

N° 87

SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1990-1991

Annexe au procès-verbal de la séance du 21 novembre 1990.

AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la commission des Affaires économiques et du Plan (1), sur le projet de loi de finances pour 1991 CONSIDÉRÉ COMME ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE AUX TERMES DE L'ARTICLE 49, ALINÉA 3, DE LA CONSTITUTION.

TOME VIII

CONSOMMATION ET CONCURRENCE

Par M. Louis MINETTI,

Sénateur.

(1) *Cette commission est composée de : MM. Jean François-Poncet, président ; Robert Laucournet, Jean Huchon, Richard Pouille, Philippe François, vice-présidents ; Francisque Collomb, Roland Grimaldi, Serge Mathieu, Louis Minetti, René Trégouët, secrétaires ; Jean Amelin, Maurice Arreckx, Henri Bangou, Bernard Barraux, Jacques Bellanger, Georges Berchet, Roger Besse, Jean Besson, François Blaizot, Marcel Bony, Jean-Eric Bousch, Jean Boyer, Jacques Braconnier, Robert Calmejane, Louis de Catuelan, Joseph Caupert, William Chervy, Auguste Chupin, Henri Collette, Marcel Costes, Roland Courteau, Marcel Daunay, Désiré Debavelaere, Rodolphe Désiré, Pierre Dumas, Bernard Dussaut, Jean Faure, André Fosset, Aubert Garcia, François Gerbaud, Charles Ginésy, Yves Goussebaire-Dupin, Jean Grandon, Georges Gruillot, Rémi Herment, Bernard Hugo, Pierre Jeambrun, Pierre Lacour, Gérard Larcher, Bernard Legrand, Jean-François Le Grand, Charles-Edmond Lenglet, Félix Leyzour, Maurice Lombard, François Mathieu, Jacques de Menou, Louis Mercier, Louis Moinard, Paul Moreau, Jacques Moutet, Henri Olivier, Albert Pen, Daniel Percheron, Jean Peyrafitte, Alain Pluchet, Jean Pourchet, André Pourny, Jean Puech, Henri de Raincourt, Henri Revol, Jean-Jacques Robert, Jacques Roccaserra, Jean Roger, Josselin de Rohan, Jean Simonin, Michel Souplet, Fernand Tardy, René Travert.*

Voir les numéros :

Assemblée nationale (9^e législ.) : 1593, 1627, 1635 (annexe n° 13), 1640 (tome IX) et T.A. 389.
Sénat : 84 et 85 (annexe n° 9) (1990-1991).

Lois de finances. — Consommation.

SOMMAIRE

	Pages
INTRODUCTION	5
CHAPITRE PREMIER : L'ACTION DU GOUVERNEMENT	7
I. - La politique générale du Gouvernement	7
A. - <i>Le bilan législatif et réglementaire</i>	7
B. - <i>Les choix budgétaires</i>	8
II. - La politique des prix et de la concurrence	9
A. - <i>La mise en œuvre</i>	9
1. Le rôle de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (D.G.C.C.R.F.)	9
2. La nécessaire information des consommateurs	10
a) L'évolution générale	10
b) Les Centres locaux d'information sur les prix (C.L.I.P.)	11
c) Les Comités de liaison d'organisations de consommateurs (C.O.L.O.C.)	12
B. - <i>Les travaux du Conseil de la concurrence</i>	12
1. L'activité du Conseil	13
2. Les décisions significatives	14
III. - La protection des consommateurs	15
A. - <i>Le développement de la protection juridique des consommateurs</i>	15
1. L'aide aux familles surendettées	15
a) La mise en place des commissions d'examen des situations de surendettement	15
b) L'établissement d'une typologie des personnes surendettées	16
2. L'amélioration du système de facturation par lecture de codes barres	17
3. La poursuite de la construction d'une Europe des consommateurs	18
B. - <i>L'amélioration de la sécurité physique des consommateurs</i>	19
1. L'action du secrétariat d'Etat chargé de la Consommation	19
2. La commission de la sécurité des consommateurs	20
a) Les activités	20
b) Les moyens de la commission	21

CHAPITRE II : L'ÉVOLUTION DES ORGANISATIONS CONSUMÉRISTES	22
I. — Les associations de consommateurs	22
A. — La situation générale	22
1. Les associations agréées	22
2. Les suites données au rapport Brault	22
3. Les subventions aux mouvements consuméristes	23
II. — L'Institut national de la consommation	25
A. — La réforme du statut	25
B. — L'évolution des ressources	27
1. L'origine des recettes	27
2. Les dotations budgétaires	27
III. — Le Conseil national de la consommation	28
IV. — La commission des clauses abusives	29
A. — Les compétences	29
B. — Le bilan de l'activité	30
 CHAPITRE III : LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DU DROIT DE LA CONSUMMATION	 31
I. — Les écoproduits	31
II. — Le projet de code de la consommation	32
A. — Introduction de nouvelles procédures	33
1. Accentuation des effets des accords collectifs de la consommation ..	33
2. Institution de l'action de groupe	33
3. Constitution d'un fonds d'aide aux consommateurs	33
4. Mise en œuvre d'un fonds de garantie	33
B. — Création de nouvelles règles	34
1. Nouvelles règles en matière de publicité	34
2. Nouvelles responsabilités des professionnels	36
III. — L'action en faveur de la qualité des produits	37
 POSITION DE LA COMMISSION	 39

MESDAMES, MESSIEURS,

La politique de la concurrence et de la consommation est marquée du sceau de la continuité. Cette continuité se constate dans l'action menée, dans le budget proposé et dans la façon d'envisager l'avenir.

Continuité dans l'action, tout d'abord. Le bilan des mesures prises au cours de l'exercice écoulé laisse transparaître la mise en œuvre des mêmes priorités que les années précédentes.

Le droit de la concurrence a été affirmé avec une vigueur accrue. Le montant des amendes prononcées par le Conseil de la concurrence a été, en 1989, douze fois supérieur à celui de l'année précédente et plusieurs réglementations entravant la concurrence ont été abrogées.

L'amélioration de la protection des consommateurs s'est poursuivie. La loi relative au surendettement des particuliers et des familles a été mise en œuvre avec célérité. Dès le mois de mars 1990, les commissions de conciliation amiable ont pu commencer à fonctionner et, à la fin du mois de juillet, elles avaient enregistré le dépôt de plus de 55 000 dossiers.

La campagne de prévention des accidents domestiques — qui, chaque année, causent deux fois plus de victimes que les accidents de la route — a été lancée à la suite de celle ayant, l'an passé, sensibilisé le public à ce danger. La réglementation et la normalisation des produits pouvant affecter la sécurité des personnes ont parallèlement été étoffées.

La transformation en établissement public industriel et commercial de l'Institut national de la consommation, envisagée depuis l'année dernière, a été opérée par décret au mois de mai 1990.

Continuité, également, dans les choix budgétaires. Tout comme celle de 1990, la dotation prévue au titre de la consommation pour 1991 — 286,6 millions de francs hors rémunération du personnel pour les dépenses ordinaires, 27,5 millions de francs en autorisations de programme et 23 millions en crédits de paiement — connaît une augmentation significative par rapport à l'année précédente (7,22 %).

L'effort en faveur des organisations consuméristes ne se dément pas. Les crédits qui lui sont affectés augmentent de plus de 32 % par rapport à 1990 alors que l'accroissement d'une année à l'autre s'était établi à 28 % en 1990 et à 25 % en 1989.

Depuis 1988, ces crédits publics indispensables au développement du mouvement consumériste ont plus que doublé.

Le soutien à l'Institut national de la consommation est également maintenu puisque, pour 1991, la subvention que lui versera l'Etat sera en augmentation de 8,6 % par rapport à celle de cette année.

Enfin, continuité de la démarche consumériste du Gouvernement dans la façon dont il paraît préparer l'avenir.

La protection et l'information du consommateur devraient être sensiblement améliorées par la concrétisation de certaines des propositions avancées par M. le professeur Calais-Auloy dans le cadre de son projet de code de la consommation. Plusieurs de ces propositions, telles celle relative à l'autorisation de la publicité comparative, semblent déjà avoir obtenu l'agrément du secrétariat d'Etat chargé de la Consommation.

La politique de qualité des produits, essentielle pour la santé et la satisfaction des consommateurs, semble porter une attention toute particulière au renforcement de l'efficacité de la répression des fraudes, notamment en matière agro-alimentaire, et à l'adaptation des règles de labellisation aux conséquences de la réalisation du grand marché unique.

D'une manière générale, la préparation de l'ouverture du grand marché communautaire et la promotion du libéralisme économique qui l'accompagne inspirent le programme défini, en juillet 1988, par le secrétariat d'Etat chargé de la Consommation et ont guidé sa mise en œuvre. La fidélité à ce programme explique d'ailleurs, en grande partie, cette continuité de l'action du Gouvernement dans le domaine de la consommation que votre commission a tenu à souligner.

Cependant, tout comme les années précédentes, votre Rapporteur pour avis tient, à titre personnel, à émettre les plus grandes réserves quant à cette orientation générale favorable à un libéralisme économique débridé et quant à son adéquation aux impératifs de la défense des intérêts des consommateurs. Il lui apparaît, en conséquence, indispensable, dans un pareil contexte, de conforter la protection du consommateur.

Dans cette perspective, votre commission se propose de vous présenter successivement le bilan de l'action du Gouvernement (I), les évolutions des organisations consémuristes (II) et les nouvelles tendances du droit de la consommation (III).

