

# SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1979-1980

Annexe au procès-verbal de la séance du 21 novembre 1979.

## AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la commission des Affaires économiques et du Plan (1)  
sur le projet de loi de finances pour 1980, ADOPTÉ PAR  
L'ASSEMBLÉE NATIONALE.

TOME VII

### CONSOMMATION ET CONCURRENCE

Par M. Gérard EHLERS,

Sénateur.

(1) Cette Commission est composée de : MM. Michel Chauty, président; Robert Laucournet, Bernard Legrand, Joseph Yvon, Marcel Lucotte, vice-présidents; Francisque Collomb, Marcel Lemaire, Raymond Dumont, André Barroux, secrétaires; Octave Bajeux, Bernard Barbier, Charles Beaupetit, Georges Berchet, Auguste Billiémaz, Jean-Marie Bouloux, Amédée Bouquerel, Raymond Bouvier, Jacques Braconnier, Marcel Brégégère, Raymond Brun, Pierre Ceccaldi-Pavard, Auguste Chupin, Jean Colin, Jacques Coudert, Raymond Courrière, Pierre Croze, Hector Dabois, Emile Durieux, Gérard Ehlers, Jean Filippi, Léon-Jean Grégory, Roland Grimault, Paul Guillaumot, Jean-Paul Hammann, Rémi Herment, Bernard Hugo, Maurice Janetti, Maxime Javelly, Pierre Jeambrun, Paul Kauss, Pierre Labonde, France Lechenault, Fernand Lefort, Charles-Edmond Lenglet, Paul Malassagne, Pierre Marzin, Serge Mathieu, Daniel Millaud, Louis Minetti, Paul Mistral, Jacques Mossion, Pierre Noé, Henri Olivier, Louis Orvoen, Bernard Parmantier, Albert Pen, Pierre Perrin, Jean-François Pintat, Richard Pouille, Maurice PrévotEAU, François Prigent, Roger Quilliot, Jean-Marie Rausch, Roger Rinchet, Marcel Rosette, Jules Roujon, Maurice Schumann, Michel Sordel, Marcel Souquet, Pierre Tajan, René Travert, Raoul Vadepied, Frédéric Wirth, Charles Zwickert.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (6<sup>e</sup> législ.) : 1290 et annexes, 1292 (annexes 14 et 15), 1297 (tome VI)  
et in-8° 227.

Sénat : 49 et 50 (tome III, annexe 11) (1979-1980).

Loi de finances. — Consommation - Concurrence - Urbanisme.

## SOMMAIRE

	Pages
<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>I. — Observations générales</b> .....	<b>5</b>
<b>II. — La politique de la consommation.</b>	
<b>A. — Les interventions directes de l'administration</b> .....	<b>11</b>
— L'adaptation de la réglementation .....	<b>12</b>
— Les sanctions des infractions .....	<b>13</b>
— Les suites données aux propositions de la Commission des clauses abusives .....	<b>14</b>
— L'établissement d'un dialogue permanent entre consommateurs et professionnels .....	<b>15</b>
<b>B. — Le soutien financier et l'assistance technique aux associations de consommateurs</b> .....	<b>18</b>
— L'Institut national de la consommation .....	<b>18</b>
— Les subventions aux organisations de consommateurs .....	<b>20</b>
<b>III. — La politique de la concurrence.</b>	
<b>A. — Modalités et conséquences de la suppression du contrôle des prix</b> ....	<b>21</b>
— Le processus de libération des prix .....	<b>22</b>
— La réorganisation de la Direction générale de la concurrence et de la consommation .....	<b>23</b>
<b>B. — Bilan de l'activité de la Commission de la concurrence</b> .....	<b>26</b>
<b>C. — Urbanisme commercial</b> .....	<b>28</b>
<b>Annexes :</b>	
<b>1. — Présentation de la réforme de la Direction générale de la concurrence et de la consommation par le ministère de l'Economie</b> .....	<b>32</b>
<b>2. — Les aides financières de l'Etat aux organisations de consommateurs en 1978.</b>	<b>35</b>
<b>3. — La répression des infractions à la législation de la consommation</b> .....	<b>39</b>
<b>4. — Liste des personnes entendues par le Rapporteur</b> .....	<b>42</b>

MESDAMES, MESSIEURS,

L'année dernière, votre Commission avait souligné, à travers les insuffisances des aides financières et des moyens techniques mis à la disposition des consommateurs comme les lacunes du droit, la faiblesse voire l'absence d'une ferme volonté politique de donner aux consommateurs un pouvoir réel sur l'évolution de la société française.

La référence constante de M. Monory à l'idée d'un contre-pouvoir des consommateurs traduit-elle un changement de cap de la politique du Gouvernement dans le sens souhaité par votre Commission ? En réalité, on ne peut pas dire que cette formule — aussi séduisante soit-elle — ait été suivie d'effets. Non seulement il n'a pas été tenu compte des observations faites par votre Commission dans son précédent rapport mais encore les mesures prises dans ce nouveau budget ont été financées par la restructuration — on pourrait dire le démantèlement — des services de la Direction de la concurrence et de la consommation, dont on avait cru — sur la base notamment du programme d'action prioritaire n° 18 — que le développement était une condition *sine qua non* du renforcement du rôle du consommateur.

On peut donc utilement rappeler en introduction certaines des observations de la Commission dont les auditions effectuées par votre Rapporteur, à l'occasion de ce budget, ont confirmé tout l'intérêt.

Votre Commission avait surtout insisté sur les problèmes de la communication des dossiers administratifs, de la participation des associations de consommateurs à l'élaboration et à l'application des lois et règlements ainsi que sur celui de leur accès aux *mass media*. C'est ainsi, en particulier, qu'avaient été évoqués les points suivants :

— La défense du consommateur ne peut être l'affaire des seuls techniciens et professionnels. L'action efficace des associations suppose une présence, à la fois sur le terrain et au sein d'organismes les plus divers, qui implique que leurs membres puissent disposer, notamment au cœur de l'entreprise ou sur le plan de la formation professionnelle, sinon d'un statut particulier, du moins de facilités ou de concours financiers spécifiques.

— Il est courant que les organisations intéressées se plaignent de ne pouvoir accéder à des informations, à des dossiers, à des statistiques qui les concernent directement.

— En dehors des dossiers intéressant la défense nationale ou la vie privée des personnes, chacun doit convenir que la règle du secret n'a pas de justification, surtout lorsqu'il s'agit de la santé et de la sécurité des consommateurs.

— En ce qui concerne l'élaboration des lois et règlements, ces associations sont consultées trop rapidement, pour ainsi dire mises devant le fait accompli et, surtout, **manquent de moyens pour faire valoir leur point de vue au cours du processus législatif.**

— Votre Rapporteur précisait, dans le précédent rapport, que la publicité de marque à la télévision absorbait 245 minutes d'antenne par an, soit 26 fois plus de temps que les émissions spécialement consacrées à l'information des consommateurs.

Il rappelait également que les dépenses de publicité étaient 283 fois plus élevées que ce qui est consacré aux émissions de consommateurs, et qu'affecter 0,35 % des recettes de la publicité permettrait de doubler le temps d'antenne dévolu aux consommateurs.

Votre Commission avait, d'une façon générale, souligné que la **suppression du contrôle des prix était inséparable du renforcement du rôle et des moyens réels des associations de consommateurs.**

En conclusion de ces observations générales, elle mettait l'accent sur un problème essentiel :

**« La vraie question est de savoir comment l'on peut donner aux consommateurs un droit de regard sur la formation des prix, ce qui revient plus fondamentalement à s'interroger sur les modalités de cette formation. »**

La nouvelle politique du Ministère ne constitue pas une réponse aux problèmes posés. Avant d'examiner ce qui a été fait depuis un an, tant dans le domaine de la consommation que dans celui de la concurrence, votre Rapporteur tient à présenter quelques observations générales pour montrer que **la politique actuelle ne répond, ni aux besoins exprimés par les consommateurs et leurs organisations, ni même dans ses résultats aux propres objectifs du Gouvernement.**

## I. — OBSERVATIONS GÉNÉRALES

La politique de M. Monory, ministre de l'Économie, s'inscrit dans la perspective plus vaste d'une réduction de l'inflation par la restauration des mécanismes de l'économie de marché fondée sur la liberté et la responsabilité des agents économiques : **aux entreprises la liberté de fixer leurs prix, aux consommateurs celle de s'informer.**

Où en sommes-nous, aujourd'hui, au moment de l'élaboration du rapport ?

Pour ralentir le rythme de l'inflation et atteindre le taux de 8 % qu'il s'est lui-même fixé pour 1979, il convient, selon les termes mêmes de M. Monory, de libérer les prix et, en contrepartie, de développer une politique de concurrence et de protection des consommateurs.

— C'est d'ailleurs en fonction de ces objectifs que le Gouvernement avait fait inscrire dans la loi de finances 1979, la création de 101 emplois à la Direction de la concurrence et de la consommation, pour développer les actions en matière de concurrence, de formation, d'information et de protection des consommateurs.

— Un assistant technique devait être accordé à chaque association en 1979. Force est de constater qu'une seule promesse a été tenue : **la libération des prix !**

En ce qui concerne les hausses de prix, on peut citer quelques passages de la note de conjoncture présentée par le rapporteur général du budget de la commission des Finances du Sénat, qui donne la vraie portée de l'« alibi pétrolier ».

Page 21 :

« Le prix du pétrole, décidé en juin 1979, permet aux pays producteurs d'acquérir sensiblement la même quantité de biens industriels que le prix de vente de 1974. »

Page 31 :

« L'inflation n'a donc pas sa cause dans l'augmentation du prix de l'énergie, puisqu'elle l'a précédée. »

Ceci étant totalement confirmé par le rapport annuel du G.A.T.T., qui est l'organisation internationale du commerce entre États, pour qui l'idée selon laquelle le pétrole est responsable de la relance de l'inflation est : « *dangereusement fausse* ».

