, en particulier les produits de quatrième et cinquième gammes.

1. Les méthodes de conservation des denrées alimentaires périssables : le conditionnement des viandes

A. - Généralités sur l'évolution du conditionnement des viandes

Nous n'aborderons pas ici le cas des viandes congelées qui se conservent plusieurs mois par inhibition du développement microbien.

L'atmosphère que l'on respire comporte 80 % d'azote et 20 % d'oxygène. La viande peut être conservée à une température fraîche ou froide dans cette atmosphère non modifiée, sans protection particulière : c'est le cas de la viande sur os conservée dans la chambre froide du boucher ou de la tranche présentée sous film étirable, très représentée au niveau du détail.

Mais l'oxygène de l'air ambiant oxyde les graisses, ce qui conduit au phénomène de rancissement. La dégradation microbiologique est relativement rapide : le développement de microbes aérobies entraîne la putréfaction de la viande.

Une viande provenant d'un bovin abattu dans de bonnes conditions hygiéniques et maintenue à température froide ou fraîche peut se conserver en carcasse, jusqu'à environ trois semaines au maximum après l'abattage. Lorsque la viande est vendue au détail dans du papier d'emballage ou sous film, elle se conserve trois à cinq jours, parfois plus dans de très bonnes conditions de froid et d'hygiène.

B. - Les différents modes de conditionnement

Le plus ancien (25 ans) est celui sous atmosphère modifiée avec oxygène (O₂). La viande est conservée dans une ambiance composée pour l'essentiel d'oxygène (60/80 %) auquel il a été ajouté du gaz carbonique (CO₂) qui ralentit la multiplication des microbes. La durabilité de la viande ainsi conservée est très faiblement augmentée. Par contre, cette méthode permet de conserver plus longtemps une couleur rouge caractéristique de la viande.

Le sous vide est un mode de conservation où l'air ambiant a été éliminé, c'est-à-dire qu'aucun gaz n'est présent dans l'emballage. La durée de conservation des viandes ainsi présentées peut atteindre, selon les pratiques constatées pour une température comprise entre 0°C et + 2°C, quatre à six semaines au stade de gros et deux à trois semaines au détail.

En France, il est à noter qu'au stade du détail, une faible proportion de la viande de bœuf est conditionnée sous vide (0,3 %) ou sous atmosphère modifiée (0,7 %). Par contre au stade du gros, le conditionnement sous vide est très répandu.

Un mode de conditionnement sous atmosphère sans oxygène est apparu récemment. Il consiste à placer les viandes sous gaz carbonique ou sous azote, purs ou en mélange. Cette méthode de conservation est sans conteste la plus efficace pour allonger la durée de vie des produits réfrigérés. Elle permet d'avoir une durabilité jusqu'à quatre à six mois pour le bœuf et de trois mois pour l'agneau, mais la température de réfrigération doit être abaissée à - 1,5 °C. Cette technique de

conservation a été développée par la Nouvelle-Zélande et l'Australie pour abaisser la contrainte temps liée au transport et augmenter leurs exportations de viandes, notamment vers l'Europe. En effet, pour commercialiser des viandes dans des pays lointains, il fallait soit les congeler, soit les transporter par voie aérienne, ce qui en augmentait le prix. Avec la conservation sous atmosphère sans O₂, il est possible de transporter les viandes réfrigérées par voie maritime et donc d'avoir des prix compétitifs et de les présenter aux rayons « boucherie » (traditionnelle et libre service).

Cette pratique concerne pour l'essentiel le stade de gros et, à ce jour, il n'y a que très peu de produits carnés vendus au détail qui soient sous ce mode de conditionnement.

Nous n'avons pas évoqué, dans cette partie, les traitements éventuels comme l'ionisation, car ceci ne concerne pas le conditionnement. Par ailleurs, ils font l'objet d'une réglementation sur autorisation préalable très stricte et sont autorisés uniquement pour les viandes de volailles séparées mécaniquement et abats de volailles (arrêtés des 27 août 1990, du 6 février 1995 et du 30 mai 1997).

C. - *Données techniques et microbiologiques sur le conditionnement des viandes, sous vide et sous atmosphère modifiée*

Le premier facteur limitant les résultats obtenus sur les viandes conditionnées sous vide ou sous atmosphère modifiée est la qualité du conditionnement.

Ainsi, les qualités commerciales et microbiologiques des viandes sont bien supérieures lorsque le taux d'oxygène résiduel, dès le conditionnement, est proche de zéro et que l'emballage est parfaitement hermétique.

En ce qui concerne l'aspect des viandes (couleur, odeur), notamment pour les morceaux avec os, le conditionnement sous atmosphère modifiée donne de meilleurs résultats que le sous vide. Ceci s'explique notamment par les difficultés rencontrées pour réaliser un bon sous vide sur des morceaux avec os.

Sur le plan bactériologique, ce sont les morceaux sans os qui donnent les meilleurs résultats. Les flores d'altération (entérobactéries, *pseudomonas*, *brochotrix thermosphacta* et les coliformes fécaux, *listeria monocytogènes*...) se développent peu et sont inhibées par le développement des lactobacilles lorsque les viandes sont conditionnées sous atmosphère modifiée sans oxygène. Ce ralentissement du développement bactérien provient non seulement de l'absence d'oxygène, mais aussi de l'effet bactériostatique du CO₂. Enfin, si les résultats microbiologiques des viandes conservées à - 1,5 °C sous atmosphère modifiée sont meilleurs que ceux des viandes conservées sous vide, cette différence est très atténuée à + 3 °C.

Les pertes de masse sont souvent supérieures lorsque les viandes sont conditionnées sous atmosphère modifiée, elles sont plus importantes lorsque la viande est désossée. Il s'avère, par ailleurs, que ces pertes peuvent être corrélées avec l'augmentation de la durée de conservation des viandes.

Au plan organoleptique, les études menées ne révèlent pas de différence significative entre les deux modes de conditionnement.

Si globalement le conditionnement sous atmosphère modifiée est plus performant que sous vide, cet avantage doit être relativisé, car l'écart est surtout important pour les morceaux avec os, pour des durées de conservation longues et une température de stockage négative.

D. - *Synthèse des auditions du groupe de travail*

Le groupe de travail a auditionné des industriels français et néo-zélandais et des scientifiques de l'institut de l'élevage (recherche appliquée) et de l'université de Montpellier (microbiologiste) (*).

Pour les industriels, la technique de la conservation de la viande sous atmosphère modifiée sans oxygène apporte une amélioration quant à la durée de vie du produit et à sa qualité hygiénique. Cependant, il s'agit d'une technique qui s'avère chère et complexe. Les Néo-Zélandais maîtrisent la totalité de la chaîne de production afin d'obtenir de meilleurs résultats (100 jours de DLC après abattage pour des agneaux). Le délai entre chaque étape est raccourci au maximum, la température à laquelle la viande est travaillée est de 3 °C et la température de conservation est de - 1,5 °C, et ceci du stockage en Nouvelle-Zélande, en passant par le transport et le stockage en Europe. Cependant, la durée de vie est calculée en fonction de la température de stockage dans les magasins et doit être

raccourcie de 10 % à chaque fois que la température s'élève de 1 °C (la température des meubles de vente est réglée en France entre 0 °C et + 2 °C). En conclusion, les industriels considèrent que cette technique permet pour le consommateur de bénéficier d'une durée de vie plus longue du produit en apportant une meilleure sécurité hygiénique et pour eux d'améliorer la gestion de la production et ainsi de mieux maîtriser les schémas logistiques.