CHAPITRE PREMIER

L'ACTION DU GOUVERNEMENT

I. — LA POLITIQUE GÉNÉRALE DU GOUVERNEMENT

A. — Le bilan législatif et réglementaire.

En 1989, deux lois ont été adoptées par le Parlement à l'initiative du secrétariat d'Etat chargé de la Consommation, celle du 23 juin 1989 relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales et celle du 31 décembre 1989 relative à la prévention et au règlement des difficultés liées au surendettement des particuliers et des familles.

La première a, notamment, étendu le champ d'application de la loi de 1972 sur le démarchage à domicile et amélioré la loi de 1978 relative au crédit à la consommation, tout en précisant le régime des contrats de courtage matrimonial. La seconde a mis en place une procédure administrative de règlement amiable de la situation des personnes physiques qui se retrouvent dans l'incapacité de faire face à leurs dettes avec l'ensemble de leurs ressources. Elle a, en outre, confié au juge d'instance des pouvoirs étendus pour résoudre ce type de problème quand la conciliation préalable n'a pas abouti.

Par ailleurs, le ministre de la Justice a déposé, au mois de mai 1990, sur le bureau de l'Assemblée nationale, un projet de loi modifiant le Code civil et relatif à la responsabilité du fait de défaut de sécurité des produits.

Sur le plan réglementaire, la totalité des décrets nécessaires à la mise en œuvre de la loi de juin 1989 a été publiée et cette loi est désormais entièrement applicable. Par ailleurs, le décret fixant les règles d'organisation et de fonctionnement des commissions d'examen des situations de surendettement est paru au *Journal officiel* du 27 février 1990 et ces commissions ont donc pu être mises en place dès le premier semestre de cette année.

En application de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986, et après consultation du Conseil national de la consommation, des arrêtés ont précisé, secteur par secteur, les obligations d'information des consommateurs sur les prix et les conditions de vente dès lors qu'étaient apparus, à l'expérience, des lacunes ou des problèmes d'adaptation des règles générales existantes (par exemple, dans la période la plus récente : l'hôtellerie et la restauration, les transactions immobilières, les opérations de change manuel, etc.).

Sur le même fondement, un arrêté du 2 mars 1990 a institué l'obligation d'un devis écrit préalable pour les prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager lorsque le montant estimé de l'intervention est supérieur à 1 000 F.

B. — Les choix budgétaires.

La préparation du budget de la Consommation pour 1991 a été inspirée par les idées directrices suivantes :

1. Accroître les aides publiques aux mouvements de consommateurs et à l'Institut national de la consommation. Celles-ci augmentent respectivement de 32,15 % et de 11,17 %.

2. Adapter les moyens de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (D.G.C.C.R.F.) à l'évolution de ses missions dans la perspective du marché unique communautaire en développant la formation continue du personnel, en modernisant l'équipement de ses laboratoires et en améliorant les moyens de fonctionnement des services extérieurs.

Le montant des crédits demandés s'établit à plus de 60 millions de francs pour les dépenses ordinaires, soit une augmentation de 7,58 % par rapport aux crédits votés de 1990.

Pour les dépenses en capital, les autorisations nouvelles de programme sont portées de 22 millions de francs en 1990 à 27 millions de francs pour 1991 — soit une augmentation de 22,22 % — tandis que les crédits nouveaux de paiement s'établissent à 23 millions de francs, soit une diminution de 4,8 % par rapport à ceux de 1990.

Tous crédits confondus, l'augmentation du projet de budget pour 1991, par rapport au budget voté de 1990, s'établit à 7,22 %.

II. - LA POLITIQUE DES PRIX ET DE LA CONCURRENCE

Notre droit de la concurrence trouve son origine dans les ordonnances de 1945. Son développement a, toutefois, été progressif et ne s'est accéléré qu'à compter de l'intervention de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence. Depuis cette date, les prix sont fixés par les entreprises sans intervention gouvernementale à l'exception des secteurs où la concurrence ne peut jouer, ce qui est le cas notamment des services publics à caractère de monopole.

L'année 1987 avait été marquée par la mise en œuvre de l'ordonnance de décembre 1986 et les douze mois de 1988 par la diffusion du nouveau droit ainsi institué. 1989 est ainsi la première année d'application courante de ce droit. Elle a été caractérisée par des réformes de structures assujettissant au jeu de la concurrence des secteurs jusqu'ici protégés et par l'accroissement du nombre, de l'importance et de l'étendue du champ économique des saisines du Conseil de la concurrence.

La volonté qui préside à la mise en œuvre de cette politique participe de la préparation à l'ouverture du grand marché intérieur communautaire. Celui-ci suppose, en effet, un système de libre concurrence sans distorsions pouvant faire obstacle aux échanges. A titre personnel, votre Rapporteur tient à rappeler les critiques que lui semblent mériter ces orientations, de nature à fausser la concurrence en favorisant la constitution de grands groupes financiers. En revanche, il ne peut qu'exprimer sa satisfaction envers toutes les mesures prévues pour améliorer l'information du consommateur sur les prix.

A. - La mise en œuvre.

1. LE RÔLE DE LA DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES (D.G.C.C.R.F.)

En 1989, la D.G.C.C.R.F. s'est attachée à faire disparaître les réglementations entravant le jeu de la concurrence dans divers secteurs.

Deux monopoles ont plus particulièrement retenu son attention. Le monopole de collecte des huiles usagées, institué depuis 1979 au niveau

départemental, a été supprimé par un décret du 31 août 1989. Désormais, les préfets peuvent agréer plusieurs ramasseurs sur une même zone, ce qui devrait améliorer le rendement de la collecte. Le monopole du service public des pompes funèbres, institué au niveau communal par la loi du 28 décembre 1904, a fait l'objet d'une étude administrative approfondie qui a débouché sur d'importantes propositions de réforme.

Parallèlement, la D.G.C.C.R.F. continue à surveiller les regroupements d'entreprises pouvant entraîner des effets défavorables pour la concurrence. Elle s'est dotée d'un instrument permanent d'appréciation de l'impact économique des concentrations. Elle recense systématiquement toutes les opérations de ce type observées sur le territoire national et procède à un examen de fond pour toutes celles qui sont susceptibles de porter atteinte à la concurrence. La saisine du Conseil de la concurrence peut sanctionner ceux de ces groupements présentant un caractère monopolistique.

Les Directions départementales de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ont, quant à elles, poursuivi l'action d'information relative à l'application du décret du 6 mai 1988 qui a accru la transparence dans les procédures de passation et d'attribution des marchés publics.

2. LA NÉCESSAIRE INFORMATION DES CONSOMMATEURS

a) *L'évolution générale.*

La concurrence ne peut s'exercer de façon satisfaisante que si les consommateurs sont correctement informés dans l'intérêt qu'ils ont à la faire jouer et de la manière dont ils peuvent pratiquement y parvenir. Or, pour qu'ils soient en mesure de jouer leur rôle d'arbitre sur le marché, il est nécessaire qu'ils soient informés sur les prix et qualité respectifs des produits offerts. C'est pourquoi ces caractéristiques doivent être annoncées sur les lieux de vente et les comparaisons objectives multipliées.

Plusieurs progrès ont été constatés sur ce point en 1989.

Dans les secteurs des assurances et des prestations bancaires où elle n'est pas traditionnelle, la transparence des conditions tarifaires apparaît progressivement en concertation étroite avec les professionnels concernés.

La loi du 31 décembre 1989, relative aux assurances, a retenu, dans son article 8, le principe d'une obligation d'informer le consommateur par un devis engageant l'assureur sur les prix des prestations. La loi a également retenu le principe de la possibilité de résiliation annuelle des contrats pour toutes les assurances de dommages et de responsabilité

civile des particuliers. De l'avis du Gouvernement, cette disposition nouvelle fait de notre pays, au sein de la C.E.E., un exemple en matière de protection des intérêts du consommateur et de fluidité de la concurrence.

Pour ce qui concerne les prix des services bancaires, le comité des usagers du Conseil national du crédit a adopté, en janvier 1989, un document normalisé d'information du consommateur facilitant la comparaison des tarifs.

Par ailleurs, l'administration a développé des produits spécifiques d'information pour le consommateur. Elle a notamment ouvert un service télématique consultable par le code « 36.14 CONSOM ». Parmi les rubriques permanentes, la rubrique « Carburants sans plomb » connaît un grand succès (25 000 appels en six mois). Elle est établie à partir de données fournies par les constructeurs et permet à chaque automobiliste de savoir si sa propre voiture peut consommer les nouveaux carburants sans plomb.

Les Directions départementales de la concurrence et de la consommation gèrent elles-mêmes dix-huit services télématiques informant sur les prix locaux, la réglementation, etc...

b) Les Centres locaux d'information sur les prix (C.L.I.P.).

Fournissant au public un service gratuit, les C.L.I.P. recensent et diffusent les prix de produits ou de services courants sur un territoire défini. Ces organismes sont gérés de façon concertée par les organisations de consommateurs, les services départementaux de l'administration chargée de la concurrence et de la consommation, ainsi que par les professionnels qui désirent s'y associer.

Depuis 1989, deux nouveaux C.L.I.P. ont été créés, dans le Morbihan et le Finistère, ce qui porte leur nombre à seize contre quatorze l'an dernier. Treize départements sont ainsi couverts. Certains C.L.I.P. préexistants ont, en outre, étendu leur aire d'activités. Ainsi, les cinq C.L.I.P. du Nord - Pas-de-Calais couvrent désormais l'ensemble de la région.