Page 37 :

« D'août 1978 à août 1979, les prix libérés ont augmenté de 10,9 % contre 7,5 % en moyenne au cours des années précédentes. Cette augmentation paraît bien être la conséquence directe de la libération des prix, les autres facteurs économiques (salaires, énergie, matières premières, charges diverses) ayant augmenté dans le même temps à un rythme voisin de celui du passé. »

Face à cette situation, on nous propose de supprimer les 101 emplois qui n'ont d'ailleurs pas été pourvus. Pire, on envisage d'affecter 400 emplois à d'autres missions.

Ainsi, une des principales administrations (1) chargées de la défense des consommateurs perd le cinquième de ses effectifs.

**Ne s'agit-il pas de la mise en cause de la Direction des prix au moment où les hausses atteignent des sommets jamais égalés et sont, d'après votre Rapporteur général, la conséquence directe de la libération des prix ?**

— Que vont pouvoir faire 57 agents (au lieu de 110) pour protéger ces millions de consommateurs parisiens ? Et les 35 de Lyon (au lieu de 52), les 18 de Nice (au lieu de 30), les 35 de Marseille (au lieu de 49) ?

— *Dans certains cas, c'est presque de moitié que les effectifs sont diminués.*

— En règle générale, les départements à forte activité économique ou touristique et présentant de fortes concentrations de population sont les plus touchés.

— Les frais de déplacement *progressent de 0,1 %*, les frais en équipement matériel *de 1,8 %* : ces chiffres, comparés à ceux de la hausse des prix, marquent une grave régression des moyens. S'il convient de rappeler que le sens du service public ne fait pas défaut aux fonctionnaires, il est clair qu'il ne suffira pas à pallier les graves insuffisances en matière de protection des consommateurs.

Sans entrer dans le détail des chiffres, ce qui est toujours fastidieux, nous constatons que les deux millions supplémentaires octroyés aux associations de consommateurs s'inscrivent dans un budget en diminution de vingt millions.

Les syndicats des fonctionnaires de la Direction de la concurrence et de la consommation (2) et les organisations de consommateurs (3) se sont d'ailleurs élevés, dans un communiqué commun

---

(1) Les moyens des autres administrations concernées et notamment du service de la répression des fraudes sont notamment insuffisants.

(2) Force ouvrière, C.F.D.T., C.G.T., Autonome, C.F.T.C.

(3) A.F.O.C., C.G.L., C.S.C.V. (Confédération syndicale du cadre de vie), C.S.F. (Confédération syndicale des familles), O.R.G.E.C.O. (Organisation générale des consommateurs), U.F.C. (Union fédérale des consommateurs).

en date du 9 novembre 1979, contre le projet de budget pour 1980 qui selon eux ne pourrait « que nuire gravement aux intérêts des consommateurs rendant encore plus difficiles les possibilités d'action de l'Administration ».

Ils déclarent également dans le communiqué qu'au moment où l'inflation s'accélère, M. Monory n'utilise pas l'outil que devrait constituer la Direction de la concurrence et de la consommation pour lutter contre les hausses de prix ; bien au contraire, il poursuit la politique de libération des prix malgré les dérapages déjà constatés.

La concurrence tant vantée par le Ministre n'a pas empêché les hausses et le bilan de la Commission de la concurrence reste dérisoire quand encore son activité comme celle des fonctionnaires n'est pas entravée par des pressions diverses.

La protection du consommateur reste un vain mot quand son pouvoir d'achat est amputé par une inflation qui atteindra 12 % en 1979, selon l'indice officiel qui ne rend pas compte des augmentations réelles de prix. A cet égard, il est à noter que la libération incontrôlée des loyers et des charges est de plus en plus préoccupante pour les travailleurs et leurs familles.

La mise en place des B.P. 5000 reste illusoire et n'est pas à la mesure des problèmes qui se posent. Cette structure ne saurait pallier l'absence de réglementation ni assurer la création d'un prétendu contre-pouvoir consommateur prôné par les pouvoirs publics.

Au surplus, les moyens donnés en crédits budgétaires aux organisations de consommateurs ne doivent pas tendre à déshabiller l'Administration pour habiller celles-ci. Ce n'est acceptable ni pour les personnels de la Direction générale de la concurrence et de la consommation ni pour les consommateurs.

L'orientation prise par le Gouvernement traduit, en fait, la renonciation à toute politique d'un véritable droit de la consommation.

Les organisations lancent un pressant appel au Parlement pour que soit redressée une situation dont elles ne sauraient trop souligner la gravité.

En ce qui concerne les moyens, force est de constater qu'ils se réduisent à peu de chose. Les quelques textes existants sont bien antérieurs à la réorientation de l'activité de cette administration. Il est significatif de constater, par exemple en matière de « clauses abusives », que les conclusions deviennent systématiquement des « recommandations », *laissant ainsi les consommateurs sans moyens réels pour jouer leur rôle.*

En matière de concurrence, trois des douze avis rendus par la Commission relèvent de secteurs économiques d'une importance très réduite (briquets rechargeables, crampons antidérapants, crayons feutres).

Dans le cas d'une grande société, on attend que le dossier soit prescrit pour statuer, ce qui interdit évidemment toute sanction.

Dans le cas d'un abus de position dominante, la Commission ne peut que se borner à un constat.

Seulement deux amendes ont été infligées ; pour le reste, il ne s'agit que de recommandations.

— **Le développement de la « mission concurrence » est sérieusement hypothéqué par les injonctions de la direction générale fixant comme principe l'interdiction d'intervenir dans les entreprises industrielles.**

— Il est remarquable de constater que la loi n° 77-806 du 14 juillet 1977, relative au contrôle de la concentration économique et à la répression des abus de position dominante, qui prévoit dans son titre II un contrôle *a priori* des opérations de concentration économique, n'a pas reçu, à notre connaissance, pour cette dernière disposition le moindre commencement d'application.

Exemple : Vallourec est autorisé à absorber les « tubes de la Providence », bien que la Commission de la concurrence ait mis l'accent, par un avis du 12 janvier 1978, sur l'existence de pratiques anticoncurrentielles graves dans le secteur du tube acier.

Après la mise en liberté des prix, le dispositif de protection des consommateurs est en fait limité. Les textes existants sont nécessaires, mais insuffisants ; en particulier, tout ce qui concerne les transactions immobilières échappe à leur champ d'application.

D'autres dispositions destinées à garantir les droits du consommateur ne sont pas de la compétence de la D.G.C.C. (soldes, liquidation, loterie, concours, démarchage à domicile, envoi, vente directe pratiquée par un industriel).

**Une note de service en date du 26 décembre 1978 rappelle que les agents n'ont aucun pouvoir pour mener des enquêtes ou instruire des plaintes dans ces domaines.**

**Il semble, en résumé, que l'on prive l'administration chargée de défendre la consommation des moyens que le Gouvernement avait jugé, il y a peu de temps encore, indispensables à l'accomplissement de sa mission.**

Votre Commission tient à renouveler son affirmation selon laquelle il n'y a pas d'opposition entre le développement du mouvement consommateur et l'existence de la Direction de la concurrence et de la consommation.



Les consommateurs sont conscients du fait qu'ils ne peuvent se substituer à l'administration et qu'ils ne pourront rien sans une administration qui les informe et sanctionne les abus. Les associations de consommateurs, unanimes, considèrent que les deux millions supplémentaires alloués sont certes les bienvenus, mais *ne sont pas de nature à changer fondamentalement les choses.*

De même, les différents syndicats du personnel, associations de consommateurs, considèrent que :

La D.G.C.C. doit disposer :

— de textes législatifs et réglementaires clairs et précis, connus des assujettis et du public ;

— de fonctionnaires investis de prérogatives précises, nécessaires au contrôle de l'application de ces textes ;

— d'une organisation administrative claire permettant aux différentes parties prenantes de s'y retrouver : les fonctionnaires dans leurs responsabilités, les assujettis et le public dans le fonctionnement de l'administration,

*ces trois conditions d'une conception démocratique de la fonction publique devant se compléter par un développement important des moyens et des droits, indispensables aux associations de consommateurs, leur permettant de jouer pleinement leur rôle.*

Par exemple : au niveau des réalisations d'études précises sur la formation des prix et la composition des coûts de production, *l'application des textes permettant une information mutuelle entre les comités d'entreprise et l'administration chargée de la réglementation et du contrôle des prix.*

Tout milite donc, et c'est le vœu unanime des syndicats et associations entendus par le Rapporteur en faveur du maintien, voire du développement des effectifs de la D.G.C.C.

En faveur d'aides et de droits nouveaux pour les associations de consommateurs, quelques exemples, méritant un règlement rapide, peuvent être donnés dans ce domaine :

1° L'absence de tous droits et moyens pour les militants consommateurs salariés les met dans l'impossibilité d'agir efficacement.

*Le Gouvernement pourrait très facilement montrer l'exemple dans la fonction publique et le secteur nationalisé en dotant (sur la base d'une concertation avec les associations intéressées) les militants salariés de la consommation d'un statut les protégeant et leur permettant une activité réelle.*

2° En ce qui concerne l'important problème de la formation : l'I.N.C. ne peut satisfaire les demandes qui lui parviennent. *Or, il apparaît que la création de trois postes budgétaires, dont un de première catégorie et deux de catégorie intermédiaire, serait de nature à répondre aux besoins immédiats.*

3° L'augmentation importante du nombre des petits litiges (connus et inconnus) montre à l'évidence la nécessité de moyens et droits nouveaux. **On pourrait ainsi songer à l'instauration de garantie légale de deux ans sur les appareils électroménagers d'usage courant et sur certains appareils audio-visuels (télévision, tourne-disques, etc.),** ce qui permettrait de réduire le nombre de petits litiges et d'améliorer la protection du consommateur. Il convient également de rapprocher la justice du justiciable, d'en faciliter l'accès et d'en accroître la rapidité dans l'examen des dossiers.

**Il doit être clair qu'une telle amélioration passe obligatoirement par une augmentation du nombre des juges et par une décentralisation de l'organisation des tribunaux habilités.**

La question suivante étant posée en guise de conclusion : Comment espérer que la protection des consommateurs puisse progresser si aucun texte et aucun service de contrôle ne permet d'assurer et de protéger véritablement les acquis ?

