

Remarques liminaires

La loi crée au profit de l'acquéreur d'un support vierge ou d'un appareil d'enregistrement **un droit à l'information sur le montant versé par le fabricant ou l'importateur au titre de la rémunération pour copie privée (RCP)**. Cette information doit être **portée à sa connaissance lors de la mise en vente** du produit. Une **notice explicative** relative à cette rémunération et à ses finalités doit également être portée à sa connaissance.

Ces deux obligations concernent **tous les supports vierges et appareils d'enregistrement** (DVD vierge, clef USB, disque dur multimédia, téléviseur ou téléphone avec disque dur intégré, etc.) soit environ **125 millions de produits vendus en France en 2011¹**, répartis comme suit :

- 86 millions de CD et DVD
- 12 millions de clés USB
- 10 millions d'unités les cartes mémoires
- 10 millions de smartphones,
- 1,5 millions de tablettes tactiles multimédias,
- 4 millions disques durs externes multimédias
- 3 millions de MP3.

I. Opposition du commerce à l'obligation d'informer sur la rémunération pour copie privée produit par produit

1. Concernant la notice explicative sur la RCP

L'une des pistes envisagées pour porter la notice à la connaissance de l'acquéreur serait d'intégrer cette notice dans le produit, soit dans son emballage, soit sous format dématérialisé.

L'insertion d'une notice papier dans le produit est impossible pour la plus grande majorité des produits, à savoir les clés USB et les CD et DVD vierges, qui représentent près de 80% des ventes de produits soumis à RCP.

En effet, les évolutions marketing et environnementales ont nécessité la réduction des emballages, voire leur suppression.

Exemple de produits disponibles en France



Cette solution n'est pas envisageable car elle oblige à reconditionner spécifiquement ces produits et serait inévitablement très coûteuse du fait du nombre des produits visés.

Cette solution aurait également un impact environnemental extrêmement négatif eu égard à la production de déchets papier afférente. A titre d'information, 900 000 tonnes de déchets papiers sont produits en

¹ Source : groupe GfK (<http://www.gfkrt.com/france/index.fr.html>)

France chaque année (Source : ADEME, mars 2012). Il ne nous apparaît pas écologiquement souhaitable d'accroître ce volume avec une notice informative qui pourrait utilement être diffusée via Internet.

L'insertion dans le produit de la notice sous format dématérialisé est également à écarter. En effet, les produits étant fabriqués en masse à l'échelle mondiale, il serait nécessaire d'isoler en chaîne de fabrication les produits destinés spécifiquement à la France (> 5% du marché mondial) pour introduire les données immatériels. Dans le cas où il serait décidé de faire cette manipulation à l'importation, via les distributeurs ou les importateurs, il serait nécessaire de désemballer les produits, d'effectuer la manipulation d'insertion de la notice manuellement ou semi automatiquement et ensuite de réemballer les produits. Une telle démarche engendrerait à minima le doublement du prix des produits objets de la RCP, au grand désavantage du pouvoir d'achat du consommateur.

2. Concernant l'information du montant de RCP acquitté

Le commerce s'oppose à l'affichage de la RCP par référence de produits, que cet affichage apparaisse sur le produit ou sur l'étiquette prix lors de la mise en vente.

L'affichage sur le prix du produit est :

- **coûteux** car il nécessite un paramétrage de l'information prix en magasin ou sur Internet (format des étiquettes et des fiches produits pour la vente en ligne, adaptation du logiciel de gestion de l'information prix pour tenir compte de l'actualisation des tarifs de la RCP...).

Sur la base de l'exemple de ce que lui a coûté la mise en œuvre de l'obligation relative aux DEEE, une enseigne estime le coût d'adaptation à 1 million d'euros.

- **illisible** pour le client car cette obligation conduirait à indiquer à côté du prix un autre montant en euros, montant qui s'ajouterait, pour un certain nombre de produits, à celui déjà indiqué pour l'éco-participation des DEEE.

- **particulièrement long à mettre en œuvre**, dans la mesure où il sera nécessaire de créer un nouveau système d'information. De tels développements informatiques ne peuvent être réalisés en moins de 12 mois et requièrent l'emploi d'une personne à temps plein. La mise en œuvre effective ne pourra ensuite intervenir qu'après une période de 6 mois, de sorte que la réforme ne pourra être effective que 18 mois suivant l'adoption du décret.

- **source d'insécurité juridique** pour le commerçant au regard de l'actualisation du barème de la RCP, notamment pour les produits en stock chez les commerçants (points de vente et sites Internet).