Le fait marquant pour les premiers mois de 1990 est le développement de la notion de « réseaux de C.L.I.P. ». Au lieu de coexister de façon indépendante, les C.L.I.P. voisins se fédèrent en réseau, l'un d'entre eux assurant une mission d'assistance, de conseil, de coordination et de gestion pour le compte des autres. Cette formule permet à la fois de réaliser des économies d'échelle, d'aider à la création de nouveaux C.L.I.P., et d'améliorer leur efficacité, notamment sur le plan de la promotion et de l'harmonisation des enquêtes. Il y a pour l'instant quatre réseaux de C.L.I.P.

Le projet de loi de finances pour 1991 propose la création de trois nouveaux C.L.I.P.

*c) Les Comités de liaison d'organisations de consommateurs
(C.O.L.O.C.)*

Les comités de liaison pour la stabilité des prix ont connu une importante mutation en fin 1989. Lors de leurs journées nationales d'étude, ils ont en effet décidé de modifier leur appellation en Comités de liaison d'organisations de consommateurs (C.O.L.O.C.). Ce changement avait pour but de mieux les identifier aux yeux de leurs partenaires et du public comme des structures de coordination émanant des organisations des consommateurs. Mais il consacre aussi leur vocation de coordination générale non limitée à la seule lutte contre l'inflation.

Le mouvement des comités de liaison continue à se développer puisqu'ils sont désormais trente-deux, répartis sur trente départements.

Outre les nombreuses actions qu'ils mènent chacun de leur côté, ils développent leurs actions communes au niveau national. Ainsi, en 1990, deux opérations d'envergure auront été engagées :

— la carte de l'essence moins chère aux sorties d'autoroute, qu'ils avaient antérieurement mise au point, a été améliorée et rééditée cette année en 150 000 exemplaires ;

— une dizaine de C.O.L.O.C. ont mis en place un dispositif d'information permanente du public sur les prix des carburants dans les grandes agglomérations.

B. — Les travaux du Conseil de la concurrence.

L'ordonnance du 1^{er} décembre 1986, relative à la liberté des prix et de la concurrence confie deux missions au Conseil de la concurrence. Elle l'autorise, d'une part, à prendre des décisions qui s'imposent aux parties en matière d'ententes illicites et d'abus de position dominante. Elle lui donne, d'autre part, compétence pour émettre des avis destinés à informer et à éclairer les pouvoirs publics, les juridictions et les différents acteurs économiques.

1. L'ACTIVITÉ DU CONSEIL

L'activité du Conseil de la concurrence a connu, en 1989, le même rythme qu'en 1988 tant en ce qui concerne le nombre des affaires enregistrées qu'en ce qui concerne le nombre de décisions et d'avis adoptés. Les 105 saisines ou demandes d'avis enregistrées sont à comparer aux 127 qu'il avait reçues en 1988 et aux 134 de 1987. Si leur nombre est en légère diminution, il reste néanmoins élevé. Il convient, en outre, de tenir compte, au-delà d'une comparaison chiffrée, de l'importance des affaires traitées et de leurs incidences sur l'activité économique et le fonctionnement des marchés.

Le tableau ci-dessous donne, pour les deux dernières années, le nombre et l'origine des saisines contentieuses du Conseil :

Origine des saisines	1988	1989
Ministre chargé de l'Economie	30	34
Saisines directes	48	47
<i>dont :</i>		
Entreprises	40	35
Organisations professionnelles	7	10
Chambres de commerce	0	0
Chambres de métiers	0	0
Associations de consommateurs	1	2
Collectivités territoriales	0	0
Saisines d'office	3	1
Total	81	82

On note un nouvel accroissement du nombre des saisines ministérielles, parallèle à une stabilité de celles émanant des entreprises ou des autres personnes figurant dans l'énumération de l'article 5 de l'ordonnance.

Par ailleurs, huit demandes d'avis ont été présentées en 1989 – contre 23 en 1988 – et quinze demandes de mesures conservatoires – dont onze émanant d'entreprises et quatre d'organisations professionnelles – ont été enregistrées.

Le budget pour 1991 augmente de 5,8 % les crédits de fonctionnement du Conseil de la concurrence.

2. LES DÉCISIONS SIGNIFICATIVES

Le montant des sanctions pécuniaires prononcées par le Conseil s'est accru en 1989 : 358 millions de francs d'amende contre 27,5 millions en 1988 et 4,4 millions en 1987. Ce niveau s'explique par l'importance des affaires examinées. Celles-ci ont souvent concerné de nombreuses entreprises dont certaines d'importance nationale. 237 sociétés et organisations professionnelles ont été pécuniairement sanctionnées, soit 92 % de celles dont le comportement anticoncurrentiel avait été déferé au Conseil.

Ainsi, 71 entreprises de travaux publics et 1 syndicat professionnel ont été condamnés pour entente illicite à 167 millions de francs d'amende ; 27 de ces entreprises ont eu à régler des sommes égales ou supérieures à 1 million de francs ; pour deux d'entre elles, l'amende a dépassé 10 millions.

Dans le domaine des abus de position dominante, le Conseil a eu l'occasion d'intervenir dans deux affaires à la suite d'enquêtes administratives.

Le 28 novembre 1989, il a prononcé, pour ce motif, à l'encontre de la société France-Loisirs une amende de 20 millions de francs. Il a également condamné, le 16 janvier 1990, les Pompes funèbres générales sur la base d'un rapport d'enquête établi en 1989 par la direction départementale de Seine-et-Marne. Il a considéré que cette société avait abusé de sa position dominante locale en associant systématiquement à la présentation des cercueils aux familles les accessoires les plus onéreux, sans individualiser les éléments du prix global, ce qui empêchait un choix éclairé lors de la passation de la commande.

D'une manière générale, dans son rapport d'activité pour l'année 1989, le Conseil constate que *« si la progression du droit de la concurrence et de l'esprit de compétition dans les comportements des agents économiques est incontestable, il n'en reste pas moins que quelques zones d'ombre subsistent »*. Le Conseil vise ainsi la faiblesse du nombre de saisines émanant des associations de consommateurs et l'utilisation trop limitée du contrôle des opérations de concentration.

III. — LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Dans le domaine de la consommation, le Gouvernement a poursuivi, au cours de l'exercice écoulé, les objectifs qui avaient été définis au Conseil des ministres du 4 juillet 1988.

Pour apprécier le bilan de l'action entreprise dans ce cadre, votre commission examinera successivement les améliorations apportées à la protection juridique du consommateur et celles concernant sa sécurité physique.

A. — *Le développement de la protection juridique des consommateurs.*

1. L'AIDE AUX FAMILLES SURENDETTÉES

La loi de décembre 1989 instituant une procédure spécifique pour le traitement du surendettement des particuliers est entrée en application le 1^{er} mars 1990. Les commissions départementales compétentes pour proposer des plans de redressement amiable ont été mises en place et leurs premiers travaux ont suscité des études statistiques qui ont permis d'établir une typologie des personnes surendettées.

a) *La mise en place des commissions d'examen des situations de surendettement.*

Le laps de temps s'étant écoulé entre la promulgation de la loi et son entrée en vigueur a été mis à profit pour installer, dans chaque département, une commission d'examen des situations de surendettement.

Cependant, afin de tenir compte des spécificités locales, certains préfets ont créé, dans leurs départements, plusieurs commissions. Par exemple, le département du Nord en compte 7. Il existe, à l'heure actuelle, 113 commissions. Elles se réunissent, en moyenne, une fois par semaine. Chaque commission comprend, outre les membres de droit (préfet, T.P.G., directeur de la Banque de France), un représentant des

organisations de consommateurs et un représentant des prêteurs qui ont tous été désignés par les préfets dès l'entrée en vigueur de la loi.

La Banque de France assure la responsabilité du secrétariat des commissions. Pour assumer cette charge, la banque a affecté environ un millier de personnes au fonctionnement des commissions. Ces agents sont chargés de l'accueil du public, de l'instruction des dossiers, de l'élaboration des plans amiables et des tâches matérielles inhérentes au fonctionnement d'un secrétariat.

La proportion de dossiers traités par les commissions est passée de 25 % à 100 % du nombre de ceux déposés entre les mois de mai et d'octobre en raison du ralentissement de l'afflux des demandes constaté depuis le mois d'août.

A la fin du mois d'octobre, plus de 78 000 dossiers avaient été déposés mais, après examen, seule la moitié de ceux déclarés recevables a pu faire l'objet d'un accord amiable. Cette situation apparaît quelque peu préoccupante à votre commission qui apprécierait d'être éclairée par le Gouvernement, sur les causes d'un tel phénomène.

*b) L'établissement d'une typologie
des personnes surendettées.*

Les études menées par la Banque de France sur un échantillon de dossiers provenant de l'ensemble du territoire a permis de déterminer de façon assez précise quelles sont les personnes surendettées, quels sont leurs revenus et les montants de crédits sources de leurs difficultés.

Il résulte de ces études que le taux d'endettement moyen des déclarants atteint 55 % de leurs disponibilités. Le surendettement concerne essentiellement des familles (72,5 %). Parmi les personnes divorcées ou séparées, plus de 50 % indiquent que la rupture de leur union est à l'origine de leurs problèmes.