Pour les scientifiques, la conservation sous atmosphère modifiée peut être considérée comme la catégorie générale des modes de conservation de la viande réfrigérée (hors congelé et surgelé), dans laquelle on trouve, le mode le plus répandu : le sous vide (atmosphère modifiée radicalement, 50 % de la viande de bœuf seraient passés par ce mode de conservation), l'atmosphère modifiée avec O₂ et l'atmosphère modifiée sans O₂. La conservation sous CO₂ est une technique qui fait intervenir à la fois la température, puissant facteur de ralentissement du développement microbien, le milieu gazeux dans lequel l'oxygène est absent, qui permet de bloquer le développement des micro-organismes aérobies, l'acidification légère de la surface de la viande due à la présence en grande quantité de CO₂, ce qui réduit également le développement des pathogènes, notamment par la compétition des autres micro-organismes. Cependant, la qualité d'un produit dépend également de la qualité initiale du produit lui-même, des prestations de service (hygiène, froid, qualité de l'emballage) et du temps utilisé pour le produire. Les différents modes de conservation qui permettent d'allonger la durée de vie du produit nécessitent également, pour être convenablement mis en œuvre, une bonne traçabilité permettant aux différents industriels de connaître à chaque étape l'historique du produit.

(*) Auditions : M. Quilichini (institut de l'élevage), M. Lagaude (université de Montpellier), M. Aignel (SVA), M. Pauwels (Richmond Europe NV).

2. Les conséquences pour les consommateurs

Les trois modes de conditionnement :

- atmosphère modifiée avec oxygène ;
- atmosphère sans oxygène ;
- sous vide,

ne modifient pas significativement la qualité microbiologique ou organoleptique et gustative des viandes, comme cela a été indiqué au groupe de travail à la suite d'études menées par l'institut de l'élevage, le laboratoire de Massy. Sous réserve que les diverses techniques soient bien maîtrisées, les divers modes de conditionnement sont globalement comparables et équivalents. Les conditionnements sous vide semblent toutefois moins adaptés aux produits avec os en raison des risques de déchirure des sacs.

Il en résulte que les produits déconditionnés peuvent être utilisés normalement par les consommateurs et éventuellement être congelés ou surgelés dans un cadre familial. Il faut noter que les réserves des spécialistes concernant la congélation ou la surgélation ne visent pas particulièrement ces produits, mais sont d'ordre général. Il n'apparaît pas, en effet, souhaitable d'encourager la congélation et la surgélation par les ménages de manière artisanale.

Il n'y a pas pour le consommateur, sur le plan de l'hygiène ou de la qualité nutritionnelles ou organoleptiques, de problèmes qui découlent des méthodes de conditionnement sous réserve que celles-ci aient été, bien sûr, réalisées dans des conditions normales mais les techniques industrielles qui résultent de ces modes de conservation doivent être rigoureuses.

En fait, le potentiel d'utilisation de ces viandes déconditionnées est identique à celui des viandes qui ne le sont pas sous réserve que les températures de conservation indiquées sur l'étiquetage soient respectées.

Pour les consommateurs un peu particuliers que sont les structures de restauration collective, il convient de rappeler que la conservation des viandes en carcasse ou en demi-gros sous atmosphère modifiée sans oxygène nécessite une température de - 1,5°, contre 0 à + 2° pour les autres modes de conservation.

Actuellement, l'offre au consommateur est présentée sous atmosphère modifiée ou sous vide (2 % du marché environ).

Dans ce cas, le décret du 29 septembre 1998 prévoit une mention d'information pour le

consommateur sous la forme « conditionné sous atmosphère protectrice ».

L'étiquetage du produit comporte également la date limite de consommation permettant d'en garantir les qualités et l'évolution microbiologique jusqu'à leur utilisation par les consommateurs.

Sur un plan économique, ces techniques permettent de proposer aux consommateurs des viandes de provenances éloignées à prix compétitifs. Dans ce cas, l'indication de l'origine, lorsqu'elle sera obligatoire pour tous, permettra au consommateur d'être informé.

**Synthèse des travaux du groupe de liaison
Les Consommateurs et le bogue de l'an 2000**
Présentée aux membres du Conseil national
de la consommation le 29 juin 1999

Un premier débat sur les consommateurs et le bogue de l'an 2000 a eu lieu dans le cadre du CNC plénier, le 24 mars 1999. Suite à ce premier échange, le CNC a créé un groupe de travail, dit groupe de liaison sur les implications spécifiques de la problématique du passage à l'an 2000 dans la vie quotidienne des consommateurs.

Les travaux de ce groupe de liaison se situent en complémentarité de ceux qui sont menés au sein du Comité national pour le passage à l'an 2000.

A l'exception du groupe n° 2 « assurances » de la commission juridique du Comité national pour le passage à l'an 2000, qui a établi un document, spécifique pour les particuliers, relatif aux problèmes du passage à l'an 2000 et des assurances (les principales conclusions sont reprises dans cette synthèse), le Conseil national de la consommation est, toutefois, la seule instance où la question du bogue est examinée, collectivement, sous l'angle de ses conséquences pour les particuliers avec pour objectif de réfléchir à une information destinée au grand public.

S'il est vrai que le passage informatique à l'an 2000 concerne tout un chacun d'entre nous, toute la question est de savoir :

Comment les consommateurs sont concernés ?

Par quoi exactement ?

Comment doivent-ils s'y préparer ?

Et, s'agissant des équipements domestiques concernés, qui prendra en charge l'éventuelle mise en conformité de ces derniers et les préjudices qui pourraient en résulter pour les consommateurs ?

Le passage à l'an 2000 n'est pas un simple problème technique. Il est susceptible d'avoir des conséquences économiques, sociales, voire sociétales. Quand bien même les solutions techniques seraient au point, il restera, encore et toujours, à se préoccuper des comportements des consommateurs.

Il a été convenu d'effectuer un inventaire, branche par branche, des principaux domaines susceptibles d'affecter la vie quotidienne, de les hiérarchiser en fonction de leur degré de gravité et d'engager une réflexion sur les modalités d'une information précise des consommateurs qui soit à la fois rassurante, quand elle le peut, et préventive, quand elle le doit.

Le groupe a considéré que trois questions principales étaient au centre des préoccupations des consommateurs :

- leur santé et leur sécurité ;
- leur alimentation ;
- leur argent.

Les travaux du groupe de liaison se sont donc déroulés en plusieurs réunions thématiques :

- le 23 avril 1999 : mise en place et modalités des travaux ;
- le 10 mai 1999 : les services financiers ;
- le 26 mai 1999 : les transports (individuels et collectifs) et télécommunications ;
- le 7 juin 1999 : la santé et l'alimentation ;
- le 14 juin 1999 : l'habitat, l'énergie et le petit équipement.

Faute de temps et de moyens, il n'a pas été possible de faire le tour complet de l'ensemble des implications du bogue dans la vie quotidienne.

Après audition des responsables professionnels des principaux secteurs d'activité, force est de constater que beaucoup de réponses restent en suspens ou incomplètes.

Il ne sera donc pas possible au groupe de formuler des recommandations satisfaisantes pour une communication en direction du grand public dans l'état actuel de son information.

Toutefois, les associations de consommateurs ont, à plusieurs reprises, été amenées à attirer l'attention sur le fait que les solutions proposées consistant en une information accessible via un site internet ne pouvaient constituer une réponse satisfaisante. Une information destinée au grand public doit se penser autrement.

Il convient d'insister sur l'opportunité d'une communication étalée dans le temps de sorte à éviter l'accumulation d'informations délivrées au plus près du 31 décembre 1999, susceptible de créer un effet de panique.

1. Services financiers, moyens de paiement, droit et assurances :

Secteur financier :

Le secteur financier argue de sa réussite lors de la mise en place de l'euro et des tests effectués pour communiquer sur les efforts entrepris. La Banque de France assure disposer de suffisamment de billets si une demande importante de retraits d'argent devait se présenter.