## II. — LA POLITIQUE DE LA CONSOMMATION

Selon le rapport d'exécution du VII<sup>e</sup> Plan, le programme d'action prioritaire n° 8 « renforcer le rôle des consommateurs » présente un taux d'exécution relativement élevé de 94,6 %. Ce résultat satisfaisant ne doit pas faire illusion : des efforts ont été accomplis qui seront retracés ci-dessous, mais ils se démarquent de la tendance antérieure moins par leur montant (1) — la croissance des dotations annuelles n'est, en francs constants, que de 13,5 % sur cinq ans, soit 2,6 % environ en taux de croissance annuel — que par leur philosophie plus nettement *libérale*.

L'accent est désormais moins mis sur les interventions directes de l'administration que sur l'aide financière et l'assistance technique aux organisations de consommateurs.

### A. — Les interventions directes de l'administration.

Dans la nouvelle conception du ministre de l'Economie, il semble que le rôle de l'administration soit *surtout de conseiller consommateurs et professionnels*, avant même que de contrôler ou de sanctionner. Si le contrôle et la sanction laissent la place à la surveillance, plutôt lointaine, et aux avertissements, la répression des abus les plus graves, notamment lorsqu'ils mettent en danger la sécurité physique du consommateur, semble constituer un des objectifs principaux des services administratifs.

La Direction de la consommation et de la concurrence peut faire état d'un certain nombre de textes nouveaux améliorant la protection et l'information des consommateurs. Mais il reste à rendre plus rigoureuse l'application des textes existants et à les compléter, notamment dans le domaine des clauses abusives, *pour tenir compte des observations de la Commission des clauses abusives*, et dans celui de l'étiquetage d'information.

---

(1) Lorsqu'un P.A.P. comporte 80 % de dépenses de personnels et que ces dépenses correspondent à des services existants, dont la masse des rémunérations est nécessairement amenée à croître en francs constants, le respect des engagements financiers qu'il comporte est largement facilité.

— L'ADAPTATION DE LA RÉGLEMENTATION

Dans le domaine de la protection physique des consommateurs, le décret n° 79-437 du 5 juin 1979, pris pour l'application des articles premier et 2 de la loi du 10 janvier 1978, précise la procédure à mettre en œuvre pour l'interdiction définitive ou la réglementation de la commercialisation des produits présentant un danger pour la santé ou la sécurité. En application de ce texte, la fabrication, l'importation, l'offre, la vente, la distribution à titre gratuit et la détention des vêtements et textiles traités avec le produit T.R.I.S. ont été interdites par le décret n° 79-489 du 20 juin 1979. De même un projet de décret portant une interdiction similaire en ce qui concerne les lampes d'ambiance, cendriers et tout autre objet de décoration contenant certains liquides dangereux doit être prochainement publié. En outre, ce même projet de décret réglera la présentation des appareils qui ne sont pas interdits, par un étiquetage faisant apparaître la nature et la composition des produits qu'ils contiennent et mettant en garde contre les utilisations dangereuses.

Dans le domaine de la répression des fraudes, outre divers textes relatifs à des produits particuliers (tabac, jus de fruits, huiles destinées à l'alimentation humaine, etc.), il convient de mentionner la publication d'un arrêté d'application du décret n° 78-975 du 26 septembre 1978 modifiant le décret du 12 octobre 1972 « sur les conditions de vente des denrées, produits et boissons destinés à l'alimentation de l'homme ainsi que les règles d'étiquetage et de présentation de celles de ces marchandises qui sont préemballées en vue de la vente au détail ».

Ce décret posait le principe de l'indication d'une date d'utilisation optimale pour les produits préemballés non périssables. L'arrêté intervenu précise les conditions d'application de cette obligation aux conserves, semi-conserves, surgelés et crèmes glacées.

En ce qui concerne la *loyauté des transactions*, un décret du 4 octobre 1978, pris pour l'application de la loi du 1<sup>er</sup> août 1905 sur la répression des fraudes pour ce qui est des **véhicules automobiles**, régit l'information qui doit être fournie au consommateur, sur les caractéristiques des véhicules neufs ou d'occasion offerts à la vente. Un certain nombre d'indications devront être mentionnées sur tous les documents accompagnant la vente : pour les véhicules neufs, la marque, le type ou l'appellation et le millésime de l'année modèle devront être indiqués ; pour les véhicules d'occasion, les mêmes indications devront être obligatoirement complétées du mois et de l'année de la première mise en circulation ainsi que du kilométrage. Sur ce dernier point, la modification du kilométrage inscrit au compteur ou la remise à zéro du compteur est interdite.

En application du décret précité, l'arrêté du 2 mai 1979 prévoit que seuls peuvent porter le millésime d'une année modèlè déterminée les véhicules vendus à l'utilisateur à partir du 1<sup>er</sup> juillet de l'année civile précédente. D'autre part, un vendeur ne pourra présenter, avec un millésime donné, que des véhicules correspondant au modèlè déposé par le constructeur pour l'année concernée.

On peut toutefois regretter que ne soit pas encore sorti le décret d'application de la loi du 10 janvier 1978 relatif aux **certificats de qualification**. Fondement d'une réglementation concertée indispensable à l'information des consommateurs, ce décret devrait, par sa parution, donner une impulsion nouvelle de l'Association française pour l'étiqùetage d'information. L'A.F.E.I., organisme paritaire, devrait désormais mettre au point deux types d'étiqùettes : une *étiqùette libre*, conçue par l'A.F.E.I. comme par le passé et utilisée, sous certification, sous la seule responsabilité du producteur ; une *étiqùette certifiée*, établie par l'A.F.E.I. à la demande des organismes certificateurs qui en contrôlent la régularité.

#### — LES SANCTIONS DES INFRACTIONS

Pour l'application de la réglementation et, notamment, celle des prix, on peut constater une certaine diminution des indicateurs d'activité comme le nombre de contrôles effectués ou de procès-verbaux dressés, ce qui est logique par suite de la libération des prix industriels : 20.000 contrôles environ par trimestre pour l'ensemble des services de contrôle dont 3.500 seulement par la seule Direction de la concurrence ; 2.300 procès-verbaux par trimestre au cours de la même période dont 1.550 par la Direction de la concurrence.

Les tableaux figurant en annexe permettent également de noter l'importance des transactions par rapport aux dossiers transmis au Parquet ou aux condamnations définitives — dont le nombre a crù sensiblement depuis 1976.

Sans doute n'est-il pas possible d'établir une corrélation rigoureuse entre les délinquants verbalisés au cours d'une année et les règlements (condamnations judiciaires ou transactions) intervenus au cours de la même période en raison des délais indispensables à la réalisation des transactions et, plus encore, aux décisions définitives des tribunaux. Cependant, même si une étude plus fine de ces données mériterait d'être faite, il n'en reste pas moins que l'on ne peut manquer d'être frappé que sur un nombre de procès-verbaux atteignant entre 30.000 et 41.000 selon les années, entre 1974 et 1978, celui des transactions se situe entre 20.000 et 34.000.

Le montant moyen des transactions ne manque pas d'être étonnant lorsqu'on le multiplie par le nombre de transactions : le produit total des amendes atteindrait 70,549 millions de francs en 1978 !

soit une croissance, en francs courants, de près de 33 % par an depuis 1973. Les sommes ainsi récoltées par l'administration paraîtraient encore plus importantes si on les comparait aux amendes infligées par les tribunaux ou aux dommages et intérêts prononcés par eux en faveur des consommateurs ou de leurs organisations. Dans tous les cas, on peut s'étonner de l'existence d'une justice parallèle fonctionnant dans la clandestinité sans la publicité protectrice des droits des consommateurs comme de ceux des contrevenants eux-mêmes.

— LES SUITES DONNÉES AUX PROPOSITIONS DE LA COMMISSION DES CLAUSES ABUSIVES

En matière de protection juridique des consommateurs, la loi du 10 janvier 1978 relative à la protection et à l'information des consommateurs a créé une Commission des clauses abusives qui, outre la possibilité de proposer des réformes législatives ou réglementaires, a essentiellement pour tâche de donner un avis sur les projets de décrets intéressant la réglementation des clauses abusives et de rechercher les clauses abusives dans les contrats pour émettre, le cas échéant, des *recommandations* visant à leur suppression.

Ainsi, la Commission des clauses abusives a été consultée sur le décret de mars 1978 interdisant trois clauses abusives et imposant le rappel dans les contrats de l'existence de la garantie légale des vices cachés ainsi qu'un projet d'arrêté fixant les conditions générales de vente régissant les agents de voyage et leur clientèle.

**Sur le second plan, on peut regretter que le Ministre n'ait pas jugé utile de publier toutes les recommandations de la Commission.**

En effet, seules deux recommandations ont été publiées le 24 février 1979 par le ministre de l'Economie, l'une relative aux clauses insérées dans les contrats de garantie, l'autre concernant les recours en justice.

Le ministre de l'Economie envisagerait la publication d'une troisième recommandation relative aux contrats de location d'emplacements destinés à l'affichage publicitaire.

La Commission a également fait quelques propositions de modifications législatives ou réglementaires dans son premier rapport annuel.

S'agissant du vœu de la Commission que soient instituées des sanctions pénales à l'encontre de ceux qui ne respecteraient pas les dispositions des décrets pris en application de l'article 35 de la loi du 10 janvier 1978, le ministre de l'Economie a répondu au Rapporteur de votre Commission qu'il ne lui paraissait pas opportun d'envisager une telle réforme dans l'immédiat : le seul décret pris à ce jour (décret du 24 mars 1978) n'étant, selon lui, en application que depuis

**trop peu de temps pour dresser un bilan du respect des prescriptions réglementaires et prévoir, le cas échéant, des mesures dissuasives.**

La Commission des clauses abusives suggère également que soient modifiées certaines dispositions du Code civil concernant la garantie légale des vices cachés. Le principe même de la réforme serait actuellement étudié dans différents Ministères.

Compte tenu des difficultés invoquées par le ministre de l'Economie, *il ne lui paraît pas possible d'indiquer quand cette étude pourra aboutir et quand, éventuellement, un projet de loi pourra être déposé devant le Parlement.*

La Commission souhaite, d'autre part, que ces décrets soient pris sur le fondement de l'article 35 de la loi du 10 janvier 1978 pour interdire certaines clauses présentant un caractère abusif et pour réglementer la présentation des contrats.