Les cas de surendettement actif, c'est-à-dire l'excès d'endettement sans diminution de ressources, sont presque aussi nombreux que les cas de surendettement passif, à savoir ceux résultant d'une perte de revenus consécutive à un événement imprévisible (chômage, maladie, divorce...). Les employés — au sein desquels figure une proportion importante d'agents de la fonction publique (17 % du total) — et les ouvriers composent les catégories socioprofessionnelles les plus touchées (59,4 %).

Les Français surendettés disposent, pour les deux tiers, de 4 000 à 10 000 F de ressources mensuelles. Plus de 10 % perçoivent moins que le S.M.I.C. Ils ont en moyenne huit créanciers leur ayant chacun

généralement consenti un seul crédit, étant observé que, pour un des dossiers enregistrés, il a été dénombré 52 emprunts distincts.

Pour près du tiers, les déclarants ont un endettement allant de 100 000 à 250 000 F et 45 % font l'objet de poursuites. Peu ont à effectuer des remboursements mensuels supérieurs à 10 000 F, mais pour la majorité, la charge d'endettement mobilise plus de 50 % de leurs ressources.

2. L'AMÉLIORATION DU SYSTÈME DE FACTURATION PAR LECTURE DE CODES BARRES

Le système de facturation par lecture optique, employé par les distributeurs lors du passage des consommateurs aux caisses, a entraîné des gains de productivité, une moindre attente lors du paiement, mais aussi des erreurs préjudiciables à l'image de la distribution française.

Les enquêtes menées par la D.G.C.C.R.F. au troisième trimestre 1988 et au quatrième trimestre 1989 ont permis de mesurer l'ampleur du taux d'erreur résultant de l'utilisation de codes barres (4,11 % du nombre de produits vérifiés, selon la dernière enquête).

Bien que dans 24 % des cas, l'origine des erreurs n'ait pu être détectée, plusieurs causes sont le plus souvent relevées :

- les prix pratiqués aux caisses ne sont pas affichés en rayon (34 % des cas) ;
- les prix affichés en rayon ne sont pas répercutés aux caisses (16 % des cas) ;
- l'étiquetage en rayon est erroné (14 %) ;
- le réglage informatique des codes barres a été mal effectué (12 %).

Statistiquement, ces erreurs ne nuisent pas plus au consommateur qu'au commerçant. Il ne s'agit donc pas de fraudes, mais de défauts de gestion estiment les enquêteurs. Toutefois, une telle situation peut, ponctuellement, être préjudiciable à un client qui, lors de son passage aux caisses, paye plus qu'il ne doit.

Les professionnels se sont engagés à procéder à un audit et ont proposé des solutions nouvelles pour améliorer la technique de la lecture optique dans leurs établissements.

Ces solutions sont étudiées par la D.G.C.C.R.F. qui doit procéder à une nouvelle enquête nationale afin de vérifier si les nouvelles procédu-

res permettent une diminution sensible du taux d'erreur par rapport au niveau constaté précédemment.

3. LA POURSUITE DE LA CONSTRUCTION D'UNE EUROPE DES CONSOMMATEURS

En matière de protection des consommateurs, de qualité ou de sécurité des produits, l'importance de l'action d'harmonisation européenne se trouve accrue depuis la décision d'ouvrir un grand marché européen au 1^{er} janvier 1993.

Une résolution communautaire adoptée à l'initiative de la France, le 9 novembre 1989, par le Conseil des ministres de la Consommation a défini de nouvelles priorités à savoir :

- une meilleure intégration de la politique de consommation dans les autres politiques communautaires ;
- une amélioration de la représentation des consommateurs au niveau européen ;
- un meilleur accès des consommateurs à la justice notamment l'amélioration du traitement des litiges opposant des professionnels et des consommateurs de nationalité différente ;
- une politique active de qualité et de sécurité des produits et services, notamment principe d'un cadre harmonisé pour l'étiquetage et la mise en place de signes distinctifs de qualité pour les produits alimentaires.

A la suite de cette résolution, la commission a adopté, en mars 1990, un programme de travail fondé sur ces orientations.

Ce plan d'action, qui couvre la période qui va jusqu'à l'ouverture du grand marché intérieur, a été présenté au Conseil des ministres européens de la Consommation du 13 juin 1990.

Sur la base de ce programme, des actions concrètes ont été annoncées à moyen terme :

- soumission pour avis au Conseil consultatif de la consommation de directives sur les clauses abusives dans les contrats de consommation, les cosmétiques et la publicité comparative ;
- élaboration d'un « contrat type européen » assurant la protection des intérêts économiques des consommateurs ;
- développement des labels de qualité au niveau communautaire ;
- mise en place de l'action de groupe.

Pour mener à bien cette tâche, le budget du service de la protection des consommateurs a été sensiblement étoffé et le nombre de ses agents a augmenté.

B. — L'amélioration de la sécurité physique des consommateurs.

1. L'ACTION DU SECRETARIAT D'ÉTAT CHARGÉ DE LA CONSOMMATION

Bien qu'ils causent deux fois plus de victimes — 22 000 décès dont 700 enfants et 440 000 hospitalisations par an — que les accidents de la route, les accidents domestiques restent un danger trop peu perçu par la population.

Pour corriger cette situation insatisfaisante et favoriser une prise de conscience collective assurant une meilleure prévention, le secrétariat d'Etat chargé de la Consommation a engagé, fin 1988, une campagne de sensibilisation de l'opinion.

Cette campagne s'est poursuivie en 1990 mais son contenu a été modifié afin de passer de la phase initiale d'information à une phase de prévention active. La description des accidents les plus fréquents est maintenant l'occasion de donner les recettes permettant d'éviter la survenance du sinistre ou d'enseigner les gestes qui sauvent les victimes.

Une brochure soulignant les principaux risques d'accidents et délivrant toute une gamme de conseils pratiques au grand public a été diffusée à 800 000 exemplaires. Une autre, conçue par des professionnels de la santé, a été distribuée aux médecins et aux pharmaciens avec le concours de plusieurs publications spécialisées.

Un certain nombre de partenaires (associations de consommateurs, Caisse nationale d'assurance maladie des travailleurs salariés et douze entreprises, dont plusieurs grands de la distribution, et de la S.F.I.T.A.) ont été associés à cette deuxième phase. Ils ont apporté près de 10 millions de francs, l'Etat quant à lui s'engageant pour 13,5 millions.

Par ailleurs, les moyens de la commission de la sécurité des consommateurs ont été renforcés par le décret du 3 juillet 1989 et un groupe interministériel de la sécurité domestique a été mis en place au sein du groupe interministériel de la consommation par un arrêté du 5 décembre 1989.

Des réformes législatives et réglementaires ont également été engagées. Plusieurs textes ont déjà été publiés, ils concernent notamment les jouets (décret du 12 septembre 1989), les activités d'enseignement physique et sportif à but lucratif (décret du 21 septembre 1989),

les portes automatiques de garage pour lesquelles une nouvelle norme a été définie (décret du 5 juillet 1990).

En outre, depuis le deuxième semestre 1989, huit arrêtés ont prescrit le retrait de produits dangereux : masques de plongée, pneumatiques roumain, barres de gymnastique en kit, poêles mobiles à pétrole lampant non pourvus d'un système d'extinction automatique, sièges pour enfants destinés à être fixés sur une bicyclette, générateurs d'aérosols produisant des fils serpentins.

2. LA COMMISSION DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

Créée en 1985, en application de la loi du 21 juillet 1983, cette commission a pour mission d'améliorer la prévention des risques de la « sphère privée » liés à l'utilisation de produits et de services. Sa compétence ne s'étend donc ni aux accidents de la route ni à ceux du travail.

Composée de personnalités indépendantes, la commission exerce sa mission selon différentes modalités. Elle recense les causes d'accidents, elle propose des mesures préventives aux professionnels et aux pouvoirs publics et elle informe le public.

a) *Les activités.*

Du 1^{er} janvier 1988 au 15 janvier 1990, la commission de la sécurité des consommateurs a émis vingt-neuf avis dont deux sur des projets de décrets transmis par le Gouvernement. Les principaux secteurs concernés sont le matériel de cuisson (électroménager, auto-cuiseurs), les produits chimiques (contenu, conditionnement et étiquetage), les produits de loisirs (terrains de jeux, piscines privées, équipements de camping et caravaning), le mobilier pour enfants, les jouets et les artifices de divertissement ainsi que certains véhicules automobiles.

La commission s'est également préoccupée des accidents liés au bricolage et des risques engendrés par des travaux d'installation ou de réparation imputables à des artisans incompetents ou peu scrupuleux. Elle a notamment insisté sur l'information et la formation des consommateurs, des vendeurs et des installateurs-réparateurs.

Le système d'information par minitel « 36.14 SECURITAM » fonctionne depuis plus d'une année. Ce système est utilisé par un large public avec en moyenne 1 000 consultations ou messages chaque mois.

b) *Les moyens de la commission.*

Le décret du 3 juillet 1989 a renforcé sa composition en prévoyant la nomination de deux personnalités compétentes, l'une dans le domaine de l'urgence médicale, l'autre dans le domaine du bâtiment. Ce texte lui permet aussi de faire appel à des fonctionnaires de l'Etat pour assister les rapporteurs lors de l'instruction des dossiers. Le même décret a également prévu que le commissaire du Gouvernement auprès de la commission établisse, chaque année, un rapport sur les suites données aux avis de la commission.