Des risques ont cependant été identifiés :

a) Celui d'une « fausse » pénurie de billets, dans le cas où les distributeurs de billets, très sollicités en fin d'année, seraient vidés très rapidement, ce qui aurait pour conséquence, les médias aidant, et compte tenu des délais de réapprovisionnement, de créer un afflux vers les guichets habituellement peu fournis en monnaie fiduciaire ;

b) Un plan de travail de mise à niveau des DAB (distributeurs automatiques de billets) est en cours. 27 % sont d'ores et déjà compatibles an 2000. Les autres le seront au cours des prochains mois, selon un plan de charge établi par les banques ;

c) Le problème, le plus important, concerne les terminaux de paiement électroniques (TPE).

Sur les 570 000 terminaux, 100 000 doivent être remplacés et 143 000 doivent recevoir une version correctrice. Ils sont, pour l'essentiel, la propriété des commerçants qui sont, dans de nombreux cas, conduits à changer de terminal.

Le problème est double :

Le coût d'un tel investissement pour les commerçants (de l'ordre de 5 000 à 7 000 F).

La nécessité d'effectuer les remplacements et modifications dans les délais.

Les banques et les commerçants, ainsi que leurs instances professionnelles, doivent se mobiliser pour maîtriser l'adaptation du parc des terminaux de paiement.

Des discussions entre les commerçants, l'AFB et le GIE carte bancaire, sur ce dernier point, sont en cours.

Des résultats de cette mobilisation et de ces discussions dépend la rédaction des recommandations concrètes à adresser aux consommateurs, sur cette très importante question.

d) Il convient d'attirer l'attention des consommateurs sur les dates d'émission de leurs chèques. Certaines banques ont commencé à supprimer les deux premiers chiffres pré-imprimés 19-- concernant l'année.

Droit et assurances :

Le groupe de liaison du CNC a été informé de l'état d'avancement des travaux du groupe n° 2 « assurances » de la commission juridique du comité national pour le passage à l'an 2000, qui a été étudié les problèmes spécifiques aux particuliers et relatifs aux problèmes du passage à l'an 2000 et des assurances ;

Ces travaux ont abouti à la rédaction de deux textes d'information. L'un concerne l'assurance des entreprises et autres professionnels, l'autre concerne l'assurance des particuliers ;

Par définition, les conséquences du bogue de l'an 2000 pour les particuliers sont aléatoires et ne peuvent entraîner de conséquences sur l'application des contrats d'assurances. C'est vrai notamment pour les périls dénommés tels l'incendie, l'explosion, le dégât des eaux.

Au regard de la mise en jeu des contrats d'assurances, le passage à l'an 2000 ne met pas à la charge des particuliers des obligations ou des mesures de précautions spécifiques. Il en résulte que les conditions contractuelles de garanties seront appliquées aux sinistres imputables à l'an 2000.

2. Les transports individuels et collectifs, les télécommunications :

SNCF :

La SNCF fera circuler ses trains dans les conditions habituelles de sécurité. Des mesures particulières sont toutefois à l'étude pour atténuer les effets des dysfonctionnements éventuels et pour tenir compte des décisions des réseaux limitrophes ;

A la demande des pouvoirs publics, la desserte de la banlieue parisienne pendant la nuit du 31 décembre au 1^{er} janvier sera semblable à celle qui a été assurée lors de la fête de la musique. Des dessertes identiques sont envisagées pour les grandes villes de province, mais la SNCF est en attente des demandes des pouvoirs publics. Il sera possible de réserver des places dans les Thalys et les Eurostars qui circuleront en 2000 dès le début octobre et dans les autres trains début novembre. Pour fêter l'an 2000, la SNCF prépare des mesures exceptionnelles ;

La communication grand public ne commencera que lorsque les aspects festifs seront arrêtés afin de ne pas la limiter à la résolution du bogue.

RATP :

La RATP est en attente d'une réponse des pouvoirs publics sur les demandes de fonctionnement dans la nuit du 31 décembre 1999 au 1^{er} janvier 2000. L'entreprise pourrait envisager, cependant, un arrêt momentané de la circulation des trains aux alentours de minuit afin d'éviter une interruption de fonctionnement des rames, notamment dans les tunnels si des risques résiduels subsistaient (défaut d'alimentation électrique, par exemple) ;

Pour la RATP, comme pour la SNCF, il y a un risque de télescopage entre leurs communications et celles découlant d'autres décisions, telles les interruptions de trafic dans le tunnel sous la Manche ou dans d'autres pays européens (aux Pays-Bas, par exemple).

Transports aériens :

En France, et plus généralement en Europe, tous les acteurs de ce secteur, pour qui la sécurité est une préoccupation majeure constante et habituelle, se préparent activement pour que l'an 2000 soit un non-événement n'affectant ni la sécurité ni la régularité du trafic ;

Par ailleurs, l'Organisation de l'aviation civile internationale, groupant les 185 Etats du monde signataires de la convention de Chicago, et qui régit leurs rapports dans le domaine du transport aérien, vient d'inviter les Etats à publier, par circulaire d'information aéronautique et suivant des modèles préétablis, comment sont préparés aux événements liés au bogue de l'an 2000 les systèmes de circulation aérienne, les aéroports ouverts au trafic international et les opérateurs qui sont sous leur responsabilité. Il sera ainsi possible d'évaluer le degré de préparation des autres régions du monde et d'en tirer des conséquences appropriées dans les tous prochains mois.

Secteur automobile :

Les inquiétudes portent sur les services de réparation et sur la présence importante d'informatique dans les appareils de contrôle, en particulier ceux des systèmes de freinage ;

L'électronique est, désormais, extrêmement présente dans l'automobile : de nombreux calculateurs interviennent pour diverses fonctions, de l'affichage de l'heure aux systèmes de guidage embarqués, en passant par l'électronique de pilotage des moteurs, des boîtiers de vitesse ou encore des systèmes d'antiblocage des roues par exemple.

« Après des vérifications approfondies de leurs gammes et de tous leurs composants, les marques Peugeot et Citroën assurent que le passage à l'an 2000 n'occasionnera aucun dysfonctionnement sur leurs véhicules, de toutes les gammes (tourisme, utilitaires et véhicules industriels) aussi bien sur ceux qui sont déjà en circulation que sur ceux qui seront commercialisés dans les mois à venir. Et, bien entendu, leurs garanties habituelles continueront à s'appliquer normalement à cette date. De plus, en ce qui concerne l'entretien et la réparation dans les réseaux des deux marques, tout a été mis en œuvre pour homologuer les appareils à l'an 2000 en mobilisant l'ensemble des fournisseurs pour parer à toute éventualité. »

Les autres constructeurs automobiles, présents sur le marché français, assurent-ils les mêmes garanties ?

Télécommunications :

A ce jour, France Télécom atteste :

la mise en conformité de tous les réseaux (filaire, hertzien et câblé) pour la téléphonie vocale fixe, mobile ;

la conformité de la plupart des terminaux vendus par France Télécom (Minitel, téléphone, télécopieur) ;

l'interconnectabilité de ses réseaux avec ceux des autres opérateurs.

Il n'y a pas de risques pour l'écoulement du trafic sur une liaison nationale ou internationale puisqu'il n'y a pas d'échanges d'informations horodatées.

Les recommandations aux consommateurs s'articuleront autour des idées suivantes :

il y a traditionnellement un pic d'appel le 1^{er} janvier. En 1999, ce pic a duré quelques minutes entre minuit et une heure du matin. Dans la plupart des cas, si un appel n'aboutissait pas le 1^{er} janvier 2000, il suffira de réitérer cet appel ultérieurement, au bout de quelques minutes. Il vaut mieux éviter d'appeler à minuit et juste après et échelonner les appels toute la journée du 1^{er}, aussi bien avec le téléphone fixe qu'avec les mobiles ;

de la même façon, comme chaque année, certaines destinations téléphoniques pourront ponctuellement être chargées, à cause des traditionnels vœux de fin d'année, qui seront peut-être plus nombreux en l'an 2000. Dans ce cas également, la solution consiste à réitérer l'appel plus tard ;

France Télécom renforcera les 1^{er} et 2 janvier 2000, les centres d'appel de façon à répondre à toutes les sollicitations des clients. Chacun doit néanmoins s'assurer de la compatibilité an 2000 de ses équipements auprès des fournisseurs et de ses correspondants habituels.