Sans écarter le principe même de nouveaux décrets, le Ministre a fait savoir au Rapporteur de votre Commission *qu'il préférerait qu'il soit fait appel en priorité au « sens de la responsabilité des professionnels pour qu'ils modifient eux-mêmes leurs contrats, sans contrainte réglementaire ».* Une bonne information sur les recommandations de la Commission des clauses abusives lui paraît le moyen à utiliser en priorité pour éliminer des clauses abusives ou pour améliorer la présentation des conventions. **On aimerait que ces déclarations soient suivies d'effets et que toutes les recommandations de la Commission soient publiées, ainsi qu'elle le réclame elle-même.**

#### — L'ÉTABLISSEMENT D'UN DIALOGUE PERMANENT ENTRE CONSOMMATEURS ET PROFESSIONNELS

Les pouvoirs publics ont, dans la nouvelle conception, pour tâche, moins d'intervenir directement que de favoriser l'établissement d'un dialogue entre consommateurs et professionnels susceptible de leur permettre de *définir* dans la mesure du possible, *eux-mêmes, des règles du jeu protectrices* des intérêts des consommateurs.

Cette concertation doit, dans l'esprit du ministre de l'Economie, permettre un certain *désengagement de l'Etat*, qui n'est plus amené à réglementer que pour fixer un cadre général ou réprimer les abus. Dans sa mission de « bons offices », l'action de la mission s'est développée à deux niveaux, tant pour la définition de nouvelles règles du jeu que pour le règlement des problèmes individuels.

Dans le cadre de la préparation par l'administration de la libération progressive du prix des services et des marges commerciales, les organisations de consommateurs ont été invitées à *définir de manière concertée, avec les professions intéressées, les mesures destinées à la protection et à l'information du consommateur qui pour-*

*raient accompagner la suppression de l'encadrement actuel. Des rencontres ont été organisées par l'administration à cette fin ; elles sont actuellement en cours. La concertation au sein des groupes de travail devrait permettre d'aboutir à des « accords de développement de la concurrence, d'information et de protection des consommateurs ». Le ministre de l'Economie ajoute que les accords — sur le contenu desquels on désirerait des renseignements plus précis — devraient être trouvés par contacts directs entre ces organisations.*

Les directeurs départementaux de la concurrence et de la consommation organisent dans cet esprit des *réunions régulières* groupant représentants des consommateurs, des administrations intéressées par les questions de consommation et professionnels. Ce dialogue « aboutit à la conclusion d'un certain nombre de contrats types, de protocoles d'accords ou de codes de bonne conduite ». *Votre Commission aurait souhaité des réponses un peu moins vagues afin de mieux mesurer les progrès — ou les obstacles au développement — de la concertation.*

Au niveau local, la concertation a essentiellement pour objet d'assurer un règlement plus efficace des problèmes, et notamment des litiges individuels.

C'est ainsi qu'a d'abord été poursuivie l'opération « **Boîte postale 5000** ». Il s'agit de permettre aux consommateurs, qui bien souvent ne savent pas à qui soumettre leurs problèmes, de disposer d'une *adresse unique*, facile à retenir et proche de l'endroit où naissent les difficultés qu'ils rencontrent. La procédure — gratuite — présente un caractère amiable ; elle est organisée de la façon suivante :

— Il est prévu, dans chaque département, une « *équipe boîte postale* » composée des associations de consommateurs, de représentants des organismes professionnels et des administrations ayant accepté de s'associer au fonctionnement du système.

Les lettres parvenues à l'adresse de la boîte postale 5000 sont confiées aux membres de cette équipe, avec leur accord, selon la nature des affaires et les compétences de chacun, lors de séances de tri et d'attribution du courrier. Chaque lettre fait ensuite l'objet d'un accusé de réception qui informe le demandeur de l'identité de l'organisme qui a pris en charge l'étude de son affaire. Deux cas peuvent alors se présenter :

— s'il s'agit d'une demande de renseignements, celle-ci ne soulève pas, en général, de problème particulier ; et les membres de l'équipe boîte postale ont d'ailleurs la ressource, en cas d'hésitation, de demander eux-mêmes conseil à l'administration centrale de la concurrence et de la consommation, à l'Institut national de la consommation et à tous autres organismes ;



— s'il s'agit d'un litige contractuel, intervient un mécanisme de conciliation qui se situe à deux niveaux. A un premier stade, l'organisation chargée de l'affaire prend contact avec les deux parties en cause et leur propose une solution ; à un second stade — lorsque cette médiation primaire n'a pas abouti — le directeur départemental de la concurrence et de la consommation réunit une commission de conciliation, composée de représentants des organisations professionnelles et des associations de consommateurs, qui entend les parties et leur propose, à son tour, une solution. Si aucun accord n'intervient, même à ce stade, le plaignant conserve bien entendu la possibilité d'aller en justice.

Le bilan de l'année 1978 fait apparaître un total de 41.000 lettres. Mais la Direction de la concurrence et de la consommation signale que la boîte postale a également provoqué l'envoi direct aux associations de consommateurs d'un courrier supplémentaire sans cesse plus abondant : elle s'est en effet préoccupée de mieux faire connaître ces associations — dont le nom et l'adresse sont systématiquement communiqués à tous ceux qui écrivent à la boîte postale — ce qui devrait inciter de nombreux consommateurs à s'adresser ensuite à elles, directement.

La répartition de ce courrier par nature d'affaires et par secteur économique s'établit comme suit :

— Par nature d'affaires :

- 37,3 % des lettres concernent des demandes de renseignements ou de conseils ;
- 45,8 %, des litiges contractuels ;
- 16,9 %, des litiges non contractuels.

Par comparaison avec les résultats des premiers mois de l'expérience, ces pourcentages indiquent que les demandes de conseils ne cessent de croître et que les litiges contractuels, en revanche, décroissent. Ils semblent marquer une tendance des consommateurs à mieux se renseigner avant leurs transactions.

— Par secteur économique, d'autre part :

- 41 % des affaires exposées concernent des produits industriels et manufacturés ;
- 29 %, l'immobilier ;
- 20 %, les prestations de services ;
- 6 % les services publics ;
- 4 %, les produits alimentaires.

Pour l'année 1979, le taux des indemnités allouées aux organisations participantes, financées sur le chapitre 44-82 « Actions

concertées en matière de consommation » a été accru de 33 % par affaire traitée, et une indemnisation complémentaire a été prévue en faveur des associations qui traiteront un nombre d'affaires supérieur à la moyenne et qui auront à supporter, de ce fait, des charges particulières. En outre, l'indemnisation est devenue forfaitaire.

Il n'a pas été jugé nécessaire, en revanche, de renouveler, en 1979, l'action d'information télévisée qui avait dû être menée l'année précédente pour faire connaître le dispositif au grand public et qui avait été financée, pour un montant de 900.000 F, sur les crédits spécifiques de la Direction générale pour les relations avec le public inscrits au chapitre 34-02.

Par ailleurs, plus de la moitié des directions départementales sont parvenues, dès le premier semestre de l'année 1979, à mettre en place des *bureaux d'information des consommateurs*.

Ces bureaux ont pour vocation d'informer directement les consommateurs mais aussi de les orienter vers les différents organismes qui peuvent apporter à ces derniers une aide particulière et, notamment, vers les associations de consommateurs. Il faut noter cependant que leurs moyens sont à la disposition des consommateurs comme de leurs organisations.

La Direction de la concurrence et de la consommation prévoit que la quasi-totalité des départements en seront dotés à la fin de cette année, faisant simplement état d'un échelonnement des ouvertures qui tiendrait seulement à quelques problèmes matériels un peu plus longs à résoudre dans certains départements que dans d'autres (nécessité d'obtenir, parfois, des locaux supplémentaires et d'y faire effectuer des travaux d'agencement avant leur mise à la disposition du public).

#### **B. — Le soutien financier et l'assistance technique aux associations de consommateurs.**

La nouvelle orientation de la politique de la consommation, qui s'est traduite par une réduction des effectifs de la Direction générale de la concurrence et de la consommation, a eu pour conséquence une augmentation des subventions budgétaires aux organisations de consommateurs et à l'Institut national de la consommation.

#### **— L'INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION**

Etablissement public à caractère administratif, l'Institut national de la consommation — I.N.C. — assure essentiellement trois fonctions : centre d'essai technique, bureau d'information juridique et économique et organe de formation.

En tant que centre d'essai, l'I.N.C. a, en 1979, procédé à l'essai de 30 produits — contre 36 en 1978 — au bénéfice d'études ou de tests dans le domaine des services (agences de voyages, service après-vente, services bancaires, examen de santé...). Par ailleurs, les techniciens de l'Institut ont poursuivi leur participation à diverses instances travaillant sur l'étiquetage d'information, la normalisation ainsi que la durabilité des produits. On aurait souhaité d'ailleurs quelques précisions sur une nouvelle orientation de ces essais vers l'appréciation d'un *rapport utilité-prix* déjà évoqué dans le précédent rapport.

Dans le domaine de l'information, on doit d'abord noter une nouvelle présentation de la revue *50 millions de consommateurs* mettant l'accent sur les informations concrètes. Le tirage moyen de la revue et la diffusion sont identiques à ceux de 1979.

Dans le cadre de la revue technique *Consommateurs-Actualités* est paru un guide de l'usager des autoroutes, incluant les nouvelles dispositions arrêtées par le ministère de l'Economie et le ministère des Transports.

L'I.N.C. poursuit, par ailleurs, ses émissions sur T.F. 1 et Antenne 2 qui semblent être celles qui ont le plus d'impact sur les consommateurs.

Sur le plan de l'assistance juridique et économique, on constate avec intérêt qu'à côté des activités traditionnelles comme la réalisation de fiches de renseignements juridiques, l'I.N.C. a mis en place un *service de permanence téléphonique d'avocats* institué en coopération avec le Barreau de Paris, qui répond en moyenne à 100 appels quotidiens.