Pour 1991, sa dotation s'élève à 2,09 millions de francs, soit – hors frais locatifs et d'informatique – une progression d'un peu plus de 9 % par rapport au précédent exercice.

Le tableau suivant retrace l'évolution des crédits destinés à la commission depuis 1987 :

**ÉVOLUTION DES CRÉDITS DESTINÉS A LA COMMISSION
DE SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS DEPUIS 1987**

	1987	1988	1989	1990	1991 projet
Informatique	»	»	»	»	100 000
Matériel	283 711	291 493	291 493	291 493	291 493
Loyers et charges locatives ...	494 496	494 496	494 496	494 496	(1)
Déplacements	138 638	140 024	140 024	180 024	180 024
Remboursements aux diverses administrations	139 740	251 997	251 997	326 997	419 997
Actions spécifiques dans le domaine de la consommation	1 020 000	1 030 200	1 030 200	1 030 200	1 133 220

(1) A la suite du déménagement de la C.S.C., de la rue Blanche à la Tour de Lyon, le loyer est pris en charge par l'Administration centrale à partir de 1991.

Il convient de signaler que ce tableau ne mentionne pas les dépenses résultant de la rémunération des personnels car ils sont mis à la disposition de la commission par d'autres organismes.

CHAPITRE II

L'ÉVOLUTION DES ORGANISATIONS CONSUMÉRISTES

I. - LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

A. - La situation générale.

1. LES ASSOCIATIONS AGRÉÉES

Le nombre des associations de consommateurs agréées, au plan national, n'a pas varié depuis 1988 et se trouve toujours établi à vingt.

Depuis deux ans, ces organisations, constituées selon la loi de juillet 1901, ont ajouté des actions en faveur de la prévention des accidents domestiques à leurs activités traditionnelles qui consistent à comparer les prix, à conseiller les consommateurs et à les aider à régler leurs litiges avec les professionnels. En outre, au cours de l'année écoulée, nombre d'entre elles ont participé à la mise en place des commissions départementales d'examen des situations de surendettement et à la campagne destinée à sensibiliser l'opinion publique à ce sujet.

2. LES SUITES DONNÉES AU RAPPORT BRAULT

Le rapport présenté, il y a un peu plus d'un an, par M. Dominique Brault relevait, sans complaisance, les faiblesses du mouvement consommériste français et avançait un certain nombre de propositions pour améliorer la situation. Il suggérait, notamment, l'adoption d'un statut associatif pour l'I.N.C. (Institut national de la consommation) et la création d'une structure chargée de gérer les subventions attribuées par l'Etat aux différentes associations.

Ni les pouvoirs publics, ni les organisations consuméristes ne sont restés indifférents aux analyses de M. Brault et un certain nombre

d'orientations ont été arrêtées dans un sens correspondant à celui qu'il préconisait.

L'I.N.C. a été érigé en établissement public industriel et commercial. Cette transformation, opérée en étroite concertation avec les associations de consommateurs, donne à son conseil d'administration, qui reste composé très majoritairement de représentants de ces organisations, des pouvoirs plus étendus sur l'orientation des activités de l'établissement. Le contrôle de l'Etat devient, pour sa part, essentiellement un contrôle *a posteriori*.

Par ailleurs, les associations consuméristes et le ministre de l'Economie, des Finances et du Budget ont donné un accord de principe à l'institution d'un fonds assurant la gestion des subventions versées par l'Etat aux associations.

Pourtant, les handicaps des mouvements consuméristes français restent importants. Il suffit, pour s'en convaincre, de rappeler qu'à eux tous, ils disposent de moyens inférieurs à la seule Chambre de commerce et d'industrie de Paris.

3. LES SUBVENTIONS AUX MOUVEMENTS CONSUMÉRISTES

Compte tenu des difficultés et délais que pose la mise en place du fonds commun, les modalités traditionnelles de répartition et de contrôle des crédits entre les associations ont été maintenues pour 1990.

Les subventions accordées aux organisations de consommateurs peuvent prendre soit la forme d'une aide au fonctionnement, qui n'est pas finalisée, soit celle d'un soutien à des actions spécifiques.

L'aide au fonctionnement est attribuée au vu de l'activité de l'association, cette activité étant appréciée à travers les manifestations publiques et l'importance de ses publications. Le soutien à une action spécifique est décidé par les pouvoirs publics en fonction de la conformité des projets associatifs, aux préoccupations des consommateurs et aux objectifs retenus par le secrétariat d'Etat chargé de la Consommation.

Le tableau ci-après retrace la ventilation des subventions aux associations de consommateurs depuis 1982 :

VENTILATION DES CRÉDITS D'AIDE
AU FONCTIONNEMENT DES ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990 provisoire
A.D.E.I.C.-F.E.N.	»	»	100 000	102 150	224 700	157 290	157 000	172 000	487 000
A.F.O.C.	525 000	567 000	595 400	608 200	951 800	713 850	755 000	1 119 000	952 000
A.N.C.	»	200 000	210 000	214 500	647 500	518 000	530 000	414 000	352 000
A.S.S.E.C.O.-C.F.D.T.	335 000	400 000	458 000	467 850	713 000	570 400	571 000	582 000	538 000
C.G.L.	335 000	361 800	380 000	388 170	686 900	515 175	490 000	400 000	340 000
C.N.A.F.A.L.	»	»	150 000	153 230	275 800	193 060	174 000	377 000	321 000
C.N.A.F.C.	»	»	»	»	»	»	50 000	115 000	98 000
C.N.A.P.F.S.	410 000	442 800	465 000	474 500	515 100	360 570	343 000	257 000	219 000
C.N.L.	335 000	361 800	380 000	388 170	686 900	515 175	490 000	716 000	609 000
C.S.C.V.	480 000	550 000	620 000	633 330	878 500	658 875	700 000	965 000	821 000
C.S.F.	480 000	530 000	600 000	612 900	930 600	697 950	740 000	754 000	777 000
F.F.F.	390 000	421 200	442 400	451 900	623 100	467 325	490 000	650 000	553 000
F.N.A.F.R.	430 000	464 400	488 000	498 490	806 700	564 690	600 000	827 000	703 000
F.N.A.U.T.	»	»	»	»	»	»	»	52 000	45 000
Labo Coop	400 000	432 000	453 600	507 400	»	»	»	»	0
Léo Lagrange	»	»	80 000	81 720	204 300	143 010	50 000	52 000	45 000
O.R.G.E.C.O.	260 000	280 400	294 000	300 320	653 700	522 960	555 000	596 000	507 000
U.F.C.	530 000	572 400	620 000	633 330	775 400	581 550	660 000	1 330 000	1 131 000
U.F.C.S.	370 000	399 600	419 600	428 600	730 800	584 640	620 000	757 000	712 000
I.N.D.E.C.O.S.A.-C.G.T.	335 000	400 000	458 000	467 850	773 400	541 230	542 000	675 000	574 000
U.N.A.F.	»	»	»	»	133 000	106 400	106 000	150 000	129 000
Labo Coop	400 000	432 000	453 600	507 400	»	»	»	»	0
Léo Lagrange	»	»	80 000	81 720	204 300	143 010	50 000	52 000	45 000
O.R.G.E.C.O.	260 000	280 400	294 000	300 320	653 700	522 960	555 000	596 000	507 000
U.F.C.	530 000	572 400	620 000	633 330	775 400	581 550	660 000	1 330 000	1 131 000
U.F.C.S.	370 000	399 600	419 600	428 600	730 800	584 640	620 000	757 000	712 000
I.N.D.E.C.O.S.A.-C.G.T.	335 000	400 000	458 000	467 850	773 400	541 230	542 000	675 000	574 000
U.N.A.F.	»	»	»	»	133 000	106 400	106 000	150 000	129 000

Pour 1991, le montant de l'aide proposée par l'Etat s'élève à 69,85 millions de francs et traduit une augmentation de 32,15 % par rapport à 1990 et de plus de 113 % par rapport à 1988. Cette évolution positive est indispensable pour permettre aux mouvements consommateurs d'assurer le rôle qui leur revient dans notre société et elle ne peut être qu'approuvée par votre commission.

L'accroissement régulier constaté ces derniers temps est d'autant plus appréciable qu'il succède à une période où les affectations budgétaires connaissent de fortes fluctuations ainsi que le rappelle le tableau suivant :

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Chap. 44-81	9 180 000	10 751 668	11 751 668	22 051 688					
Chap. 44-82	22 552 906	25 361 705	25 139 020	16 839 020	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Total	31 732 906	36 112 373	36 884 688	38 890 708	32 210 539	32 710 359	41 010 359	52 000 359	69 855 359
Pourcentage d'augmentation par rapport à l'exercice précédent	7,99	13,80	2,13	5,43	- 17,17	1,55	25,37	28,89	32,15

(1) Chapitres fusionnés.

II. - L'INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

A. - La réforme du statut.

Envisagée depuis déjà plusieurs années, la réforme du statut avait été préconisée par le rapport « Brault » qui suggérait la forme associative. Cette solution n'ayant pas été unanimement approuvée par les associations de consommateurs, le secrétaire d'Etat chargé de la Consommation a donc interrogé le conseil d'administration de l'I.N.C. sur la solution la plus souvent avancée dans le passé, à savoir la transformation de l'organisme en établissement public à caractère industriel et commercial.

