ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

commission de la sécurité des consommateurs

Question écrite n° 9331

Texte de la question

Mme Marie-Françoise Clergeau appelle l'attention de M. le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation sur l'importance du rôle joué par la Commission de la sécurité des consommateurs. Cette autorité administrative indépendante, créée en 1983, s'est vu confier pour mission la prévention des risques liés à l'utilisation des produits et des services, à la seule exception des aliments et des médicaments qui relèvent d'agences spécialisées. La CSC participe ainsi au recensement des statistiques d'accidents de la vie courante, rend des avis consultatifs destinés aux pouvoirs publics et aux professionnels proposant des mesures préventives, et surtout informe le public, notamment par des campagnes médiatiques de prévention. Dans son dernier rapport au Président de la République et au Parlement, la CSC reconnaît les progrès réalisés ces dernières années pour améliorer la sécurité des consommateurs, mais rappelle également le nombre important de nouveaux produits qui sortent chaque année sur le marché et nécessitent des adaptations normatives, des réglementations nouvelles et des contrôles approfondis. S'agissant des campagnes de prévention, le rôle de la CSC est unanimement reconnu et identifié par les consommateurs, comme lors de la campagne de prévention des incendies domestiques ou de la noyade des jeunes enfants. Elle lui demande quelles mesures il entend prendre pour conforter et renforcer l'action de la CSC, soutenir les campagnes de prévention, notamment concernant les lieux commerciaux où plus de 40 000 accidents sont dénombrés chaque année, le plus souvent concernant des enfants, en redéfinissant les exigences de sécurité à travers une réglementation plus adaptée.

Texte de la réponse

La Commission de la sécurité des consommateurs (CSC) a notamment pour mission d'informer le consommateur sur les risques auxquels il peut se trouver exposé lors de l'utilisation d'un produit ou de la consommation d'un service. Dans cette perspective, la CSC dispose de plusieurs moyens selon la nature de l'information à transmettre : elle met à la disposition du public, sur son site Internet, de nombreuses informations relatives aux affaires qu'elle a traitées, elle diffuse des communiqués ciblés sur des risques spécifiques et elle participe à des campagnes de communication. Si les deux premières voies peuvent être assumées sous la seule responsabilité de la CSC, il n'est pas concevable, tant pour des raisons financières que stratégiques, de faire reposer la charge de campagnes de communication sur ce seul organisme. L'implication de diverses entités publiques, voire privées, dans une action de communication constitue un facteur indéniable d'accroissement de son impact. En effet, au-delà du cumul des moyens financiers qui en résulte, l'action bénéficie de la notoriété de chacun des partenaires auprès de cibles propres et complémentaires et de leurs réseaux respectifs largement utilisés pour amplifier la communication. Conçues selon ce précepte, les campagnes auxquelles a été associée la CSC dans le passé soit en qualité d'organisateur, soit comme partenaire, qui ont réuni des administrations et des organisations professionnelles, ont pu atteindre leurs cibles avec succès. S'agissant de la sécurité des consommateurs dans les lieux de vente, les pouvoirs publics et les professionnels ont été actifs en ce domaine au cours des dernières années. La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), à l'occasion d'enquêtes réalisées

dans les lieux de distribution pour vérifier la conformité à l'obligation générale de sécurité qui s'impose à eux en vertu de l'article L. 221-1 du code de la consommation, a sensibilisé les distributeurs aux problèmes liés à la sécurité des consommateurs qui fréquentent leurs magasins et les a incités à mettre en place des plans de détection et de résorption de ces risques. Dans le même temps, la CSC a adopté le 7 février 2001 un avis dans lequel elle émet un certain nombre de recommandations visant à améliorer la sécurité en ce domaine. En association avec les pouvoirs publics, les organisations professionnelles des secteurs du bricolage et du jardinage ont élaboré et diffusé des guides de bonnes pratiques. Ces guides, qui entendent aider les professionnels à diagnostiquer les situations de risque, à mettre en oeuvre des solutions pour les éliminer et à exercer une veille active sur les conditions de vente des produits et des risques qu'elles induisent, constituent une démarche volontaire, pragmatique et concrète qui pourra, au besoin, servir ultérieurement de base à d'éventuels travaux de normalisation.

Données clés

Auteur : Mme Marie-Françoise Clergeau
Circonscription : Loire-Atlantique (2e circonscription) - Socialiste
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 9331
Rubrique : Consommation
Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation
Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 23 décembre 2002, page 5121
Réponse publiée le : 24 mars 2003, page 2260