En outre, les services juridiques de l'I.N.C. ont réalisé des études juridiques — notamment sur les garanties légales ou contractuelles de la vente — et participé aux travaux de la Commission Scrivener sur la publicité comparative. Enfin, l'I.N.C. doit développer son action de *formation* par l'organisation de cycles pour les entreprises du secteur privé ou les administrations : il souhaiterait ainsi la création d'un centre de formation aux problèmes de la consommation.

En ce qui concerne la fonction de l'I.N.C., notamment vis-à-vis des organisations de consommateurs, le Ministère réitère les principes définis par la lettre adressée en juin 1978 au directeur de l'I.N.C. suivant lesquels l'Institut est un *outil technique* au service des consommateurs, *sans vocation militante*.

Pour 1980, la subvention budgétaire à l'I.N.C. augmente de 3,393 millions de francs — soit une hausse de 17,6 % par rapport à 1979 — pour atteindre 22,65 millions de francs.

— LES SUBVENTIONS AUX ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS

En contrepartie de la réduction des moyens administratifs de la Direction générale de la concurrence et de la consommation, le projet de budget pour 1980 accroît fortement les aides financières aux associations de consommateurs.

C'est ainsi que le chapitre 44-81 « Aide aux organisations de consommateurs » est doté de 4 millions de francs au lieu de 2 millions de francs en 1979, tandis que le chapitre 44-82 « Actions concertées en matière de consommation » voit ses crédits augmenter de 3,1 millions de francs (+ 38 %) pour atteindre 11,2 millions de francs.

Il s'agit d'une évolution positive, qui devrait notamment permettre le développement de l'expérience des *assistants techniques de la consommation* lancée en 1979 et à laquelle votre Commission est très attachée dans la mesure où est respectée l'*indépendance des associations*.

Les tableaux figurant en annexe donnent le détail de l'attribution de ces crédits en 1979 et notamment le contenu des opérations faisant l'objet de subventions spécifiques.

### III. — LA POLITIQUE DE CONCURRENCE

La nouvelle orientation de la politique gouvernementale en matière de concurrence peut être clairement définie par les propos de M. Raymond Barre tenus en octobre 1978, devant l'Assemblée nationale :

« Depuis quelques années se développent dans les sociétés libérales des mécanismes et des comportements qui introduisent des rigidités qui se heurtent à d'autres rigidités et dont l'arbitrage est de plus en plus souvent assuré par l'inflation. S'attaquer aux facteurs structurels de l'inflation, c'est d'abord faire en sorte que le jeu normal de la concurrence puisse faire disparaître les rentes de situation qui sont à l'origine de profits artificiels et abusifs.

« Il nous faut éviter une conception du profit qui prévaut trop fréquemment dans notre pays. Celui-ci ne saurait être le produit de rentes de situation, de privilèges ou de subventions de l'Etat mais le fruit des efforts de productivité et d'innovation. »

La philosophie du libéralisme gouvernemental est bien résumée dans ces quelques lignes : suppression du contrôle des prix, réduction des subventions budgétaires aux entreprises du secteur concurrentiel et intensification de la concurrence. Trois domaines peuvent être évoqués dans le cadre de ce rapport : les modalités et les conséquences de la suppression du contrôle des prix, l'action de la Commission de la concurrence et le contrôle de l'urbanisme commercial.

#### A. — Modalités et conséquences de la suppression du contrôle des prix.

On peut rappeler que la libération des prix industriels à la production a été effectuée en application de l'arrêté ministériel n° 78-67/P du 31 mai 1978.

Les décisions de libération, qui ont été notifiées à chaque entreprise ou profession par lettre du ministre de l'Economie, se sont échelonnées entre le 1<sup>er</sup> juin et la mi-août 1978. Les quelques branches qui n'étaient pas soumises au régime des engagements de modération (parmi lesquels certains produits pétroliers et les produits soumis au tarif interministériel des prestations sanitaires) conservent pour l'instant le régime de prix particulier antérieur.

L'insuffisance de la concurrence et, dans certains cas, le défaut d'information et de protection du consommateur final ont conduit les

pouvoirs publics à n'accorder que de façon sélective et progressive la liberté des prix aux secteurs autres que l'industrie. Aussi doit-on s'étonner que les services de la Direction générale de la concurrence et de la consommation aient été réduits, alors même que l'essentiel des secteurs des services et du commerce n'ait fait l'objet d'aucune mesure de libération. De fait, le régime contraignant existe encore, mais on peut se demander si la volonté politique d'en assurer une application, sinon sévère du moins effective, existe encore.

#### — LE PROCESSUS DE LIBÉRATION DES PRIX

En effet, si les divers services industriels rendus par des entreprises à d'autres entreprises on vu leurs prix libérés au cours du premier semestre de cette année — les entreprises utilisatrices ayant la capacité de négocier véritablement avec leurs prestataires de services —, il n'en a pas été de même pour les autres activités de services qui font encore l'objet d'un encadrement du prix, soit par voie réglementaire, soit par voie contractuelle.

Le ministère de l'Economie précise que le régime de liberté *« sera étendu progressivement quand des conditions de concurrence convenables auront été réunies et que les prestataires de services concernés auront souscrit des engagements apportant des progrès précis en matière de protection des droits des consommateurs. Des engagements de modération pourront d'autre part être conclus »*.

Si, en application des mêmes principes, le ministre de l'Economie a été amené à libérer les prix de gros interindustriels, le principe de stabilité des marges, en pourcentage, exercé sur exercice, a été maintenu dans le reste du commerce.

Il est signalé que les branches intéressées pourraient recouvrer la liberté des prix dans le cadre d'engagements de développement de la concurrence, d'information et de protection des consommateurs.

La mise en place d'un tel système de liberté contractuelle ne devrait pas intervenir dans un proche avenir : selon les termes mêmes du Ministère, elle ne « se fera qu'à mesure que des progrès substantiels auront été réalisés dans les domaines qui viennent d'être indiqués, selon les modalités à l'étude en liaison avec les organisations de consommateurs et les organisations professionnelles. Les professionnels doivent en effet se livrer à une réflexion approfondie, afin de déterminer quels engagements ils sont en mesure de prendre envers les consommateurs de plus en plus appelés à devenir les arbitres réels du rapport qualité-prix ».

De fait, il n'y a plus de calendrier précis de libération des prix non industriels — ce qui laisse planer un doute sur sa réalisation dans un délai assez bref. Fallait-il dès lors réduire les effectifs de la Direction générale de la concurrence et de la consommation, et cela d'autant

**plus que les exigences d'une concurrence saine supposent des contrôles accrus notamment en matière de publicité des prix et de publicité mensongère.**

— LA RÉORGANISATION DE LA DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE ET DE LA CONSOMMATION

Le 19 janvier 1979, le directeur général de la concurrence et de la consommation a annoncé aux personnels de cette administration les grandes lignes d'une vaste restructuration des services dans la perspective de la libération des prix industriels : remise en question des 101 créations d'emplois prévus par le budget pour 1980 avec suppression des organigrammes d'organisation des directions départementales et régionales...

Le Ministre, dans une réponse à des questions écrites, a présenté cette opération comme un redéploiement nécessaire, compte tenu de la transformation des tâches de la Direction : l'examen entrepris a abouti à estimer que 2.012 agents devraient normalement suffire aux nouvelles tâches de la Direction.

La libération effective des prix industriels aurait déjà permis de tripler les effectifs affectés à la surveillance de la concurrence et de renforcer ceux qui appuient les organisations de consommateurs et contrôlent les réglementations protectrices des consommateurs.

C'est ainsi que, non seulement il n'a pas semblé nécessaire de recourir aux renforcements d'effectifs prévus par la loi de finances pour 1979, mais encore que *400 postes actuellement pourvus seront transférés progressivement à d'autres Directions*, notamment de la Direction générale des impôts, de la Direction des douanes et de la Direction de la comptabilité publique.

La réduction des effectifs serait effectuée *progressivement* à mesure du déroulement du processus de libération des prix *en garantissant les situations individuelles* : les principes du volontariat, du maintien à résidence, de la continuité dans le déroulement de la carrière seraient respectés. Des concours de recrutement seraient encore prévus pour l'automne 1979-1980 afin de maintenir l'équilibre de la pyramide des âges — ainsi que des opérations de recyclage.

Les *personnels* de la direction, dont le Rapporteur de votre Commission a rencontré les syndicats, ne cachent pas leur *inquiétude devant une réduction de 20 % environ des effectifs* (cf. le tableau en annexe) qui n'a pas fait l'objet d'une véritable concertation puisque, réuni tardivement — le 29 mai dernier — le Comité technique paritaire a été mis, selon les syndicats, devant le fait accompli.

Certains syndicats mettent en garde contre les dangers du détachement de longue durée qui peut ralentir la carrière des intéressés.

Votre Commission tient simplement, dans cette partie plus descriptive de son rapport, à rappeler que le rôle de la Direction de la concurrence ne se limitait pas au contrôle des prix et, qu'au contraire, se développent depuis quelques années des *missions plus diversifiées et plus complexes* qui, s'ajoutant au contrôle des prix du commerce et des services, suffiraient à légitimer le maintien des effectifs existants. En effet, la disparition — qui n'est peut-être pas pour demain — du contrôle des prix, laisse aux services de la Direction de la concurrence et de la consommation cinq missions nouvelles ou présentant une importance croissante :

- la surveillance de la concurrence ;
- la mission consommation ;
- l'aide aux entreprises ;
- l'assistance aux collectivités publiques ;
- les études économiques.

— **La surveillance de la concurrence** devait, dans la perspective libérale actuelle, recevoir une impulsion nouvelle pour l'application de la loi du 19 juillet 1977 sur le contrôle de la concentration économique et de la répression des ententes illicites et des abus de position dominante.

Pour mener à bien son action, la Commission de la concurrence suppose un renforcement substantiel des moyens de la Brigade nationale des enquêtes économiques. En fait, il semble que, dans la nouvelle organisation des services, les agents spécialisés dans les problèmes de concurrence relèvent de l'échelon national.

Faut-il en conclure que *la lutte contre les ententes est du ressort exclusif des services centraux* ? Votre Commission ne le pense pas, même si, selon les statistiques de la Direction générale, elle ne représentait que 1,1 % des tâches actives des services départementaux en 1978.