Sur la base d'un projet de texte qu'il avait lui-même préparé, le conseil d'administration s'est prononcé en faveur de cette transformation le 4 octobre 1989, les administrateurs représentant les consommateurs ayant voté à une très large majorité (11 pour, 3 contre et 1 abstention).

Consultés par référendum, les cent vingt salariés de l'I.N.C. ont adopté la même position à 85 %.

Le Conseil national de la consommation a donné un avis favorable au texte élaboré par les administrateurs de l'I.N.C. Celui-ci a alors été soumis au Conseil constitutionnel pour pouvoir modifier, par décret, la mention d'établissement public à caractère administratif qualifiant l'I.N.C. à l'article 22 de la loi du 22 décembre 1986 qui a créé cet Institut. Considérant que le législateur n'avait pas, en l'espèce, entendu instituer une catégorie d'établissement public, le Conseil constitutionnel a, par une décision du 5 décembre 1989, déclaré que les mots « à caractère administratif », qui figurent dans la disposition législative mentionnée ci-dessus, sont de nature réglementaire.

Cependant, en dépit de cette prise de position, le Conseil d'Etat, saisi ensuite pour avis sur le projet de décret, a estimé que la réforme n'était pas de nature réglementaire au motif que l'I.N.C. constituait à lui seul une catégorie d'établissement public au sens de l'article 34 de la Constitution.

Le Gouvernement est passé outre l'avis du Conseil d'Etat et le décret publié le 8 mai 1990 a repris, à quelques modifications secondaires près, le texte élaboré et approuvé par le conseil d'administration de l'I.N.C.

La réforme ainsi opérée permet de mettre le droit en accord avec la pratique puisque, ainsi que notre commission le soulignait depuis 1985, les ressources de l'I.N.C. proviennent d'abord de son activité commerciale. Or, la Cour des comptes l'avait d'ailleurs signalé fin 1988, une telle activité s'accommode mal des règles de gestion budgétaire des établissements publics administratifs. Le changement de statut va donc permettre une autonomie et une souplesse de gestion plus adaptée à la situation de l'établissement et à ses exigences.

Le conseil d'administration a été réduit (18 membres au lieu de 27) mais les administrateurs désignés par les associations de consommateurs conservent la majorité. Parallèlement, son rôle dans la définition de la stratégie de l'établissement a été renforcé (art. 7 du décret). Si le directeur reste nommé par le Gouvernement, il ne peut l'être que sur proposition du conseil d'administration.

Cette réforme a également été l'occasion d'ajustements de moindre importance : les missions de l'Institut sont précisées (art. 2) et la désignation, par le Gouvernement, des représentants des consommateurs, siégeant au conseil d'administration, doit désormais s'effectuer à partir d'une liste de candidatures établie par le collège des consommateurs et usagers du Conseil national de la consommation.

Au total, la réforme ne bouleverse ni les missions ni les modes d'expression de l'I.N.C. mais, d'une part, elle lui confère une autonomie

plus complète et, d'autre part, elle confie des responsabilités accrues aux associations de consommateurs en ce qui concerne sa gestion.

Enfin, le secrétaire d'Etat chargé de la Consommation s'est engagé, à plusieurs reprises, à ce que la modification de statut n'entraîne pas un désengagement financier des pouvoirs publics.

B. - L'évolution des ressources.

1. L'ORIGINE DES RECETTES

DÉCOMPOSITION DES RECETTES DE L'I.N.C.

(En pourcentage.)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990 (prévu)
Recettes publiques	57,78	51,34	52,49	48,08	45,74	37,8	28,5	30,68	35,2
Recettes commerciales	40,82	46,67	45,58	47,92	53,66	62,2	71,5	69,32	64,8
Autres	1,4	2,9	1,93	3,20	0,58	0	»	0	0

Le tableau ci-dessus révèle, tout comme l'année dernière, un inflexionnement à la baisse de la tendance à l'augmentation des recettes commerciales dans l'ensemble des ressources globales. Ce type de recettes reste toutefois prépondérant puisqu'il continue à représenter près des deux-tiers des moyens financiers de l'Institut. Pour 1990, leur diminution relative s'explique essentiellement par l'accroissement significatif de la contribution publique au budget de l'I.N.C. (+ 18,25 % par rapport à 1989).

2. LES DOTATIONS BUDGÉTAIRES

La dotation prévue pour l'I.N.C. en 1991 augmente en francs constants de 8,6 % par rapport à celle de 1990. Cette augmentation significative, qui confirme une tendance déjà enregistrée en 1990, est tout particulièrement appréciée par votre commission. Elle permet, en francs constants, un retour au niveau des subventions versées à l'I.N.C. en 1985. Elle reste encore inférieure, toujours en francs constants, de 1,8 % au montant atteint en 1986 mais ce retard, qui avait déjà très fortement diminué l'an dernier, se trouve, désormais, presque comblé.

ÉVOLUTION DE LA SUBVENTION A L'I.N.C.

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Francs courants	33 481 538	35 933 477	40 007 405	41 767 987	44 037 809	40 000 000	37 000 000	37 000 000	45 291 488	50 348 837
Francs constants 1988 .	45 200 076	44 557 511	46 008 515	45 527 105	46 743 677	41 200 000	37 000 000	35 714 285	42 239 277	45 892 610

III. – LE CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Créé par le décret n° 83-642 du 12 juillet 1983, le Conseil national de la consommation (C.N.C.), organisme consultatif, se trouve placé auprès du ministre chargé de la Consommation. Il a pour objet de permettre la concertation entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs et ceux des professionnels et des services publics, pour tout ce qui a trait aux problèmes de la consommation. Il est composé d'un collège de consommateurs et usagers et d'un collège de professionnels.

Il est consulté par les pouvoirs publics sur les grandes orientations de leur politique consumériste et pour l'application des articles premier à 28 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence. Actuellement, le secrétariat d'Etat à la Consommation le consulte systématiquement pour chacune des décisions qu'il envisage.

La composition du Conseil a été renouvelée pour trois ans le 22 novembre 1989. A l'occasion de l'installation du nouveau Conseil, le ministre de l'Economie, des Finances et du Budget a salué le travail accompli par cette instance depuis sa création et plus particulièrement depuis le second semestre 1988.

Les travaux menés par le C.N.C. en 1989 donnent une image concrète de la variété et de l'étendue de ses compétences.

Au cours de ses 74 réunions de groupes de travail – soit près de deux fois plus qu'en 1988 – et de ses 8 réunions plénières, ont ainsi été évoquées :

- la sécurité des produits (projet de directive communautaire sur ce point, réglementation sur les composants des produits cosmétiques, utilisation de la mousse polyuréthane) ;

- l'information sur la qualité des produits ;
- la représentation institutionnelle des intérêts des consommateurs (réforme du Comité consultatif des consommateurs européen, réforme de l'Institut national de la consommation...) ;
- l'information des consommateurs sur les prix (travaux sur la réparation et le dépannage, sur les contrats d'assurance, sur les soldes...) ;
- la protection juridique des consommateurs (consultation sur deux projets de loi relatifs à cette question) ;
- la réglementation des prix (décret encadrant certains prix en Guadeloupe à la suite du cyclone Hugo).

Cette même année aura également vu se manifester toutes les formes d'interventions possibles du Conseil :

- saisine obligatoire en application des articles premier et 28 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 ;
- consultation par le Gouvernement sur des projets de loi (2) et de règlements (11) ;
- discussion d'accords entre entreprises et consommateurs ;
- consultation avant les négociations communautaires pour préparer la position française.

IV. - LA COMMISSION DES CLAUSES ABUSIVES

A. - Les compétences.

La commission des clauses abusives est placée auprès du ministre chargé de la Consommation. La loi n° 78-23 du 10 janvier 1978 lui assigne trois missions. Elle est consultée sur les projets de décrets ayant pour objet d'interdire, de limiter ou de réglementer certaines clauses considérées comme abusives (art. 35 de la loi). Elle recherche dans les modèles de contrats habituellement proposés aux consommateurs les clauses qui peuvent présenter un caractère abusif (art. 37). Le cas échéant, elle émet des recommandations, éventuellement rendues publiques, tendant à obtenir la suppression ou la modification de clauses (art. 38).

La commission, indépendamment des procédures juridiques habituelles, exerce une action originale de contrôle sur des dispositions critiquables pour lesquelles il n'existe pas toujours de sanction appropriée.

B. — Le bilan de l'activité.

Depuis sa création en 1978, la commission des clauses abusives a adopté 35 recommandations dont 28, à ce jour, ont été publiées. Elle a examiné 454 saisines provenant du ministre chargé de la Consommation, des associations de consommateurs ou des professionnels.

Au cours de l'année 1989, la commission a adopté quatre recommandations concernant les contrats d'assurance des véhicules automobiles de tourisme, ceux proposés par les établissements d'enseignement, ceux d'assurance de « dommages-ouvrage », et ceux complémentaires à un contrat de crédit à la consommation ou immobilier ou à un contrat de location avec option d'achat.

Selon l'article 35 de la loi de 1978 précitée, les recommandations de la commission des clauses abusives n'ont d'effets impératifs que si un décret en Conseil d'Etat leur confère ce caractère.

Néanmoins, les travaux de la commission ont inspiré des textes législatifs ou réglementaires dont les plus récents sont la loi du 23 juin 1989, relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales, et la loi du 31 décembre 1989 relative à la prévention et au règlement des difficultés liées au surendettement des particuliers et des familles.

