



**Conférence  
des Nations Unies  
sur le commerce  
et le développement**

Distr.  
GÉNÉRALE

TD/B/COM.1/43  
TD/B/COM.1/EM.17/4  
15 novembre 2001

FRANÇAIS  
Original: ANGLAIS

---

CONSEIL DU COMMERCE ET DU DÉVELOPPEMENT  
Commission du commerce des biens  
et services, et des produits de base  
Sixième session  
Genève, 4-8 février 2002

**RAPPORT DE LA RÉUNION D'EXPERTS SUR LES INTÉRÊTS  
DES CONSOMMATEURS, LA COMPÉTITIVITÉ, LA CONCURRENCE  
ET LE DÉVELOPPEMENT**

tenue au Palais des Nations, à Genève,  
du 17 au 19 octobre 2001

**TABLE DES MATIÈRES**

<b>Chapitre</b>		<b>Page</b>
I.	Conclusions et recommandations de la Réunion d'experts .....	2
II.	Résumé établi par la Présidente .....	6
III.	Questions d'organisation .....	14
<b>Annexe</b>		
	Participation .....	16

## Chapitre I

### CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS DE LA RÉUNION D'EXPERTS

*La Réunion d'experts a formulé les propositions ci-après sur les questions qui devraient être prises en compte dans les travaux de la CNUCED relatifs aux intérêts des consommateurs, à la compétitivité, à la concurrence et au développement.*

1. La Réunion d'experts a été l'occasion d'un échange enrichissant de connaissances et d'informations sur la manière dont le droit et la politique de la concurrence et la protection des consommateurs peuvent accroître la compétitivité des pays en développement et des pays en transition. Les thèmes débattus ont été les suivants: expérience des pays membres en matière de protection des consommateurs et de politiques de concurrence, notamment de privatisation et de déréglementation des services publics; incidences de la mondialisation sur les pratiques anticoncurrentielles internationales; politiques publiques et renforcement des capacités d'élaboration et d'application des réglementations. Les experts ont souligné l'importance des traditions et des cultures nationales et régionales pour la définition du contenu et de l'application des lois sur la protection des consommateurs et sur la concurrence.

### CONCLUSIONS

2. Tout en reconnaissant que la mondialisation et la déréglementation des marchés de biens et de services peuvent contribuer à améliorer la situation des consommateurs dans de nombreux pays, les experts ont constaté que ces processus posaient aussi des problèmes considérables lorsque les marchés ne protégeaient pas les consommateurs et ne leur donnaient pas la possibilité d'être dédommagés. À cet égard, il serait souhaitable d'accorder une attention particulière aux incidences de la concurrence à laquelle se livraient les pays en développement pour attirer l'investissement étranger ainsi qu'à la perméabilité des frontières à des importations douteuses dans certains pays.

3. Certes, la privatisation et la déréglementation menées dans les pays en développement (en particulier dans les pays les moins avancés) ainsi que l'action visant à restreindre le rôle des pouvoirs publics sur les marchés pouvaient s'accompagner de la prise en compte des intérêts des consommateurs et de la mise en place nécessaire d'un cadre institutionnel et juridique protégeant ces derniers. Toutefois, il a été souligné que la privatisation et la déréglementation avaient parfois été menées sans souci des intérêts des consommateurs et, souvent, en l'absence d'un cadre institutionnel et juridique assurant leur protection. Du fait de la déréglementation et de la libéralisation, les consommateurs des pays en développement et des pays en transition se trouvaient en présence de produits et de services peu sûrs et confrontés à des pratiques commerciales frauduleuses.

4. Par ailleurs, des régimes nationaux devraient protéger les consommateurs et promouvoir des modes de consommation durable sans imposer des contraintes trop lourdes aux entreprises, afin de permettre le développement et l'expansion de marchés efficaces.

5. Bien appliquées, les politiques de concurrence et de défense des consommateurs pouvaient beaucoup contribuer à la compétitivité et à un développement durable.