Approvisionnement en carburants :

Les distributeurs de carburants assurent avoir prévu l'hypothèse d'un phénomène d'achat massif de carburant et envisagent un sur-stockage pour l'occasion ;

Toutefois, il paraît souhaitable de rassurer le public sur les disponibilités en carburants et l'inutilité, voire les risques, de stocker en prévision du 31 décembre 1999 ;

Un test général est prévu au mois de septembre.

3. Le secteur de la santé et de l'alimentation :

Domaine des prestations sociales :

Le ministère des affaires sociales, entendu par le groupe de liaison, a fait état des efforts de mobilisation pour assurer la continuité des versements des prestations sociales par les organismes sociaux. La plupart des tests seront achevés à la fin de l'été ;

Cependant, il a été fait état d'une difficulté de communiquer sur les plans de sauvegarde qu'il est prévu de mettre en œuvre. D'une part, les plans de secours envisagés aujourd'hui ne seront pas ceux mis en place dans quelques mois et, d'autre part, ceux-ci relèvent de la responsabilité directe des différents organismes sociaux.

Hôpitaux :

Un bilan complet de l'état de préparation des hôpitaux sera disponible fin juin. Les problèmes les plus importants concernent l'état de préparation des laboratoires d'analyses.

Le groupe de liaison a accueilli, avec satisfaction, les informations fournies par le représentant de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSPS) concernant la mise en place d'une base de données sur les appareils biomédicaux, notamment ceux utilisés à domicile par les patients ;

Elle ne sera toutefois disponible que fin septembre et devrait contenir une liste relativement exhaustive des appareils, après vérification des procédures de certification. Le cas échéant, cette liste sera commentée d'un avis sur le degré de risque desdits appareils et comprendra si nécessaire des recommandations d'utilisation ;

La question qui se pose dans ce domaine est celle de l'accessibilité du grand public à une telle base de données.

Alimentation :

Le sur-stockage de certains produits n'est pas envisagé pour l'instant. Cependant, des dispositions seront prises en fonction de l'évolution du comportement des consommateurs dans les mois à venir ;

Les tests concernant le matériel critique et la chaîne du froid seront achevés début septembre ;

En ce qui concerne les chaînes de fabrications alimentaires, les représentants des milieux concernés assurent que les services techniques pourront répondre aux questions posées par les entreprises ;

Les entreprises ont agi dans quatre domaines : tests techniques et modifications des systèmes informatiques, contacts entre clients et fournisseurs pour s'assurer du bon fonctionnement des infrastructures, détermination des flux de produits pour le quatrième trimestre, préparation d'éléments de communication destinés au consommateur ;

Pour ce faire, l'ANIA, en association avec la FCD, a mis en place une cellule de veille et de mobilisation de façon à assurer la fiabilité de la chaîne alimentaire de l'amont de l'industrie (fournisseurs de matières premières, d'énergie, d'eau...) jusqu'à la mise en place sur les points de vente.

4. L'habitat, l'énergie et le petit équipement :

Habitat :

Du fait de la multiplicité des opérateurs, une analyse exhaustive de toutes les questions n'a pu être totalement effectuée en ce qui concerne le chauffage de l'habitat collectif et individuel et la ventilation des parkings ;

Il apparaît que les solutions relèvent surtout des entreprises, des collectivités locales et des gestionnaires d'habitat collectif. Un effort particulier de sensibilisation a déjà été entrepris et se poursuit en direction de ces professionnels.

Traitement et distribution de l'eau potable, épuration des eaux usées :

La préparation à l'an 2000 relève du gestionnaire qui peut être soit directement la collectivité (régie) soit une entreprise spécialisée chargée par la collectivité de gérer le service (gestion déléguée) ;

Le syndicat professionnel des entreprises de distribution d'eau, qui desservent environ 70 % de la population française, déclare que ses adhérents ont mené depuis deux ans une démarche An 2000 préventive et méthodique ;

Après inventaire des équipements susceptibles d'être touchés par le bogue de l'an 2000 et prises de contacts avec les fournisseurs, les mises à niveau sont en cours et seront terminées pour la fin de l'été. L'heure est à l'élaboration des plans palliatifs pour assurer la continuité du service public en cas d'incidents et pour maintenir le suivi de la communication avec les clients pendant cette période. La mise en place de moyens humains renforcés est prévue ;

Un effort particulier de sensibilisation en direction des collectivités qui assurent directement la gestion de leur service est nécessaire.

Ascenseurs :

Certains systèmes périphériques de signalisation ou d'aide à la gestion pourront être affectés, mais ils ne remettent pas en cause le fonctionnement et la sécurité intrinsèque des ascenseurs eux-mêmes.

EDF :

L'entreprise exclut le risque d'une panne générale.

Cependant, elle n'exclut pas complètement des pannes limitées et isolées se produisant simultanément. Compte tenu des circonstances festives, et de l'éventualité de conditions climatiques particulièrement rudes, en cette période de l'année, une petite coupure est susceptible de provoquer de grosses difficultés.

L'information des consommateurs devra, pour le moins, reprendre les conseils habituels de précaution donnés en cette période de l'année.

Appareils électroménagers :

Les représentants des milieux professionnels concernés assurent que ce qui est « matériel blanc » (machine à laver, cafetière, etc.) ne pose pas de problème de passage à l'an 2000.

Micro-informatique :

Les enseignes, membres de la FCD, souhaitent obtenir de leurs fournisseurs une démarche cohérente leur permettant de donner dans les magasins une information précise sans les renvoyer au préalable sur les sites Internet ou « hot line » de leurs fournisseurs ;

L'objectif est d'apporter, à tout possesseur d'un ordinateur acheté dans les magasins des enseignes concernées, une réponse rapide sur l'aptitude au fonctionnement du matériel après le 1^{er} janvier 2000 en fonction de son descriptif et de ses caractéristiques ;

Vis-à-vis de leurs clients, les enseignes souhaitent leur offrir la possibilité d'un diagnostic gratuit et, le cas échéant, la possibilité de mettre en œuvre une procédure simple de mise en conformité.

Cela se traduit par :

une information, disponible en magasins, sur l'aptitude de leur appareil à fonctionner après le 1^{er} janvier 2000 ;

la mise en place de correctifs gratuits ou « couponing » pour les clients et disponibles dans les magasins. Le délai de réponse doit être inférieur à une semaine ;

la mise à disposition d'une assistance technique téléphonique pour accompagner les clients dans l'installation du correctif ;

l'envoi automatique d'un nouveau correctif si découverte, *a posteriori*, d'un nouveau problème « an 2000 ».

Le principe de ce dispositif, qui a été accepté par les fabricants de micro-informatique que les enseignes membres de la Fédération ont rencontrés, sera mis en place progressivement, en tout état de cause avant le 1^{er} octobre.

Les enseignes membres de la FCD rappellent que, pour tous les appareils actuellement en vente, les clients bénéficient d'une garantie d'aptitude au fonctionnement au 1^{er} janvier 2000, sous réserve qu'ils n'aient pas apporté de modification à la configuration d'origine de l'ordinateur.

Conclusion

Tout ira sauf si...

De nombreuses réponses faites au groupe de liaison an 2000 du CNC peuvent se résumer lapidairement par ces mots : « tout ira bien, sauf si.... Tout ira bien, sauf s'il y a une panne de courant, sauf si le réseau téléphonique ne fonctionne pas, sauf si..., etc. »

Il est cependant nécessaire de hiérarchiser les problèmes et d'établir une distinction, dans la communication, entre les problèmes de premier ordre, qui peuvent devenir vitaux (fonctionnement des appareils biomédicaux utilisés à domicile par exemple, sécurité des transports aériens), et ceux qui peuvent engendrer des désagréments mineurs.