Plus récemment, lors de l'examen du projet de loi relatif au contrat de construction d'une maison individuelle, votre commission a proposé au Sénat, qui l'a adoptée, l'insertion dans ce texte d'un article additionnel qui répute « non écrites » certaines des clauses dénoncées comme abusives par cette instance dans les contrats de construction et de prêt immobilier.

Le projet de code de la consommation présenté par le professeur Calais-Auloy propose qu'à l'avenir, les clauses obscures ou abusives soient, dans le doute, interprétées en faveur du consommateur et que la détermination des clauses abusives soit confiée à la loi et non plus au décret. En outre, une disposition autorise le juge à condamner toute clause, qui sans être expressément interdite par un texte, lui paraît manifestement abusive.

CHAPITRE III

LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DU DROIT DE LA CONSOMMATION

I. — LES ÉCOPRODUITS

La sensibilisation croissante de notre société aux problèmes d'environnement confère un argument de vente supplémentaire aux produits pouvant afficher des prétentions ou un caractère écologique. Le succès commercial ayant couronné la campagne promotionnelle de certaines lessives sans phosphates, vantées comme respectueuses des équilibres naturels, et la polémique qui en est résultée le démontrent amplement.

Cependant, la récupération de l'écologie à des fins publicitaires, sans contrôle et sans certification de la véracité des assertions des fabricants, apparaît de nature à favoriser des abus qui peuvent se révéler préjudiciables tant pour le consommateur que pour l'environnement. Le consommateur peut être trompé et l'environnement pollué par un produit présenté comme écologique alors qu'il ne l'est pas !

Fort de ce constat, M. Alain Brune, député, a présenté en avril 1990, au nom de la commission de la production et des échanges de l'Assemblée nationale, un rapport proposant « *l'apposition d'un signe distinctif sur les produits respectueux de l'environnement* ». Une procédure similaire à celle envisagée existe déjà en Allemagne depuis 1978 et, actuellement, dans ce pays plus de 3 000 produits sont estampillés « *Blaue Engel* » (Ange bleu) avec la mention « *Ami de l'environnement* ». Il en résulte d'ailleurs un risque indéniable de voir les produits germaniques bénéficier, de ce fait, d'un avantage concurrentiel sur le grand marché unique qui se prépare pour demain.

Pourtant, l'instauration d'un label écologique dans notre pays se heurte à un certain nombre d'obstacles dont la complexité du système français de normes et de labels n'est pas le moindre.

Pour les seules fabrications alimentaires, outre les appellations d'origine contrôlée, on compte 208 labels nationaux, 8 labels régionaux et des logos signalant les produits issus de l'agriculture biologique ou de la montagne. S'ajoutent à la difficulté posée par ce « *maquis de l'estampille* » celle résultant de l'obligation de prendre en compte les contraintes communautaires et de ne pas faire d'un label une entrave à la liberté

des échanges, celle liée à la diversité des produits labellisables et, enfin, celle découlant des problèmes rencontrés pour définir un écoproduit.

Néanmoins, malgré toutes les difficultés réelles qu'elle présente, la mise en place d'un label français paraît souhaitable pour de multiples raisons. Elle permettrait de valoriser les efforts indéniables de certains professionnels dans le domaine de l'environnement tout en préservant la loyauté de la concurrence. Elle favoriserait une meilleure information du consommateur en évitant une prolifération anarchique de l'autolabellisation. De plus, l'existence d'un label national permettrait de peser dans les négociations sur le label européen.

Pour M. Brune, la certification écologique française doit être volontaire, évolutive, multicritères et eurocompatible.

L'A.F.N.O.R. (Association française de normalisation) a été chargée d'inventer un label de ce type, de lui trouver un logo et d'organiser les procédures d'attribution par des organismes certificateurs.

Votre commission souhaiterait, à ce sujet, être informée de l'avancement des travaux de cet organisme et se voir présenter l'état actuel de ses projets.

II. — LE PROJET DE CODE DE LA CONSOMMATION

Le droit de la consommation recouvre des textes juridiques disparates et comporte de multiples facettes. Il est pourtant indispensable qu'il soit facile d'accès et aisé à comprendre pour que la protection des consommateurs puisse être mise en œuvre efficacement.

Afin d'atteindre cet objectif, il a été confié à M. Calais-Auloy, professeur de droit, le soin de proposer une codification de ce droit. Le rapport du groupe de travail, qu'il a animé, a été remis au mois de janvier 1990 et propose un code comprenant une partie législative de 314 articles et une partie réglementaire plus courte.

Dans bien des cas, le projet se contente de reprendre les dispositions antérieures (refus de vente, loteries publicitaires, vente à distance, information des consommateurs sur les prix, situation de surendettement...) et s'il opère quelques « toilettages », ceux-ci sont souvent utiles ou ne prêtent guère à conséquence.

Cependant, il ne se limite pas à la simple compilation de textes existants, il propose aussi un certain nombre de mesures tendant à renforcer le pouvoir consommériste.

Ces innovations peuvent être réparties en deux catégories selon qu'elles créent des procédures ou posent de nouvelles règles.

A. — Introduction de nouvelles procédures.

De ce point de vue, le projet de code comporte quatre propositions majeures :

1. Accentuation des effets des accords collectifs de la consommation. D'ores et déjà, les associations représentatives de consommateurs ont le droit de conclure des accords collectifs avec les organisations professionnelles. Néanmoins, faute de consécration législative, ceux-ci n'ont aucune force obligatoire en dehors du cercle restreint des signataires et sont, en fait, mal respectés. Le projet de code impose, sous certaines conditions, le respect des accords à tous les professionnels membres des organisations signataires.

2. Institution de l'action de groupe. Inspirée de la « *class action* » américaine, cette procédure permettrait aux associations représentatives de consommateurs de saisir le juge au nom de tous les consommateurs. Aujourd'hui, ces associations ont la faculté de saisir la justice en cas d'infraction pénale. Le projet élargit ce droit au domaine civil dès lors qu'il y a pratique illicite ou clause contractuelle abusive. Il reste, toutefois, en deçà de la législation américaine qui reconnaît à tout consommateur lésé — et non aux seules organisations représentatives — le droit d'agir pour le compte de tous.

3. Constitution d'un fonds d'aide aux consommateurs. Ce fonds serait chargé d'avancer aux consommateurs et à leurs associations, les sommes nécessaires à l'exercice d'une action en justice, notamment les honoraires des avocats et des experts. Les ressources du fonds proviendraient de condamnations pécuniaires prononcées contre des professionnels ayant porté atteinte à l'intérêt des consommateurs.

4. Mise en œuvre d'un fonds de garantie. Le projet de code prévoit qu'un fonds spécial serait chargé d'indemniser les victimes de dommages corporels résultant d'un acte de consommation dans le cas où le responsable est insolvable et n'est pas assuré. Ce fonds serait pour les accidents de la consommation, l'équivalent de celui qui existe déjà pour les accidents de la circulation.

B. — Création de nouvelles règles.

Les innovations les plus importantes concernent la publicité et la responsabilité des professionnels.

1. NOUVELLES RÈGLES EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ

Tout d'abord, le projet interdit la publicité pouvant entraîner des comportements dangereux et prévoit, à ce sujet, des sanctions identiques à celles de la publicité mensongère.

Surtout, il admet la publicité comparative.

Un bref rappel de l'état de ce dossier permettra de mieux apprécier la portée de cette proposition qui a déjà suscité de vives polémiques.

La publicité comparative est celle par laquelle une entreprise, pour vanter les mérites de ses produits, les compare à ceux d'une entreprise concurrente. Actuellement, en France, ce type de publicité n'est pas interdite par un texte.

L'utilisation publicitaire des résultats d'un essai comparatif, bien qu'elle ne soit pas entièrement assimilable à une publicité comparative, est d'ailleurs devenue une pratique courante. De plus, considérée jusqu'à une époque récente comme constitutive d'une concurrence déloyale, la publicité comparative des prix a été déclarée licite par un arrêt de la chambre commerciale de la Cour de cassation du 22 juillet 1987. Cette jurisprudence a été confirmée mot pour mot par un arrêt de la même chambre en date du 29 mars 1989 : *« n'est pas illicite une publicité qui se borne à la comparaison des prix auxquels des produits identiques sont vendus dans les mêmes conditions par des commerçants différents contribuant ainsi à assurer la transparence d'un marché soumis à la concurrence »*.

Trois dispositions légales encadrent toutefois la publicité comparative :

— l'article 1382 du code civil peut s'appliquer au « dommage économique » causé par un entrepreneur fondant sa publicité sur une comparaison dans laquelle ses produits, ses services ou ses prix sont confrontés avec ceux d'une ou plusieurs entreprises. Cette publicité peut tendre à déprécier ou à discréditer les concurrents et ainsi caractériser le dénigrement constitutif de concurrence déloyale ;

— l'article 44 de la loi du 27 décembre 1973 interdit les publicités mensongères ou de nature à induire en erreur. La publicité comparative peut tomber sous le coup de cet article lorsqu'elle porte sur des éléments inexacts ou lorsqu'elle est de nature à induire en erreur le consommateur par un choix d'éléments de comparaison non significatifs ;

— l'article 422-2 du code pénal prohibe l'usage d'une marque sans l'autorisation du propriétaire. Cet article fait l'objet d'interprétations divergentes de la doctrine sur le fait de savoir s'il vise uniquement la contrefaçon, ou bien s'il englobe la citation à des fins publicitaires. Il n'a, cependant, jamais été appliqué à la publicité comparative par les juridictions pénales et il résulte des travaux parlementaires ayant conduit à son adoption que le législateur n'entendait réprimer que les seules contrefaçons.