6. À la lumière de ces conclusions, les experts ont formulé les recommandations ci-après, soumises pour examen à la Commission du commerce des biens et services, et des produits de base, à sa sixième session, qui doit se tenir à Genève du 4 au 8 février 2002.

#### **A. Aux niveaux national et régional**

7. Les gouvernements sont invités à prendre les mesures nécessaires pour appliquer d'urgence les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur (1999) et à les incorporer dans leurs politiques macroéconomiques et appareil juridique. À cet égard, ils devraient aussi prendre en compte et défendre activement les intérêts de leurs consommateurs lorsqu'ils négocient et concluent des accords internationaux obligatoires.

8. Les gouvernements devraient élaborer et mettre en œuvre des politiques de concurrence et de protection des consommateurs qui se renforcent mutuellement, afin de promouvoir l'intérêt des consommateurs, des marchés concurrentiels, la compétitivité et le développement.

9. Les gouvernements devraient prendre en compte les vues et les intérêts des consommateurs à tous les niveaux de l'élaboration des politiques et de la prise de décisions et créer, à cette fin, des mécanismes de dialogue avec les consommateurs et avec leurs organisations représentatives. Les gouvernements sont invités à mettre en place des dispositifs permettant de déléguer à la société civile certains pouvoirs de conciliation et d'arbitrage en matière de protection des consommateurs.

10. En appliquant la législation sur la protection des consommateurs et d'autres réglementations, les gouvernements devraient soigneusement veiller à ce que les mesures prises profitent à tous les secteurs de la population, en particulier au secteur informel et aux pauvres.

11. Compte tenu de la nécessité de toucher les consommateurs ruraux et les consommateurs analphabètes, les gouvernements devraient, suivant les besoins, élaborer ou encourager des programmes d'information et de sensibilisation.

12. Les gouvernements devraient prendre les mesures nécessaires pour créer des juridictions expressément compétentes en matière de protection des consommateurs.

13. Les gouvernements sont invités à prendre des mesures pour lutter contre la production et la commercialisation de produits de mauvaise qualité et dangereux, y compris le développement de marchés noirs sur lesquels ceux-ci sont vendus.

14. Les gouvernements devraient prendre les mesures nécessaires pour incorporer des cours de sensibilisation à la protection du consommateur dans les programmes d'enseignement de type scolaire et non scolaire.

15. Les entreprises devraient respecter les lois et réglementations en vigueur dans les pays où elles exercent leurs activités ainsi que les dispositions pertinentes des normes internationales.

16. Les entreprises devraient se conformer aux dispositions de l'Ensemble de principes et de règles équitables convenus au niveau multilatéral pour le contrôle des pratiques commerciales

restrictives, en particulier de la section D intitulée «Principes et règles conçus à l'intention des entreprises, y compris des sociétés transnationales».

17. Chaque organisation du secteur privé devrait adopter un code de conduite à l'intention de ses membres, afin de promouvoir la déontologie, dans le respect des lois sur la concurrence.

18. Les associations de consommateurs et leurs représentants devraient, de leur côté, se familiariser pleinement avec les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, afin de pouvoir jouer le rôle qui leur revient dans l'éducation de leurs membres, en particulier dans le secteur informel, contribuant ainsi à l'application de ces principes.

19. Les associations de consommateurs sont invitées à dialoguer avec les organismes gouvernementaux et intergouvernementaux ainsi qu'avec les entreprises, afin de défendre les vues et les intérêts des consommateurs.

20. Les associations de consommateurs devraient élaborer des programmes communs de formation et d'information au niveau régional en coopération avec les pouvoirs publics, les entreprises, les organisations internationales, les universités et des organisations de la société civile, afin de créer des synergies pour la défense des intérêts des consommateurs.

## **B. Au niveau international**

21. La CNUCED devrait inviter les partenaires internationaux de développement à apporter une assistance financière et technique au renforcement des capacités humaines et institutionnelles pour l'élaboration et la mise en œuvre de politiques de protection des consommateurs. Les organismes de financement et les donateurs extérieurs sont invités à verser des contributions volontaires à l'appui de ces objectifs.