Un autre aspect de la surveillance de la concurrence devrait voir désormais son importance relative s'accroître ; il s'agit de la répression des *pratiques anticoncurrentielles individuelles* (pratiques de prix discriminatoires, délais de paiement abusifs, refus de vente, etc.).

A noter que le contrôle de ces pratiques devrait se révéler plus difficile à assurer dans la mesure où une circulaire — d'ailleurs parue sous forme de fac-similé dans un hebdomadaire — semble ne pas inciter les services à effectuer des vérifications sur place.

— **La mission consommation** des services de la Direction de la concurrence apparaît également de nature à absorber une part crois-



sante du temps des agents : sa nature plus diffuse de conseil aux consommateurs individuels et à leurs organisations suppose une plus grande disponibilité. En outre, l'autre aspect de cette mission, le contrôle de l'application des règles destinées à protéger le consommateur, exige une présence constante sur le terrain. A l'origine de ces règles souvent mal respectées, il faut citer les textes relatifs aux domaines suivants :

— règles de publicité des prix (arr. min. n° 25-921 du 16 septembre 1971) ainsi que les règles particulières de publicité des prix, exemple : affichage du prix du pain (arr. min. n° 78-89/P du 9 août 1978) ;

— annonces de rabais (arr. min. n° 77-105/P du 2 septembre 1977) ;

— publicité mensongère (art. 44 de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 21 décembre 1973) ;

— ventes aux primes prohibées (lois du 20 mars 1951 et du 29 décembre 1972) ;

— information et protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit (loi n° 78-22 du 10 janvier 1978 et décret n° 78-509 du 24 mars 1978) ;

— clauses abusives (loi n° 78-23 et décret n° 78-464 du 24 mars 1978).

On peut, à ce propos, s'étonner de ce que certaines dispositions destinées à garantir les droits des consommateurs ne soient pas de la compétence de la Direction de la concurrence. Elles concernent :

— les ventes au déballage, en solde, en liquidation (loi du 30 décembre 1906 et décret n° 62-1463 du 26 novembre 1962) ;

— les ventes avec loterie ou concours (loi du 21 mai 1836 modifiée par la loi du 18 avril 1924 et par celle du 29 avril 1930) ;

— le démarchage à domicile (loi n° 72-1137 du 22 décembre 1972) ;

— la vente à la boule de neige (loi du 5 novembre 1953) ;

— l'envoi forcé (art. R. 40-12 du Code pénal) ;

— la vente directe au consommateur de produits par un industriel (art. 39 de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 29 décembre 1973).

On aimerait ainsi que des enquêtes systématiques soient faites sur le problème de la multiplication des sous-marques qui peuvent tromper le consommateur, phénomène qui couvre 10 % du marché de vente au détail tous secteurs confondus. La réponse du Ministère

à ce sujet a paru une fois de plus évasive au Rapporteur de votre Commission.

— **L'attribution des primes** — qu'elles soient de développement régional, d'équipement hôtelier ou d'installation pour les artisans — constitue une nouvelle fonction de la Direction de la concurrence. Elle suppose un renforcement des effectifs, notamment dans certains départements les moins peuplés en l'absence duquel l'on ne peut être sûr de leur justification ou de la régularité de leur emploi par rapport aux objectifs de l'aide.

— **La mission d'assistance aux collectivités locales**, notamment dans la passation des marchés publics ou dans la mise au point des cahiers des charges des concessions, devrait se développer avec l'accroissement des responsabilités locales. Il semble donc que la Direction générale de la concurrence soit un service de plus en plus polyvalent — évolution vers un « service à tout faire » dénoncée par certains syndicats — qui l'amène à procéder à des études économiques diverses en raison, notamment, avec les chambres de commerce et d'industrie.

#### B. — Bilan de l'activité de la Commission de la concurrence.

La commission de la Concurrence a, en 1978, enregistré 31 saisines, dont 20 du ministère de l'Economie, 4 saisines judiciaires et 3 saisines directes. Ce nombre est important comparé à celui de l'ancienne commission technique des ententes et positions dominantes qui ne dépassait guère 7 à 8 par an.

En matière de concentration économique, la Commission s'est contentée de constater que, par suite de la poursuite du mouvement de restructuration de l'appareil productif, plusieurs opérations remplissaient les conditions d'un éventuel contrôle.

D'autre part, la Commission s'est attachée à préciser la notion de position dominante en essayant de répondre à deux questions :

— par rapport à quel marché la puissance économique de l'entreprise en cause doit-elle être mesurée ?

— à quels signes reconnaît-on qu'il existe sur ce marché une « concentration manifeste de la puissance économique » ?

Les réponses de la Commission de la concurrence se veulent concrètes et réalistes.

La place prépondérante d'une firme sur un marché ne suffit pas pour qu'elle soit accusée d'exercer une position dominante ;

d'autres éléments sont à prendre en considération : la facilité d'accès au marché, l'importance des investissements nécessaires à l'exercice de l'activité, l'existence d'une concurrence potentielle, l'avance technologique, la nature même des comportements litigieux...

En outre, il est intéressant de noter que la Commission a décidé — selon les cas traités — que « certaines pratiques commerciales largement tolérées, voire parfaitement admissibles du point de vue de la concurrence, lorsqu'elles émanent d'entreprises qui n'ont qu'une faible part de marché et sont soumises à une concurrence effective peuvent être tenues pour anticoncurrentielles lorsqu'elles sont le fait d'entreprises qui ont une position dominante sur le marché ». Dans ces conditions peut-on encore parler d'« abus » dans l'absolu, indépendamment de la taille de l'entreprise ? La conception de la Commission de la concurrence apparaît essentiellement relative. Une entreprise ou un groupe d'entreprises qui, isolément ou collectivement, dominant un marché et donc se trouvent pratiquement soustraits aux contraintes d'une concurrence effective, peuvent se voir reprocher des pratiques commerciales qui, en elles-mêmes, n'ont rien d'abusif et qui seraient tolérées de la part d'entreprises normalement concurrencées.

En ce qui concerne les sanctions, on doit remarquer que la Commission de la concurrence a déjà recouru à l'ensemble des sanctions prévues par la loi : poursuites judiciaires, amendes pécuniaires, injonctions. Le bilan pour 1978 s'établit ainsi : trois transmissions au parquet, deux amendes (50.000 F et 100.000 F) ; les autres décisions consistent en « injonctions », invitation à concertation, voire classement du dossier.

Au premier semestre 1979, 8 avis de la Commission et 15 décisions ministérielles ont été publiées au *Bulletin officiel du service des prix*, 7 décisions n'ayant pas fait l'objet d'avis publié relevant de la procédure simplifiée et concernant essentiellement des ententes dans le secteur de la boulangerie. Outre des sanctions symboliques pour ce dernier secteur, les suites de ces affaires ont été les suivantes : 3 transmissions au Parquet, 1 amende de 40.000 F et 4 injonctions.

Votre Commission relève avec intérêt les décisions prises par la Commission de la concurrence en faisant simplement remarquer le caractère assez marginal des secteurs contrôlés (briquets rechargeables, crampons antidérapants, crayons feutres). Depuis, les secteurs des pompes funèbres, de l'industrie du disque et du cinéma ont fait l'objet d'enquêtes ce qui paraît déjà d'une portée plus importante. On peut toutefois s'interroger sur l'efficacité des injonctions et de la concertation ; votre Commission souhaiterait être tenue informée des suites qui leur sont actuellement données.

**C. — Urbanisme commercial.**

En 1978, les commissions départementales d'urbanisme commercial se sont, dans l'ensemble, montrées plus rigoureuses que l'année précédente. Ainsi, le tableau ci-dessous permet de constater que les taux de refus augmentent sensiblement surtout pour les hypermarchés et les extensions de surface de vente existantes.

**SURFACES DE VENTE AUTORISÉES ET REFUSÉES  
PAR LES COMMISSIONS DÉPARTEMENTALES  
D'URBANISME COMMERCIAL EN 1978**

Catégories de magasin	S.V. (1) demandées (en m <sup>2</sup> )	S.V. autorisées (en m <sup>2</sup> )	S.V. refusées (en m <sup>2</sup> )	Pourcentage de refus	Rappel en pourcentage de refus 1977
Supermarchés .....	48.452	15.822	32.630	67,3	65,7
Hypermarchés .....	525.288	61.410	461.878	88,3	83,8
Grands magasins et magasins populaires .....	2.892	2.892	>	>	62,5
Meubles - Equipement de la maison .....	82.061	40.289	41.772	51,0	48,4
Galeries marchandes .....	341.222	102.934	238.283	69,8	68,0
Extensions .....	107.474	44.393	63.081	58,7	48,6
<b>Total .....</b>	<b>1.105.389</b>	<b>267.745</b>	<b>837.644</b>	<b>75,7</b>	<b>70,9</b>

(1) S.V. : Surface de vente.

**TRAVAUX DES COMMISSIONS DÉPARTEMENTALES D'URBANISME COMMERCIAL**  
(Années 1974, 1975, 1976, 1977, 1978.)

Nature des établissements	Autorisations (901)			Refus (879)			
	Nombre établissements C (1) E (2)	Surface de vente en m <sup>2</sup>	Pourcentage	Nombre établissements C (1) E (2)	Surface de vente en m <sup>2</sup>	Pourcentage	Taux des refus
Supermarchés .....	165 44	247.181	8,3	160 70	314.172	6,9	55,9
Hypermarchés .....	99 38	601.367	20,3	342 52	2.055.234	45,3	77,3
Grands magasins .....	18 20	161.399	5,4	21 1	121.583	2,6	42,9
Meubles - Equipement de la maison ....	218 120	622.690	21,0	156 34	499.446	11,0	44,5
Magasins populaires .....	16 45	86.638	2,9	8 8	23.522	0,5	21,3
Galeries marchandes .....		938.555	31,6		1.217.145	26,8	56,5
Autres surfaces spécialisées .....		308.599	10,5		306.908	6,7	49,8
<b>Total .....</b>		<b>2.966.429</b>	<b>100</b>		<b>4.538.010</b>	<b>100</b>	<b>60,4</b>

(1) C : Créations.