L'inexistence de la publicité comparative dans notre pays s'explique, en définitive, indépendamment des réticences des professionnels à recourir à ce type de promotion commerciale, par une jurisprudence ancienne de la chambre commerciale de la Cour de cassation. Celle-ci, fondée sur l'article 1382 du Code civil, prohibe l'utilisation sans autorisation de la marque d'autrui. Elle assimile toute comparaison effectuée, à des fins publicitaires, sans cette autorisation à un dénigrement même si ladite comparaison porte sur des faits conformes à la vérité (Cass. Com. 5 octobre 1982, Bull. Civ. IV, 253 ; Cass. Com. 19 juillet 1973, D. 1973, 587). La nouvelle jurisprudence précitée de la chambre commerciale, en matière de comparaison des prix, peut apparaître de nature à faire évoluer cette position. Cependant, depuis cet infléchissement, aucune décision n'est encore intervenue sur des comparaisons publicitaires visant les qualités de deux produits concurrents et non pas seulement leurs prix.

Le projet de code de la consommation propose d'instaurer une législation spécifique autorisant la publicité comparative — et levant ainsi les ambiguïtés actuelles — tout en encadrant strictement ses modalités de mise en œuvre afin d'éviter que les messages publicitaires effectuant des comparaisons puissent porter sur des éléments subjectifs non significatifs ou non vérifiables. Il doit, d'ailleurs, être noté que les autorités communautaires ont préparé un avant-projet de directive sur la publicité comparative et s'appêtent à soumettre l'examen de cette question aux Etats-membres.

Votre Rapporteur tient, sur ce sujet, à faire remarquer que si les professionnels apparaissent extrêmement hostiles à l'introduction de la publicité comparative, les Français, dans leur ensemble, semblent y être favorables puisque, selon un sondage récent réalisé à la demande d'une association de consommateurs, 71 % des personnes interrogées prennent parti pour une telle mesure.

2. NOUVELLES RESPONSABILITÉS DES PROFESSIONNELS

Le délit d'abus de faiblesse se trouve généralisé. Actuellement, il n'existe en droit positif qu'en cas de démarchage. Le dispositif, élaboré par le professeur Calais-Auloy, l'étend à tout professionnel qui abuse de la faiblesse ou de l'ignorance d'un consommateur.

Le projet de code crée également un nouveau délit d'atteinte à la sécurité des personnes. Lorsqu'un bien ou un service cause un dommage corporel, le professionnel qui l'a commercialisé serait ainsi passible d'une peine correctionnelle s'il en connaissait le caractère dangereux.

Un tel agissement peut, d'ores et déjà, être puni sur la base des articles 319 et 320 du code pénal (décès, blessures ou maladies causés par imprudence). Mais les peines prévues par ces articles sont conçues pour des atteintes individuelles et n'apparaissent pas adaptées à une infraction mettant en danger la vie ou la santé d'un grand nombre de personnes. Il est donc institué un délit spécial, puni de peines plus sévères que celles des articles 319 et 320 du code pénal.

Enfin, la responsabilité pénale des personnes morales se trouve affirmée. Aujourd'hui, en droit français, seules les personnes physiques sont pénalement responsables. Le projet de code de la consommation, qui va de cette manière dans le même sens que le projet de code pénal, prévoit que la personne morale commettant une infraction assume la charge de la sanction. En pareil cas, l'amende pourrait atteindre 5 % du chiffre d'affaires.

Suite à la présentation des suggestions du groupe présidé par M. Calais-Auloy, le secrétariat d'Etat à la Consommation prévoit de soumettre au Gouvernement un projet de loi permettant de donner suite à certaines d'entre elles (édiction du principe d'une codification, abus de faiblesse, action collective restreinte, publicité comparative...) tout en instituant un droit à congé pour les représentants des associations agréées de consommateurs.

Un avant-projet, actuellement en cours d'examen interministériel, a été transmis au Conseil national de la consommation qui a émis, à la fin du mois d'octobre 1990, un avis laissant apparaître des divergences entre le collège consommateurs et le collège professionnels.

Parallèlement, la commission supérieure chargée de la codification a prévu de mettre en place un groupe de travail chargé de la mise en œuvre de la codification des textes existants en matière de droit de la consommation.

III. - L'ACTION EN FAVEUR DE LA QUALITÉ DES PRODUITS

Les fêtes de fin d'année sont souvent l'occasion de braquer les projecteurs de l'actualité sur les fraudes affectant les produits alimentaires de haut de gamme. Les 39 000 enquêtes et contrôles effectués fin 1989 et ayant entraîné la saisie de 14 tonnes de denrées dangereuses et la destruction de 50 tonnes de faux foie gras ont, ainsi, été largement signalés par la presse.

Mais la répression des fraudes alimentaires ne se cantonne pas à la période des réveillons. Elle s'effectue tout au long de l'année. Ainsi, en 1989, la D.G.C.C.R.F. a contrôlé près de deux millions de tonnes de légumes à l'exportation en refoulant quelque 20 000 tonnes (1 %) et a effectué des vérifications à l'importation portant sur des quantités équivalentes et ayant conduit à sanctionner quelque 30 000 tonnes (1,5 %).

Dans le domaine des vins, secteur économique particulièrement sensible en France, l'administration assure le contrôle de leurs traitements œnologiques et de leur mise sur le marché. Elle dispose, depuis 1988, d'une nouvelle technologie d'analyse, la résonance magnétique nucléaire qui permet de déceler plus facilement les fraudes de chaptalisation. Parmi les interventions les plus marquantes de l'année 1989, on peut signaler le démantèlement d'un trafic de faux champagne portant sur 150 000 bouteilles.

Au-delà des produits alimentaires, les contrôles de qualité portent également sur les fabrications industrielles et les prestations de service. Au total, en 1989, la D.G.C.C.R.F. a procédé à près de 400 000 interventions, a dressé 44 000 avertissements et a établi 12 000 procès-verbaux.

Cette situation démontre, s'il en était besoin, l'importance de la politique poursuivie en matière de qualité des produits.

Sur le grand marché européen de 1993, la maîtrise de la qualité des produits et des services va constituer un facteur de compétitivité. Les certifications d'entreprises, les certifications de produits ou encore les certificats d'analyse du produit qui contribuent à établir la confiance du consommateur dans les productions de certaines entreprises ou de certaines régions deviendront ainsi un enjeu économique majeur.

Dans cette perspective, l'administration chargée des problèmes de la consommation a participé à la définition des normes communautaires en matière de qualité des produits, notamment dans le secteur agro-alimentaire, la réglementation y étant traditionnellement plus développée.

De manière plus précise, l'attitude très active de la présidence française, qui s'est exercée pendant le second semestre 1989, a permis une avancée sérieuse de l'harmonisation européenne.

La directive de base sur l'étiquetage des denrées alimentaires a été complétée par une directive du 14 juin 1989. Celle-ci précise les mentions d'étiquetage à porter sur les produits vendus en vrac ainsi que la nouvelle définition de la date limite de consommation.

Parallèlement, le projet de directive sur l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires a fait l'objet d'un accord des différents Etats-membres le 21 décembre 1989. Est également intervenue une directive qui établit les principes généraux du contrôle officiel des denrées alimentaires et instaure, à partir de 1991, le principe de programmes prévisionnels coordonnés de contrôle sur la base de recommandations de la Commission.

Par ailleurs, les réglementations nationales élaborées en matière de qualité et les nouveaux outils d'attestation qui sont mis à la disposition des entreprises intègrent progressivement la dimension européenne.

Les systèmes d'assurance-qualité présentent un intérêt fondamental car ils fournissent aux entreprises un véritable passeport communautaire pour leurs produits. Pour favoriser l'essor de l'assurance-qualité, trois décisions sont intervenues en 1989 :

- la mise en place d'un comité pour la certification conforme aux normes internationales des processus de production d'une entreprise intervenant dans le secteur agro-alimentaire ;

- l'élaboration d'un projet de décret pour préciser les conditions de la certification des produits agro-alimentaires ;

- le développement du réseau national d'essais pour la mise en place de l'accréditation des laboratoires, afin que les entreprises puissent faire analyser leurs produits par des laboratoires dont la fiabilité est reconnue.

Enfin, le secrétariat d'Etat à la Consommation a participé à la promotion et à la rénovation des instruments traditionnels de valorisation de la qualité. Des conventions, précisant les domaines prioritaires dans lesquels une normalisation doit être recherchée, ont été signées par la D.G.C.R.F. et le ministère de l'Agriculture en liaison avec les professionnels.

Le rapprochement des échéances imposées par le Marché unique renforce la nécessité de l'effort à effectuer dans le domaine de la certification et du contrôle de la qualité des produits. Votre commission estime que, sur cette question, la plus grande vigilance est indispensable afin que les évolutions en cours ne soient pas préjudiciables aux consommateurs et aux producteurs, notamment agricoles. Elle souhaite, sur ce point, être informée des projets du Gouvernement pour l'année 1991.

★
★ ★

En conclusion, la commission des Affaires économiques et du Plan, suivant son rapporteur, a décidé de s'en remettre à la sagesse du Sénat pour ce qui concerne le vote sur les crédits de la Concurrence et de la Consommation inscrits dans le projet de loi de finances pour 1991.