22. La Réunion d'experts s'est félicitée des travaux importants et utiles de la CNUCED dans les domaines du droit et de la politique de la concurrence et de la protection des consommateurs.

23. La CNUCED devrait renforcer son mécanisme institutionnel et promouvoir les intérêts des consommateurs, afin de suivre l'application des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur.

24. La CNUCED devrait convoquer des réunions d'experts sur la protection des consommateurs et la réglementation des services publics ainsi que sur les mécanismes internationaux de protection des consommateurs, notamment concernant les transactions internationales, les pratiques internationales frauduleuses, le commerce électronique, etc.

25. La CNUCED devrait fournir aux pays membres, à leur demande, une assistance technique pour les aider à adopter des lois sur la protection du consommateur et sur la concurrence, à réviser et à mieux appliquer la législation en vigueur dans ce domaine ainsi qu'à mettre en œuvre les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur tels qu'élargis en 1999. Si ses ressources le lui permettent, elle devrait aussi aider les organisations de consommateurs.

26. La CNUCED devrait coopérer avec d'autres organisations internationales compétentes et avec les associations de consommateurs, afin de faire le bilan des travaux en cours, diffuser des informations et créer des synergies visant à une approche intégrée pour une application plus efficace des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur.
27. Des experts ont recommandé que la CNUCED examine plus avant les rapports entre la concurrence, les intérêts des consommateurs, la compétitivité et le développement en réfléchissant à la manière dont les marchés peuvent intégrer le secteur informel, avoir des effets plus positifs sur les pauvres et créer de la croissance, des emplois et des débouchés à l'exportation.
28. La CNUCED devrait mettre en place et gérer un cyberréseau sur la protection des consommateurs qui diffuserait des informations sur les activités, les politiques, les organisations et les législations pertinentes, notamment sur les accords régionaux et internationaux renfermant des dispositions intéressant les consommateurs.
29. La CNUCED devrait élaborer une ou plusieurs lois types sur la protection des consommateurs.

## Chapitre II

### RÉSUMÉ ÉTABLI PAR LA PRÉSIDENTE

1. La Réunion d'experts sur les intérêts des consommateurs, la compétitivité, la concurrence et le développement a structuré ses travaux autour de trois grands thèmes: a) mondialisation, concurrence, compétitivité et protection du consommateur; b) droit national et politique nationale de la concurrence, réglementation et protection du consommateur; et c) action des pouvoirs publics et renforcement des capacités concernant la réglementation et son application.

#### **A. Mondialisation, concurrence, compétitivité et protection du consommateur**

2. Les experts ont examiné l'expérience qu'avaient les pays pauvres de l'évaluation des incidences de la mondialisation sur la concurrence, la compétitivité et la protection du consommateur. Il a été signalé qu'au cours des réformes économiques en Ouganda, une libéralisation économique de grande ampleur, avec notamment la privatisation d'entreprises d'État, avait favorisé de la part d'entreprises étrangères un certain nombre de pratiques anticoncurrentielles qui constituaient des abus de position dominante. On pouvait citer parmi ces pratiques le rachat de concurrents et la commercialisation sur les marchés intérieurs de produits défectueux, dangereux ou de très médiocre qualité. Par exemple, certaines entreprises avaient été accusées de vendre des lubrifiants de qualité inférieure aux consommateurs ruraux, et de commercialiser des denrées alimentaires suspectes – produits laitiers, viande de bœuf, huile de cuisine, etc. – sous couvert d'aide alimentaire. Un autre exemple de pratiques commerciales malhonnêtes était l'utilisation abusive de l'appellation ISO 9000 en tant que label de qualité. Des arrangements en matière de prix et de répartition des marchés de la part d'entreprises dominantes avaient également faussé la concurrence, en particulier dans les secteurs des boissons et du pétrole. Les associations professionnelles constituées dans ces deux secteurs cachaient en fait des pratiques d'entente sur les prix et de répartition des marchés.