(2) E : Extensions.

Nombre de réunions : 1.007.

Nombre de décisions : 1.780.

En outre, on peut également remarquer que les taux de refus pour 1978 se situent à des niveaux sensiblement supérieurs à ceux constatés pour la période 1974-1978. Les taux de refus apparaissent donc très importants — 56 % des surfaces de vente d'hypermarchés et 77,3 % de celles d'hypermarchés sont refusées par les commissions départementales — mais il faut tenir compte du gonflement des statistiques par suite du renouvellement des demandes.

Dans tous les cas, les interventions ministérielles dans le cadre de la procédure d'appel ne modifient guère cette tendance restrictive. 13 % des surfaces finalement autorisées le sont après décision ministérielle. Quant au taux de réforme (surfaces autorisées par le ministre en appel, surfaces refusées par les commissions départementales), il est très faible pour les hypermarchés, 4,6 %, mais proche de 20 % pour les supermarchés, les grands magasins et les magasins populaires.

**EFFETS DE LA PROCÉDURE D'APPEL**  
(Années 1974-1978.)

Nature des établissements	Autorisations C.D.U.C. I	Autorisations après décision du Ministre II	Différence II — I		
			S.V.	En pourcentage du total II	En pourcentage des refus C.D.U.C.
Supermarchés .....	247.181	321.954	74.773	23,2	23,8
Hypermarchés .....	601.367	697.290	95.923	13,7	4,6
Grands magasins .....	161.399	185.188	23.799	12,8	19,5
Meubles - Equipement de la maison .....	622.690	706.183	83.493	11,8	16,7
Magasins populaires .....	86.638	91.420	4.782	5,2	20,3
Boutiques .....	938.555	1.087.059	148.504	13,6	12,2
Autres surfaces spécialisées ....	308.599	319.541	10.942	3,4	3,6
<b>Total .....</b>	<b>2.966.429</b>	<b>3.408.635</b>	<b>422.206</b>	<b>12,9</b>	<b>9,7</b>

\*  
\*  
\*

Lors de l'examen en Commission, après les interventions de MM. Dumont, Millaud, Bouvier, Javelly et Lucotte, le Rapporteur pour avis a fait adopter les conclusions de son rapport et décidé de soumettre les crédits du budget de la Concurrence et de la Consommation pour 1980 à l'appréciation du Sénat, qui se déterminera lors du débat budgétaire en fonction des réponses du Ministre aux questions qui lui seront posées en séance.

## **ANNEXES**

---

ANNEXE N° 1

**PRÉSENTATION DE LA RÉFORME DE LA DIRECTION GÉNÉRALE  
DE LA CONCURRENCE ET DE LA CONSOMMATION  
PAR LE MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE**

1° Présenter la réforme des structures de la Direction générale de la concurrence et de la consommation, en précisant notamment globalement et pour chaque direction départementale, ainsi que pour les services centraux, le nombre de suppressions ou de transformations d'emplois qui doivent en résulter.

**Réponse :**

L'abandon progressif de la réglementation des prix, déjà acquis pour la quasi-totalité des prix industriels et des prix des services rendus aux industriels, doit permettre d'orienter l'activité de la Direction générale de la concurrence et de la consommation vers quatre missions essentielles :

- la surveillance de la concurrence,
- la protection du consommateur,
- l'assistance technique aux collectivités locales,
- l'aide aux entreprises, notamment par la participation à l'instruction et à la liquidation des divers systèmes d'aide à l'emploi et à l'investissement.

Au terme de la libération des prix le nouvel effectif budgétaire de cette direction générale devrait être de 2.072 agents. Ce chiffre a été fixé en se fondant sur une évaluation aussi précise que possible des moyens nécessaires à l'accomplissement de ces différentes missions. Le projet de budget 1980 comporte donc d'une part ce chiffre de 2.072, et d'autre part l'inscription, dans la section commune des deux ministères de l'Economie et du Budget, de 400 emplois qui seront progressivement transférés aux autres directions de ces deux Ministères à mesure que l'achèvement de la mission de contrôle des prix.

L'orientation nouvelle donnée à la direction générale de la concurrence et de la consommation permettra un renforcement notable des activités en matière de concurrence et de consommation. Elle s'appuie sur une réforme des structures des services extérieurs, qui se traduit dans les effectifs essentiellement par :

— une diminution globale importante des effectifs en fonctions dans les directions départementales, accompagnée d'une redistribution interne des emplois. Jusqu'ici en effet, l'importance économique et la population du département constituaient les éléments déterminants, pour apprécier le nombre d'agents qu'il convenait d'y affecter car leur travail essentiel était le contrôle des prix chez les industriels, les commerçants et les prestataires de services. La disparition progressive du contrôle des prix dans les départements à forte activité économique coïncide avec l'importance croissante des activités liées à l'instruction de dossiers d'aides aux entreprises dans les départements moins favorisés. Le développement de l'assistance technique aux collectivités locales, sensible surtout dans les départements de même type où existent de nombreuses communes à faible population, va dans le même sens. Ces tendances conduiront à une diminution plus ou moins marquée des effectifs des directions départementales les plus importantes et à une consolidation, voire à un renforcement de ceux des directions naguère moins bien servies ;

— un renforcement des moyens mis à la disposition des chefs de service régionaux, destiné à leur permettre de constituer auprès d'eux, d'une part des bureaux d'étude et de



documentation, d'autre part des équipes régionales ou interrégionales spécialisées dans les actions de surveillance de la concurrence. Il est apparu en effet opportun, devant la nature et la complexité des tâches et en raison de l'extension géographique des grandes entreprises, de regrouper des moyens plus importants susceptibles d'exercer leur activité de façon plus suivie et cohérente en l'étendant à un ensemble de départements.

Il en résulte que c'est désormais au niveau de la région, plutôt qu'à celui du département moins significatif qu'il convient d'apprécier les moyens en personnels dont disposeront les services locaux pour assumer toutes leurs missions.

A cet égard, le tableau ci-après fait apparaître que la diminution globale des effectifs correspond, en fait, à une diminution de ceux en fonction dans les directions départementales (— 441), à l'administration centrale et dans les services rattachés (— 43) de 484, partiellement compensée par une majoration de 85 emplois pour ceux qui sont affectés à la Direction nationale des enquêtes et au siège des régions, soit une augmentation de plus d'un tiers par rapport aux chiffres de 1978 pour ces mêmes rubriques.

**RÉPARTITION DES EFFECTIFS THÉORIQUES**

Régions	Année 1978			Au terme de la libération des prix		
	Départements	Régions	Total	Départements	Régions	Total
Nord .....	90	12	102	50	16	66
Picardie .....	55	7	62	43	12	55
Région parisienne .....	290	20	310	163	18	181
Centre .....	87	9	96	83	12	95
Haute-Normandie .....	47	9	56	31	12	43
Basse-Normandie .....	50	7	57	42	12	54
Bretagne .....	92	10	102	69	12	81
Pays de la Loire .....	100	10	110	76	16	92
Poitou-Charentes .....	62	7	69	55	12	67
Limousin .....	39	7	46	37	12	49
Aquitaine .....	97	10	107	83	15	98
Midi-Pyrénées .....	116	10	126	114	12	126
Champagne .....	57	7	64	55	12	67
Lorraine .....	76	10	86	61	16	77
Alsace .....	49	9	58	30	12	42
Franche-Comté .....	52	7	59	51	12	63
Bourgogne .....	61	9	70	55	12	67
Auvergne .....	69	9	78	61	12	73
Rhône-Alpes .....	186	14	200	125	16	141
Languedoc - Roussillon .....	79	9	88	67	12	79
Provence - Côte d'Azur .....	130	12	142	88	16	104
Corse .....	23	3	26	23	7	30
D.O.M. ....	65		65	69		69
	1.972	207	2.179	1.531	288	1.819
Direction nationale d'enquêtes .....	»	»	32	»	»	36
	1.972	207	2.211	1.531	288	1.855
Administration centrale et services rattachés (1) .....	»	»	260	»	»	217
Total général .....	»	»	2.471	»	»	2.072

(1) Administration centrale, services comptables nationaux + formation professionnelle d'agents à la disposition d'autres administrations.

ANNEXE N° 2

**LES AIDES FINANCIÈRES DE L'ÉTAT  
AUX ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS EN 1978**

**Question :**

Donner la répartition des crédits en 1979 et pour 1980 alloués aux organisations de consommateurs, en précisant, le cas échéant, la nature des opérations concernées.

**Réponse :**

1° Sur le chapitre 44-b1, l'aide financière directe accordée aux associations de consommateurs, en 1979, se répartit de la manière suivante :

	1979	
	Fonctionnement et représentation	Actions spécifiques
Confédération syndicale du cadre de vie (C.S.C.V.) ..	107.000	75.000
Fédération nationale des associations familiales rurales (F.N.A.F.R.) .....	107.000	75.000
Confédération syndicale des familles (C.S.F.) .....	107.000	75.000
Fédération des familles de France (F.F.F.) .....	107.000	35.000
Association F.O -Consommateurs (A.F.O.C.) .....	107.000	80.000
Laboratoire coopératif pour l'information, la protection et la représentation des consommateurs .....	87.000	»
Organisation générale des consommateurs (O.R.G.E.C.O.)	107.000	35.000
Union fédérale des consommateurs (U.F.C.) .....	107.000	130.000
Union féminine civique et sociale (U.F.C.S.) .....	107.000	55.000
Union nationale des jeunes consommateurs devenue Association des nouveaux consommateurs (A.N.C.) ..	85.000	70.000
Comité national des associations populaires familiales syndicales (C.N.A.P.F.S.) .....	75.000	50.000
Confédération générale du logement (C.G.L.) .....	107.000	45.000
U.R.O.C. Auvergne (subvention de soutien) .....	10.000	»
Union des consommateurs de la Réunion .....	26.000	»
Union départementale des consommateurs de la Martinique .....	17.000	»
Groupement des consommateurs du Kourou .....	12.000	»
<b>Total .....</b>	<b>1.275.000</b>	<b>725.000</b>
	<b>2.000.000</b>	

2° Sur le chapitre 44-82, les subventions allouées correspondent à la conclusion d'une ou plusieurs conventions. Celles-ci relèvent des six catégories suivantes :

— Convention de type A : Emissions régionales de télévision (bulletin *Consommateurs-Information*).