L'affichage sur le produit via l'apposition d'un sticker est également à exclure :

- du fait du **nombre** de produits concernés (125 millions par an),
- du coût et de la logistique à mettre en œuvre, (achat auprès de sociétés spécialisées, coûts de main d'œuvre logistique pour apposer les stickers sur les produits, du transport, etc.),
- de son impossibilité à les apposer sur une grande partie des supports tels que pour les clés USB ou CD et DVD vierges, ces derniers n'étant pas pourvus d'un conditionnement suffisant,
- du délai de mise en œuvre très long,
- et du fait de la revalorisation régulière de la RCP, qui nécessiterait de remplacer l'information collées sur les produits en stock.

II. Proposition du commerce : une affichette informative par famille de produits

Le commerce considère que le moyen le plus simple et le moins onéreux pour informer le client sur la RCP (montant et notice) consisterait au **renvoi vers un site Internet dédié**. Le client pourrait y trouver le [montant de la rémunération appliquée au produit qu'il envisage d'acquérir](#), ainsi que la notice l'informant sur le principe de la rémunération pour copie privée et les modalités de remboursement le cas échéant. Pour faire connaître ce site, le ministère de la Culture pourrait organiser une campagne de communication.

Si le renvoi à un site Internet devait être considéré comme incompatible avec l'esprit du législateur, le CdCF propose que le ministère de la Culture adresse à chaque point de vente, en quantité suffisante - **une brochure comportant le barème de la RCP ainsi que la notice**. Cette documentation serait mise disposition de la clientèle. Le commerçant serait chargé de veiller à la bonne diffusion de cette notice, en renouvelant

régulièrement son stock de documentation. Pour ce faire, il devrait pouvoir commander gratuitement de nouveaux exemplaires auprès de Copie-France ou d'un service dédié au ministère de la Culture. Une information similaire devrait être mise à disposition des e-commerçants sous format dématérialisé.

Toutefois, conscient du coût et de l'impact écologique de cette dernière suggestion, **le commerce accepte de s'engager volontairement pour une information des clients par famille de produits via une affichette apposée en point de vente** (ou en ligne avec renvoi vers une page dédiée), **à charge pour le ministère de la Culture ou son représentant de l'informer du barème en vigueur.**

Dans les points de vente, cet engagement se concrétiserait par l'insertion en rayon d'une affichette précisant le barème de RCP applicable aux produits de la famille concernés (ex : les clés USB, les graveurs de DVD, les CD et DVD vierges...), ainsi que le site pour consulter la notice et obtenir le remboursement de la RCP (Cf. annexe).

Sur les sites de vente en ligne, cet engagement se concrétiserait sur la fiche d'information du produit avec l'insertion d'un lien vers une page propre à chaque famille de produits, avec les mêmes informations qu'en point de vente.

Dans tous les cas, l'information devra être visible et facilement accessible par le client. Dans les points de vente, l'affichette serait ainsi placée à proximité immédiate des produits concernés, le commerçant étant libre de choisir les modalités de mise en œuvre pour tenir compte notamment des spécificités de son magasin.

Le CdCF préconise l'instauration d'une obligation allégée pour les points de vente généralistes de petits formats (surface de vente inférieure à 400 m²) ou pour les distributeurs proposant un nombre réduit de références assujetties à la RCP.

III. Les sanctions

La loi du [20 décembre 2011 relative à la rémunération pour copie privée](#) ne précise pas sur qui pèse l'obligation d'information, bien qu'une amende administrative soit prévue en cas de non-respect.

La procédure applicable doit être précisée par décret, alors même que le principe de l'amende administrative n'existe pas en droit de la consommation. En effet, le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs, qui prévoyait cette nouvelle sanction, n'a pas été adopté.

Le CdCF s'interroge sur la capacité juridique du pouvoir réglementaire à mettre en œuvre cette sanction sans base légale. Si toutefois le décret devait comporter des dispositions relatives à l'amende administrative, **le CdCF souhaite que ce texte intègre au minimum les garanties adoptées par le Sénat dans le cadre des travaux parlementaires sur le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs.**

Annexe

**EXEMPLE D’AFFICHETTE (OU DE PAGE WEB)
QUI POURRAIT ETRE PRÉSENTE DANS LES POINTS DE VENTE
OU SUR LES SITES D’E-COMMERCE.**

Barème de la rémunération pour copie privée applicable aux clés USB

Capacité nominale d'enregistrement	Montant de la RCP
1 GO	0,225 €
2 GO	0,36 €
4 GO	0,576 €
8 GO	1,04 €
16 GO	2 €
32 GO	4 €

Pour tout savoir sur la rémunération pour copie privée et obtenir son remboursement
(soumis à condition),
télécharger la notice sur www.sitedédié.fr