Dans le même ordre d'idée, il convient de rappeler que les problèmes ne se manifesteront pas, forcément, que dans la nuit du 31 décembre au 1^{er} janvier, mais également dans les mois suivants. L'information et les conseils devront en faire état.

Les représentants des consommateurs et des professionnels confirment la nécessité d'organiser une action apportant des réponses synchrones et solidaires de l'ensemble des secteurs aux questions concernant les consommateurs. Les représentants des consommateurs demandent que ces réponses incluent celle de la prise en charge matérielle par les professionnels de toute non-conformité à l'an 2000 des appareils domestiques vendus et de tout dommage en résultant.

Ces réponses ne sont, toutefois, pas encore disponibles.

Le groupe propose de reprendre ses travaux, dès le début du mois de septembre, pour formuler des propositions concrètes.

Une communication collective :

Le groupe reconnaît la pertinence d'une campagne d'information préventive auprès du grand public au cours du dernier trimestre, avec des actions montant en puissance d'octobre à décembre ;

Afin d'éviter de mauvaises interprétations du consommateur destinataire d'une multitude de messages contradictoires et alarmants, le groupe de liaison du CNC a beaucoup insisté sur la nécessité de construire une information collective du consommateur, ici entendu comme étant également l'utilisateur, le citoyen, voire le salarié ;

Une communication assumée collectivement par le plus grand nombre de partenaires pourrait s'appuyer, par exemple, sur la presse régionale et bénéficier avec l'aide du Gouvernement du tarif appliqué aux « grandes causes nationales » ;

La PQR est une presse spécialisée dans « l'information-services ». On peut supposer que les plus grands journaux vont créer une rubrique « services » sur le bogue de l'an 2000. Mais les messages risquent d'être hétérogènes et le sujet de ne pas être traité par tous les journaux ;

Le secrétariat d'Etat aux PME, au commerce et à l'artisanat également en charge de la consommation pourrait faire réaliser une rubrique de conseils concrets sur le passage à l'an 2000 sous forme de publi-informations : campagne de publicité, mais favorisant l'information plutôt que le message choc.

Plan de sauvegarde individuel :

Le groupe de liaison du CNC, conscient que le souci de ne pas inquiéter risque aussi de ne pas responsabiliser, considère qu'il peut être procédé à la définition d'une sorte de plan de sauvegarde à l'usage des particuliers souhaitant prendre quelques précautions pour parer à toute éventualité ;

Cela contribuerait à éviter des comportements aggravants dans le cas où interviendrait une situation difficile due à une panne ;

Néanmoins, ces propositions devraient être traitées conjointement et plus en détail par les collègues consommateurs et professionnels du groupe de liaison du CNC lors d'une réunion de récapitulation intersectorielle en septembre prochain ;

Lors de cette réunion pourrait être arrêté un état des lieux intersectoriel (dans la limite des données disponibles) ainsi qu'une position consensuelle quant à la nature et au contenu d'une communication commune vers le grand public.

ANNEXE II TEXTES RÉGLEMENTAIRES PUBLIÉS APRÈS AVIS DU CNC OU À LA SUITE DE SES TRAVAUX

Arrêté du 30 juillet 1999 modifiant l'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager (*JO* du 4 août 1999).

Arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés (*JO* du 24 novembre 1999).

Décret n° 2000-569 du 23 juin 2000 relatif aux produits cosmétiques et modifiant le code de la santé publique (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat).

Arrêté du 30 juillet 1999 modifiant l'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager

NOR : *ECOC9900113A*

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et la secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce et à l'artisanat,

Vu l'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager ;

Le Conseil national de la consommation consulté,

Arrêtent :

Art. 1^{er}. - Dans l'intitulé de l'arrêté du 2 mars 1990 susvisé, le mot : « électroménager » est remplacé par les mots : « équipement de la maison ».

Art. 2. - Le troisième alinéa de l'article 1^{er} de l'arrêté du 2 mars 1990 susvisé est rédigé comme suit :

« aux opérations de raccordement, d'installation, d'entretien, de réparation ou de réglage portant sur des équipements électriques, électroniques, informatiques, radio-électriques et électroménagers, quel que soit le lieu d'exécution. »

Art. 3. - Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 30 juillet 1999.

*Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,
Dominique Strauss-Kahn*

*La secrétaire d'Etat
aux petites et moyennes entreprises,
au commerce et à l'artisanat,
Marylise Lebranchu*

Arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés

NOR : *ECOC9900157A*

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et la secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce et à l'artisanat,

Vu l'article L. 113-3 du code de la consommation ;

Vu l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix ;

Le Conseil national de la consommation consulté,

Arrêtent :

Art. 1^{er}. - Les produits préemballés figurant sur les listes annexées au présent arrêté sont soumis, lorsqu'ils sont exposés pour la vente au détail à emporter, à des obligations particulières en ce qui concerne la publicité de leurs prix.

Ces produits doivent être munis d'une étiquette indiquant le prix de vente au kilogramme, à l'hectogramme, au litre, au décilitre, au mètre, au mètre carré ou au mètre cube, la quantité nette délivrée et le prix de vente correspondant.

Le commerçant assujéti aux présentes dispositions peut opter pour l'étiquetage à l'hectogramme ou kilogramme, d'une part, au décilitre ou au litre, d'autre part, sous réserve de n'adopter qu'une seule unité de mesure pour chaque catégorie de produits mentionnée en annexe.

Art. 2. - Lorsque des produits préemballés identiques sont présentés en poids ou en volumes égaux et exposés ensemble à la vue du public, les mentions prévues à l'alinéa précédent peuvent être portées sur un seul écriteau figurant à proximité des produits considérés.

Art. 3. - L'article 1^{er} n'est pas applicable aux produits que les dispositions réglementaires en vigueur exemptent de l'indication de la quantité nette.

Art. 4. - Dans le cas des produits pour lesquels les dispositions réglementaires en vigueur exigent l'indication de la quantité nette égouttée, le prix au kilogramme ou l'hectogramme sera rapporté à cette quantité.

Art. 5. - Toute publicité de prix à l'égard du consommateur faite hors des lieux de vente sur les produits visés à l'article 1^{er} est soumise aux mêmes conditions.

Art. 6. - L'article 1^{er} n'est pas applicable aux produits préemballés dont les quantités nettes correspondent au kilogramme, à l'hectogramme, au litre, au décilitre, au mètre, au mètre carré ou au mètre cube.

Art. 7. - L'arrêté du 10 novembre 1982 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés est abrogé.

Art. 8. - Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 16 novembre 1999.

*Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,
Christian Sautter*

*La secrétaire d'Etat
aux petites et moyennes entreprises,
au commerce et à l'artisanat,
Marylise Lebranchu*

A N N E X E

I. - Liste des denrées alimentaires préemballées concernées quel que soit leur mode de

présentation ou de conservation :

- Produits de la mer et d'eau douce (poissons, crustacés, mollusques...) en l'état ou transformés ;
 - Viandes en l'état ou transformées (toute espèce, y compris le gibier) ;
 - Charcuteries, salaisons ;
 - Plats cuisinés ;
 - Fruits et légumes, champignons (tous produits végétaux, y compris les fruits et légumes secs, les pommes de terre et produits dérivés de la pomme de terre ; préparation pour purée, chips...) ;
 - Produits de panification, de boulangerie et de biscuiterie ;
 - Produits céréaliers et dérivés des céréales (riz, farine, semoules, pâtes alimentaires, céréales pour petits déjeuners...) ;
 - Produits pour apéritifs (fruits et graines salées, biscuits...) ;
 - Vinaigre, produits condimentaires et sauces (légumes au vinaigre, olives, moutarde, mayonnaises et sauces diverses) ;
 - Graisses et huiles (tous corps gras, margarine, pâtes à tartiner...) ;
 - Lait (cru, pasteurisé, stérilisé, concentré, en poudre, aromatisé) ;
 - Produits laitiers (beurre, crème, laits fermentés, fromages frais, fromages habituellement vendus au poids ou avec l'indication du poids) ;
 - Crèmes préparées, entremets, desserts (solides ou liquides) ;
 - Glaces, crèmes glacées, sorbets (à l'exception des doses individuelles de glaces alimentaires) ;
 - Fruits au sirop, confitures, compotes, gelées, marmelades ;
 - Miel ;
 - Chocolat (tablette, poudre, bonbon de chocolat) et produits dérivés du cacao (poudre pour petits déjeuners, pâtes à tartiner) ;
 - Sucres (morceaux, poudre...) ;
 - Substituts de sucre, édulcorants de table ;
 - Produits de confiserie (y compris pâtes de fruits, à l'exception des confiseries dont le poids net est inférieur à 20 grammes, traditionnellement vendues à la pièce) ;
 - Café, thé, chicorée et leurs mélanges (sous toutes formes, y compris extraits) ;
 - Tous produits destinés à une alimentation particulière (produits diététiques, de régime, pour nourrissons et enfants en bas âge, produits spécifiques pour sportifs) ;
 - Apéritifs anisés, apéritifs à base de vin ;
 - Apéritifs sans alcool ;
 - Vins de table, à l'exclusion des vins de pays ;
 - Vins mousseux, vins pétillants, vermouths, vins de liqueur, liqueurs, eaux-de-vie autres que ceux bénéficiant d'une appellation d'origine ;
 - Boissons alcoolisées ;
 - Bières, cidres, poirés et hydromels ;
 - Jus de fruits et de légumes ;
 - Sirops, limonades, sodas, boissons rafraîchissantes et préparations pour boissons (à l'exception de boissons vendues à l'unité sous forme de boîte métallique ou de bouteille de contenance de 33 cl ou 50 cl) ;
 - Eaux de table, eaux de source et eaux minérales (à l'exception des bouteilles d'eau de contenance de 33 cl ou 50 cl vendues à l'unité) ;
 - Alimentation pour animaux domestiques.
- II. - Liste des produits non alimentaires préemballés :
- Produits d'hygiène et de beauté de consommation courante ;
 - Savons de toilette ;
 - Dentifrice, lotions dentaires ;
 - Produits pour le bain et la douche ;
 - Soins de la chevelure (shampooing, lotions) ;
 - Produits pour le rasage (crèmes, lotions) ;
 - Eaux de toilette à l'exception des extraits de parfums, eaux de Cologne, lotions d'hygiène corporelle, émulsions ;
 - Produits solaires ;
 - Produits de lavage ;

Savons ;
Produits à laver (linge, vaisselle) sous toutes leurs formes (poudre, solide, liquide) et détergents liquides ;
Produits de rinçage (vaisselle) ;
Produits régénérants (vaisselle) ;
Assouplissants textiles sous toutes leurs formes ;
Produits ménagers d'entretien ;
Produits à récurer, détartrer, déboucher, décaper, détacher ;
Produits d'entretien des sols ;
Produits pour vitres et glaces ;
Produits d'entretien des matériaux ;
Peintures, vernis et diluants, à l'exclusion des couleurs fines pour l'art et l'enseignement ;
Produits divers ;
Produits d'entretien courant pour l'automobile (huiles, lave-glaces...) ;
Produits phytopharmaceutiques pour jardin d'amateur, engrais ;
Produits de bricolage (plâtre, ciment, enduits, colle à papier peint...).

Décret n° 2000-569 du 23 juin 2000 relatif aux produits cosmétiques et modifiant le code de la santé publique (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat)

NOR : *MESP0020777D*

Le Premier ministre,

Sur le rapport de la ministre de l'emploi et de la solidarité,

Vu la directive 76/768/CEE du Conseil du 27 juillet 1976 concernant le rapprochement des législations des Etats membres relatives aux produits cosmétiques, modifiée en dernier lieu par la directive 93/35/CEE du Conseil du 14 juin 1993 ;

Vu la directive 95/17/CE de la Commission du 19 juin 1995 portant modalités d'application de la directive 76/768/CEE du Conseil en ce qui concerne la non-inscription d'un ou de plusieurs ingrédients sur la liste prévue pour l'étiquetage des produits cosmétiques ;

Vu le code pénal ;

Vu le code de la santé publique, notamment le chapitre VIII du titre III du livre V ;

Vu l'avis du Conseil national de la consommation en date du 16 juillet 1999 ;

Le Conseil d'Etat (section sociale) entendu,

Décète :

Art. 1^{er}. - Il est inséré, après le chapitre VII du titre III du livre V du code de la santé publique (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat), un chapitre VIII ainsi rédigé :

« Chapitre VIII

« Produits cosmétiques

« Section I

« Dispositions concernant la déclaration des établissements
et les informations sur les produits cosmétiques

« Art. R. 5263. - La déclaration prévue à l'article L. 5131-2 est adressée par envoi recommandé avec demande d'avis de réception au directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé.

« Cette déclaration indique :

« a) Le nom ou la raison sociale, l'adresse et la nature juridique de l'entreprise à laquelle l'établissement appartient ;

« b) L'adresse de l'établissement et la nature exacte de l'activité envisagée ;

« c) La ou les catégories de produits fabriqués, conditionnés, ou importés pour la première fois d'un Etat non membre de la Communauté européenne ou non partie à l'accord sur l'Espace

économique européen, en les désignant conformément à une liste fixée par arrêté des ministres chargés de la santé, de l'industrie, de la consommation et de l'artisanat ;

« *d*) Le nom, la fonction et la qualification professionnelle ou l'expérience pratique de la ou des personnes responsables des activités mentionnées au quatrième alinéa de l'article L. 5131-2 ;

« *e*) L'adresse précise du lieu de détention du dossier prévu à l'article L. 5131-6 pour chaque produit cosmétique.

« La personne qui signe la déclaration indique sa qualité au regard des dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 5131-2.

« Toute modification apportée aux indications ainsi fournies doit être transmise sans délai dans les mêmes formes au directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé.

« *Art. R. 5263-1.* - Le dossier prévu au *e* de l'article précédent comporte les informations suivantes :

« *a*) La formule qualitative et quantitative du produit ; en ce qui concerne les parfums et les compositions parfumantes entrant dans la composition d'un produit cosmétique, ces informations sont les suivantes : leurs noms, leurs numéros de code indiqués par leur fournisseur, l'identité de ce dernier ;

« *b*) Les spécifications physico-chimiques et microbiologiques des matières premières et du produit cosmétique et les critères de pureté et de contrôle microbiologique de ce produit cosmétique ;

« *c*) La description des conditions de fabrication et de contrôle qui doivent être conformes aux bonnes pratiques de fabrication prévues à l'article L. 5131-5, notamment en ce qui concerne la durée de conservation du produit et la méthode utilisée pour la déterminer ;

« *d*) L'évaluation de la sécurité pour la santé humaine du produit fini, établie notamment en prenant en considération le profil toxicologique général des ingrédients, leur structure chimique et leur niveau d'exposition ; cette évaluation est exécutée en conformité avec les bonnes pratiques de laboratoire prévues à l'article L. 5131-5 et comporte notamment, lorsque des essais sur le produit ont été effectués, le protocole et les résultats de ces essais ;

« *e*) Le nom et l'adresse des personnes qualifiées responsables de l'évaluation de la sécurité pour la santé humaine ainsi que leur niveau de qualification professionnelle ;

« *f*) Les données existantes en matière d'effets indésirables pour la santé humaine résultant de l'utilisation du produit cosmétique ;

« *g*) Les preuves de l'effet revendiqué par le produit cosmétique, lorsque la nature de l'effet ou du produit le justifie ;

« *h*) La justification de la transmission à l'autorité compétente des informations prévues à l'article R. 5263-2.