— Convention de type B : Service de conseil et d'assistance aux consommateurs.

— Convention de type C : Actions spécifiques diverses.

— Convention de type D : Frais de participation au fonctionnement de la Boîte postale 5000.

— Convention de type D 1 : Participation aux travaux menés en matière de consommation dans les départements.

— Convention de type E : Formation.

De plus une partie de ces crédits est consacrée au financement de la réalisation technique et de la diffusion par F.R. 3 des émissions régionales de télévision.

..

**AFFECTATION DES CRÉDITS DU CHAPITRE 44-82**

(En milliers de francs.)

	1979						
	A	B	C	D	D 1 (1)	E	F.R. 3 et actions conjoncturelles
Chambre de consommation d'Alsace .....	59,7	46	102	»	»	»	»
U.R.O.C. Aquitaine .....	59,7	46	91,5	»	»	25	»
U.R.O.C. Auvergne (participation réunion coordi- nation) .....	2,8	»	»	»	»	»	»
U.R.O.C. Bourgogne .....	61,9	»	25	»	»	»	»
U.R.O.C. Bretagne .....	59,7	»	103,5	»	»	10	»
U.R.O.C. Centre .....	59,7	»	70	»	»	20	»
U.R.O.C. Champagne-Ardenne .....	59,7	»	40	»	»	»	»
U.R.O.C. Franche-Comté .....	59,7	»	30	»	»	15	»
Association des consommateurs et usagers de la Guadeloupe .....	49,22	»	»	»	»	»	»
U.R.O.C. Languedoc-Roussillon .....	59,7	»	53	»	»	10	»
U.R.O.C. Limousin .....	59,7	»	16,2	»	»	»	»
U.N.O.R.C.O. Lorraine .....	29,85	»	16,2	»	»	10	»
U.L.U.C. (C.I.L.) .....	29,85	»	34,5	»	»	10	»
Association des consommateurs de la Martinique ..	»	23	»	»	»	»	»
U.R.O.C. Midi-Pyrénées .....	59,7	»	59,2	»	»	»	»
U.R.O.C. Nord - Pas-de-Calais .....	59,7	35	25	»	»	10	»
U.R.O.C. Basse-Normandie .....	59,7	»	15	»	»	»	»
U.R.O.C. Haute-Normandie .....	59,7	»	45	»	»	»	»
U.R.O.C. Paris .....	75,5	46	75	»	»	»	»
U.R.O.C. Pays-de-Loire .....	59,7	»	36	»	»	10	»
U.R.O.C. Picardie .....	59,7	»	30	»	»	10	»
U.R.O.C. Poitou-Charentes .....	61,9	35	121,5	»	»	»	»
U.R.O.C. Provence .....	59,7	»	53,5	»	»	30	»
U.R.O.C. Rhône-Alpes .....	59,7	46	75	»	»	20	»
U.D.C.A.M. ....	»	»	65	»	»	»	»
Association de défense et d'information du consom- mateur (A.D.I.C.) .....	»	»	5	»	»	»	»
Union des consommateurs de l'Aube .....	»	»	14	»	»	7,5	»

	1979						
	A	B	C	D (1)	D 1 (1)	E	F.R. 3 et actions conjoncturelles
Association Grenoble-Animation-Information .....	»	»	27,5	»	»	»	»
Laboratoire coopératif .....	»	»	15	»	»	70	»
A.S.S.F.O.R.M .....	»	»	»	»	»	730,275	»
Association F.O.-Consommateurs (A.F.O.C.) .....	»	»	50	»	»	»	»
Confédération générale du logement .....	»	»	30	»	»	»	»
Comité national des associations populaires familiales (C.N.A.P.F.S) .....	»	»	50	»	»	»	»
Fédération des familles de France (F.F.F.) .....	»	»	20	»	»	»	»
Fondation de la qualité de la vie .....	»	»	20	»	»	»	»
Municipalité de Marseille .....	»	»	100	»	»	»	»
Association études et projets pour les consommateurs (P.R.O.J.E.C.O.) .....	»	»	10	»	»	»	»
<b>Total .....</b>	<b>1.266,22</b>	<b>277</b>	<b>1.523,6</b>	<b>449,400</b>	<b>50,600</b>	<b>987,775</b>	<b>1.800</b>

(1) Les montants indiqués pour les conventions D et D 1 concernent les crédits estimés nécessaires par les directeurs départementaux de la concurrence et de la consommation pour le premier semestre 1979.

Il faut estimer à environ 400.000 F les crédits afférents au second semestre. Actuellement, 179 conventions de type D et 133 de type D 1 ont été conclues avec les associations locales de consommateurs.

En ce qui concerne les conventions de type D, une indemnité de 40 F par dossier traité est prévue. Toutefois, dans la mesure où les associations s'engagent à traiter un nombre de dossiers particulièrement élevé, une indemnité complémentaire forfaitaire, variable en fonction du nombre de ces dossiers, leur est allouée.

**Pour 1980, il sera procédé à la répartition des subventions lorsque le Parlement aura fixé le montant des crédits ouverts aux chapitres 44-81 et 44-82 précités.**

ANNEXE N° 3

**LA RÉPRESSION DES INFRACTIONS  
A LA LÉGISLATION DE LA CONSOMMATION**

**I. — NOMBRE DE CONTROLES EFFECTUÉS**

**A. — Par la Direction générale de la concurrence et de la consommation  
et les services qui apportent à celle-ci leur collaboration.**

Année	Année entière	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Troisième trimestre	Quatrième trimestre
1973	1.158.751	»	»	»	»
1974	1.215.489	»	»	»	»
1975	977 751	»	»	»	»
1976	1.049.453	225.106	229.402	224.805	370.140
1977	862.327	253.734	201.902	194.758	211.933
1978	647.205	164.857	156.994	162.982	162.372
1979	»	144.201	132.151	»	»

**B. — Par la Direction générale de la concurrence et de la consommation exclusivement.**

Année	Année entière	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Troisième trimestre	Quatrième trimestre
1973	354.007	»	»	»	»
1974	363.065	»	»	»	»
1975	289.447	»	»	»	»
1976	291.333	65.445	70.591	67.837	87.460
1977	329.635	98.172	76.755	67.455	87.253
1978	267.569	63.083	60.654	71.217	72.615
1979	»	62.098	54.821	»	»

## II. — NOMBRE DE PROCÈS-VERBAUX DRESSÉS

### A. — Par la Direction générale de la concurrence et de la consommation et les services collaborateurs.

Année	Année entière	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Troisième trimestre	Quatrième trimestre
1973 .....	27.628	»	»	»	»
1974 .....	30.559	»	»	»	»
1975 .....	29.962	»	»	»	»
1976 .....	37.944	7.448	8.147	7.800	14.549
1977 .....	41.441	10.562	8.823	9.973	12.083
1978 .....	31.180	8.805	7.057	7.103	8.215
1979 .....	»	6.489	4.666	»	»

### B. — Par la Direction générale de la concurrence et de la consommation exclusivement.

Année	Année entière	Premier trimestre	Deuxième trimestre	Troisième trimestre	Quatrième trimestre
1973 .....	10.561	»	»	»	»
1974 .....	12.859	»	»	»	»
1975 .....	15.288	»	»	»	»
1976 .....	19.937	3.650	4.262	4.255	7.770
1977 .....	22.059	4.295	4.707	5.581	7.476
1978 .....	18.031	5.125	3.773	4.101	5.032
1979 .....	»	3.486	2.314	»	»

## III. — NOMBRE DE TRANSACTIONS RÉALISÉES ET MONTANT MOYEN DES TRANSACTIONS

Année	Nombre de transactions	Montant moyen (en francs)	Total (en millions de francs)	Indice
1973 .....	19.614	889	17.436	100
1974 .....	19.934	833	16.605	95,2
1975 .....	24.093	1.475	35.537	203,8
1976 .....	26.810	1.806	48.419	277,7
1977 .....	34.058	1.893	64.472	369,7
1978 .....	31.175	2.263	70.749	404,6



**IV. — NOMBRE DE DOSSIERS TRANSMIS AU PARQUET**

Année	Nombre de dossiers
1973 .....	939
1974 .....	924
1975 .....	1.225
1976 .....	1.350
1977 .....	1.979
1978 .....	2.174

**V. — NOMBRE DE CONDAMNATIONS DÉFINITIVES PRONONCÉES  
PAR GRANDES CATÉGORIES D'INFRACTION**

Année	Pratiques anticoncurrentielles individuelles	Pratiques anticoncurrentielles collectives	Pratiques de prix illicites	Défaut de publicité des prix	Factures	Autres	Total
1976 .....	71	»	519	504	225	23	1.342
1977 .....	137	32	901	604	242	57	1.973
1978 .....	148	»	1.029	667	228	90	2.162

Cette statistique n'est tenue que depuis 1976.

ANNEXE N° 4

**LISTE DES PERSONNES ENTENDUES PAR LE RAPPORTEUR**

**MM. Brunereau** : Syndicat F.O. du service de la répression des fraudes.

**Manzano** : Syndicat F.O. de la Direction générale de la concurrence et de la consommation.

**Delorme** : Syndicat C.F.D.T. de la Direction générale de la concurrence et de la consommation.

**Gilbert** : Syndicat C.G.T. de la Direction générale de la concurrence et de la consommation.

**Morin** : Syndicat autonome de la Direction générale de la concurrence et de la consommation.

**Martini** : Syndicat C.F.T. de la Direction générale de la concurrence et de la consommation.

**Viot** : Confédération syndicale des familles.

**Tirel** : Organisation générale des consommateurs.

**Cousot** : Confédération syndicale du cadre de vie.

**Mlle Aubertin** : Confédération nationale de la famille rurale.

**Mme Madere** : Fédération des familles de France.

**MM. Marleix** : Association F.O. consommateurs.

**Blanc** : Direction générale de la concurrence et de la consommation.

**Fauchon et Vlieghe** : Directeurs de l'Institut national de la concurrence et de la consommation.