« Chacun des éléments mentionnés au présent article porte l'indication de la date à laquelle il a été établi.

« Toute modification de ces informations fait l'objet d'un rectificatif daté.

« *Art. R. 5263-2.* - Dans l'intérêt d'un traitement médical rapide et approprié en cas de troubles, le responsable de la mise sur le marché d'un produit cosmétique transmet, lors de sa première mise sur le marché, à l'autorité compétente désignée par arrêté des ministres chargés de la santé, de la consommation et de l'industrie, des informations adéquates et suffisantes concernant les substances utilisées dans ce produit.

« Le contenu et les modalités de présentation de ces informations sont fixés par arrêté des ministres chargés de la santé, de la consommation et de l'industrie.

« Elles sont adressées à l'autorité compétente suivant les modalités assurant la confidentialité de leur contenu.

« Toute modification apportée aux informations ainsi fournies doit être transmise à l'autorité compétente dans les mêmes conditions.

« Ces informations sont communiquées aux centres antipoison.

« Section II

« Règles relatives à la composition des produits cosmétiques

« *Art. R. 5263-3.* - Des arrêtés des ministres chargés de la santé, de la consommation et de l'industrie, pris sur proposition du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des

produits de santé après avis d'une commission de cosmétologie dont la composition et les modalités de fonctionnement sont fixées par arrêté du ministre chargé de la santé, établissent :

- « a) La liste des substances qui ne peuvent entrer dans la composition des produits cosmétiques ;
- « b) La liste des substances qui ne peuvent être utilisées dans les produits cosmétiques en dehors des restrictions et conditions fixées par cette liste ;
- « c) La liste des colorants que peuvent contenir les produits cosmétiques ;
- « d) La liste des agents conservateurs que peuvent contenir les produits cosmétiques ;
- « e) La liste des filtres ultraviolets que peuvent contenir les produits cosmétiques.

« Les listes mentionnées au c, d et e précisent, le cas échéant, les restrictions d'utilisation et les conditions dans lesquelles chaque substance peut être employée.

« Section III

« Etiquetage des produits cosmétiques

« Art. R. 5263-4. - Sans préjudice des mentions exigées par d'autres dispositions législatives ou réglementaires, le récipient et l'emballage de chaque unité de produits cosmétiques mis sur le marché à titre gratuit ou onéreux doivent comporter les indications suivantes, inscrites de manière à être facilement lisibles, clairement compréhensibles et indélébiles :

« a) Le nom ou la raison sociale et la (ou les) adresse(s) du fabricant ou du responsable de la mise sur le marché établi dans un Etat membre de la Communauté européenne ou partie à l'accord sur l'Espace économique européen ; ces mentions peuvent être abrégées lorsque l'abréviation permet l'identification de l'entreprise ;

b) Pour les produits fabriqués dans un Etat non membre de la Communauté européenne ou non partie à l'accord sur l'Espace économique européen, l'indication du pays d'origine ;

c) Le contenu nominal au moment du conditionnement, indiqué en masse ou en volume, sauf pour les emballages contenant moins de cinq grammes ou moins de cinq millilitres et pour les échantillons gratuits et les unidoses ; pour les préemballages comprenant un ensemble de pièces, le contenu peut ne pas être indiqué pour autant que le nombre de pièces est mentionné sur ce préemballage, sauf si ce nombre est facile à déterminer de l'extérieur ;

d) La date de durabilité minimale, définie comme étant la date jusqu'à laquelle ce produit, conservé dans des conditions appropriées, continue à remplir sa fonction initiale et reste notamment conforme aux dispositions de l'article L. 5131-4 ; la date de durabilité minimale est annoncée par la mention : « A utiliser de préférence avant fin... » suivie soit de la date elle-même, soit de l'indication de l'endroit de l'étiquetage où elle figure ; en cas de besoin, ces mentions sont complétées par l'indication des conditions dont le respect permet d'assurer la durabilité indiquée ; la date se compose de l'indication, en clair et dans l'ordre, du mois et de l'année ; pour les produits cosmétiques dont la durabilité minimale excède trente mois, l'indication de la date de durabilité n'est pas obligatoire ;

« e) Les précautions particulières d'emploi, notamment celles prévues par les listes mentionnées aux b, c, d et e de l'article R. 5263-3, qui doivent figurer sur le récipient et sur l'emballage, ainsi que d'éventuelles indications concernant des précautions particulières à observer pour les produits cosmétiques à usage professionnel, notamment ceux destinés aux coiffeurs ; en cas d'impossibilité pratique, une notice, une étiquette, une bande ou une carte jointe ou attachée doit comporter ces indications auxquelles le consommateur doit être renvoyé soit par une indication abrégée, soit par un symbole fixé par arrêté des ministres chargés de la santé et de la consommation, qui doit figurer sur le récipient et l'emballage ;

« f) Le numéro de lot de fabrication ou la référence permettant l'identification de la fabrication ; en cas d'impossibilité pratique due aux dimensions réduites du produit cosmétique, une telle mention peut ne figurer que sur l'emballage ;

« g) La fonction du produit, sauf si cela ressort de la présentation du produit ;

« h) La liste des ingrédients dans l'ordre décroissant de leur importance pondérale au moment de leur incorporation, précédée du mot : "ingrédients" ; cette liste peut figurer uniquement sur l'emballage ; en cas d'impossibilité pratique, une notice, une étiquette, une bande ou une carte jointe ou attachée doit comporter la liste de ces ingrédients auxquels le consommateur doit être renvoyé

soit par une indication abrégée, soit par un symbole fixé, par arrêté, des ministres chargés de la santé et de la consommation, qui doit figurer sur l'emballage ; les parfums et les compositions parfumantes sont mentionnées par le mot : "parfum" ou "arôme" ; les ingrédients en concentration inférieure à 1 % peuvent être mentionnés dans le désordre, après ceux dont la concentration est supérieure à 1 % ; les colorants peuvent être mentionnés dans le désordre, après les autres ingrédients ; ils sont désignés soit par leur numéro, soit par leur dénomination tels qu'ils figurent dans la liste mentionnée au c de l'article R. 5263-3 ; pour les produits cosmétiques décoratifs mis sur le marché en plusieurs nuances de couleur, l'ensemble des colorants utilisés dans la gamme peut être mentionné, à condition d'y ajouter les mots : "peut contenir" ou la mention "+/-".

« Les noms des ingrédients mentionnés au h doivent être ceux de la nomenclature commune des ingrédients, établie par les instances compétentes de la Commission européenne.

« Art. R. 5263-5. - Dans l'étiquetage, la présentation à la vente et la publicité concernant les produits cosmétiques, toute référence à l'expérimentation sur les animaux doit indiquer clairement si cette référence concerne les ingrédients ou le produit fini ou les deux.

« Art. R. 5263-6. - Ne sont pas considérées comme ingrédients :

« 1^o Les impuretés contenues dans les matières premières utilisées ;

« 2^o Les substances techniques subsidiaires utilisées lors de la fabrication mais ne se retrouvant pas dans la composition du produit fini ;

« 3^o Les substances lorsqu'elles sont utilisées dans des quantités indispensables en tant que solvants ou vecteurs de parfums et compositions parfumantes.

« Art. R. 5263-7. - I. - Le fabricant, ou son représentant, ou la personne pour le compte de laquelle le produit cosmétique est fabriqué, ou le responsable de la mise sur le marché d'un produit cosmétique importé pour la première fois d'un Etat non membre de la Communauté européenne ou non partie à l'accord sur l'Espace économique européen peut être autorisé, pour des raisons de confidentialité commerciale, par dérogation aux dispositions de l'article R. 5263-4, à ne pas inscrire un (ou plusieurs) ingrédient(s) sur le récipient et l'emballage d'un produit cosmétique.

« La demande est adressée au préfet du département du siège du demandeur qui procède à son instruction. Elle est accompagnée d'un dossier dont le contenu est fixé, par arrêté, des ministres chargés de la consommation, de l'industrie et de la santé, après avis du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé.

« Il contient des informations concernant l'identité de l'ingrédient, l'évaluation de son innocuité, les produits dans lesquels il sera incorporé, la justification détaillée des motifs pour lesquels la confidentialité est exceptionnellement demandée, les éventuelles demandes d'autorisation déposées, à cette même fin, dans d'autres Etats membres de la Communauté européenne, ainsi que le résultat de ces demandes.

« Lorsque le préfet estime que le dossier de demande d'autorisation est incomplet, il invite le demandeur à compléter celui-ci.

« II. - Dès que le dossier de demande d'autorisation est complet, le préfet délivre au demandeur un accusé de réception et transmet ce dossier au directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé. Sous réserve des dispositions du troisième alinéa du présent II, le directeur général de l'agence se prononce sur les éventuels risques pour la santé publique pouvant résulter du remplacement du nom de l'ingrédient par un numéro d'enregistrement dans un délai de trois mois à compter de la date de réception du dossier de demande complet.

« La décision du préfet est notifiée au demandeur dans un délai de quatre mois à compter de la date de réception du dossier de demande complet. Tout refus de la confidentialité doit être motivé et les voies et délais de recours doivent être indiqués au demandeur.

« Le préfet peut, à titre exceptionnel, prolonger le délai de quatre mois pour une durée ne pouvant excéder deux mois, lorsque des informations complémentaires sont nécessaires pour se prononcer sur la demande. Il informe par écrit le demandeur de la durée de cette prolongation et des motifs qui la justifient. Lorsque ces informations complémentaires sont nécessaires pour que le directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé se prononce, sur la demande, le délai de trois mois, prévu au premier alinéa du présent II, est prolongé pour une durée ne pouvant excéder deux mois.

« III. - Cette autorisation est accordée pour une période de cinq ans. Elle ne peut pas être

accordée lorsque l'avis du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé est défavorable. L'autorisation peut être renouvelée pour une période maximale de trois ans, par décision prise dans les mêmes formes et selon la même procédure que l'autorisation initiale. La décision précise le numéro d'enregistrement, qui devra figurer sur l'emballage des produits contenant l'ingrédient en cause, ainsi que la liste des produits pour lesquels cette autorisation est accordée.

« Les autorisations délivrées par les autres Etats membres de la Communauté européenne ou parties à l'accord sur l'Espace économique européen en vertu des textes pris par ces Etats en application de la directive 95/17/CE de la Commission du 19 juin 1995 portant modalités d'application de la directive 76/768/CEE du Conseil en ce qui concerne la non-inscription d'un ou de plusieurs ingrédients sur la liste prévue pour l'étiquetage des produits cosmétiques valent autorisation au titre du présent article.

« IV. - Dès qu'il en a connaissance, le bénéficiaire de l'autorisation doit informer le préfet de toute modification des informations fournies à l'appui de la demande. En particulier, toute modification dans le nom ou l'identification des produits dans lesquels l'ingrédient concerné est utilisé doit lui être transmise au moins quinze jours avant la commercialisation de ces produits sous leur nouveau nom. Compte tenu de ces modifications ou si de nouveaux éléments l'imposent, le préfet peut supprimer l'autorisation au bénéficiaire. Dans ce cas, il en informe immédiatement le directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé.

« V. - Le préfet est tenu de supprimer l'autorisation lorsque le directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé le demande pour des raisons de santé publique.

Art. R. 5263-8. - Un arrêté des ministres chargés de la consommation, de la santé et de l'industrie précise les modalités selon lesquelles les mentions prévues à la présente section seront portées à la connaissance des consommateurs en ce qui concerne les produits cosmétiques présentés non préemballés et les produits cosmétiques emballés sur les lieux de vente à la demande de l'acheteur ou préemballés en vue de leur vente immédiate.

« Section IV « Dispositions pénales

« Art. R. 5264. - I. - Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 5^e classe le fait, pour les personnes énumérées au deuxième tiret de l'article L. 5131-6, de mettre sur le marché à titre gratuit ou onéreux un produit cosmétique dont la composition n'est pas conforme aux arrêtés prévus à l'article R. 5263-3 ou sans tenir à disposition le dossier d'information mentionné à l'article R. 5263-1.

« II. - Les personnes physiques coupables des infractions définies au I du présent article encourent également la peine complémentaire de confiscation des produits cosmétiques qui ont servi ou étaient destinés à commettre l'infraction.

« III. - Les personnes morales peuvent être reconnues pénalement responsables, dans les conditions prévues à l'article 121-2 du code pénal, des contraventions prévues au I du présent article.

« IV. - Les peines encourues par les personnes morales sont :

« l'amende, dans les conditions prévues à l'article 131-38 du code pénal ;

« les peines complémentaires de confiscation des produits cosmétiques qui ont servi ou étaient destinés à commettre les infractions.

« V. - La récidive des contraventions prévues au I du présent article est réprimée, conformément à l'article 132-11 du code pénal.

« Art. R. 5264-1. - Est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 3^e classe le fait de mettre sur le marché à titre gratuit ou onéreux un produit cosmétique dont le récipient ou l'emballage ne comporte pas l'une des mentions prévues à l'article R. 5263-4. »

Art. 2. - Les fabricants, ou leurs représentants, ou les personnes pour le compte desquelles les produits cosmétiques sont fabriqués, ou les responsables de la mise sur le marché de produits cosmétiques importés pour la première fois d'un Etat non membre de la Communauté européenne ou non partie à l'accord sur l'Espace économique européen disposent d'un délai de six mois à compter

de la date de publication du présent décret pour appliquer les dispositions de l'article R. 5263-4 (h) et de l'article R. 5263-5 du code de la santé publique.

Art. 3. - Sont abrogés :

le chapitre I^{er} *bis* du titre III du livre V du code de la santé publique (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat) comprenant les articles R. 5220 à R. 5222 ;

le décret n° 77-219 du 7 mars 1977 relatif à la qualification professionnelle des responsables de la fabrication, du conditionnement, de l'importation, des contrôles de qualité, de la détention et de la surveillance des stocks de matières premières et de produits finis en ce qui concerne les produits cosmétiques et les produits d'hygiène corporelle ;

le décret n° 77-220 du 7 mars 1977 relatif aux déclarations incombant aux établissements de fabrication, de conditionnement et d'importation des produits cosmétiques et des produits d'hygiène corporelle ;

le décret n° 77-469 du 28 avril 1977 relatif à la présentation et à la publicité des produits cosmétiques et des produits d'hygiène corporelle ;

le décret n° 77-1558 du 28 décembre 1977 relatif à la constitution du dossier et aux transmissions préalables à la mise sur le marché d'un produit cosmétique ou d'un produit d'hygiène corporelle.

Art. 4. - Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, la ministre de l'emploi et de la solidarité, le garde des sceaux, ministre de la justice, la secrétaire d'Etat à la santé et aux handicapés, la secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation et le secrétaire d'Etat à l'industrie sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 23 juin 2000.

Lionel Jospin

Par le Premier ministre :

La ministre de l'emploi et de la solidarité,
Martine Aubry

*Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,*
Laurent Fabius

Le garde des sceaux, ministre de la justice,
Élisabeth Guigou

*La secrétaire d'Etat à la santé
et aux handicapés,*
Dominique Gillot

*La secrétaire d'Etat
aux petites et moyennes entreprises,
au commerce, à l'artisanat
et à la consommation,*
Marylise Lebranchu

Le secrétaire d'Etat à l'industrie,
Christian Pierret



© *Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie*- 22 novembre 2000