3. Il est ressorti des discussions que de nombreux gouvernements de pays en développement n'avaient souvent pas pu ou pas voulu donner suite aux plaintes déposées par des associations de protection des consommateurs ou des individus pour un certain nombre de raisons: absence de législation ou d'autorités en matière de concurrence et de protection du consommateur, manque de ressources – humaines et financières – pour effectuer des enquêtes, passivité face aux fusions – acquisitions internationales par crainte de mesures de rétorsion de la part du pays d'origine de certaines grandes entreprises, ingérence politique, peur d'effrayer les investisseurs étrangers.

4. Les experts ont souligné que dans certains cas, alors qu'ils cherchaient à profiter des avantages de la mondialisation, de nombreux pays étaient confrontés à des pratiques anticoncurrentielles découlant des fusions-acquisitions réalisées par de très grandes entreprises dans un contexte de libéralisation du commerce et de privatisation; ces fusions-acquisitions concernaient principalement les secteurs bancaire et financier, ainsi que celui du tourisme.

5. Des problèmes liés à divers types de fraude internationale, tels que les systèmes d'épargne pyramidaux, étaient apparus dans les pays en développement. Une intense campagne d'éducation à cet égard avait eu peu d'effets, en particulier chez les consommateurs les plus pauvres, dont beaucoup avaient ainsi perdu de l'argent. Certains de ces abus avaient donné lieu à des

poursuites civiles ou pénales dans quelques pays, mais il était néanmoins urgent d'élaborer une législation spécifique. D'autres problèmes auxquels étaient confrontés les gouvernements concernaient des questions de juridiction en rapport avec le commerce électronique, et des affaires de contrefaçon.

6. Dans les pays dont la législation sur la concurrence ne couvrait pas les fusions-acquisitions, il était possible d'appliquer à ces fusions-acquisitions des dispositions juridiques concernant les pratiques anticoncurrentielles ou de recourir à des principes de *common law*. Il est ressorti des discussions que cette question devait être approfondie et que la législation sur la concurrence devrait comprendre des dispositions concernant spécifiquement les fusions-acquisitions, avec la prise en compte d'éléments tels que les seuils de part de marché, les échelles de compétitivité et la dimension des marchés intérieurs par rapport au marché mondial.

7. Au niveau régional, plusieurs groupements d'intégration, dont la Communauté des Caraïbes (CARICOM), avaient élaboré des politiques de concurrence communautaires qui devraient encourager les pays à améliorer leur législation nationale. Il fallait néanmoins encore s'attaquer à l'harmonisation des législations nationales sur la concurrence, ainsi qu'à des questions concernant les incidences sur les droits souverains d'initiatives d'ordre régional. D'autres questions, en particulier les pays qui ne s'étaient pas encore dotés d'une législation sur la concurrence, avaient trait aux ressources, notamment financières, nécessaires pour l'application d'une telle législation. Les participants ont, en outre, évoqué les conflits potentiels avec d'autres accords, concernant par exemple le commerce et l'investissement, et l'application de politiques de concurrence dans de petits pays en tenant spécifiquement compte de leur vulnérabilité économique particulière.

8. Lorsque l'information fournie par le vendeur n'éclairait pas suffisamment le consommateur, il pourrait être souhaitable d'exiger une plus grande transparence. Là où les conditions de comparaison étaient inégales, il conviendrait d'instituer une certaine normalisation, et les bureaux de normalisation avaient à cet égard un rôle évident à jouer. Il a été souligné que l'échange d'informations entre autorités chargées de la concurrence et de la protection du consommateur était essentiel pour lutter contre des fraudes internationales telles que les systèmes d'épargne pyramidaux. Les experts se sont demandé, dans ce contexte, de quelle façon protéger les consommateurs dans une économie mondialisée. On a cité à cet égard l'«International Consumer Database» (base de données internationales sur la consommation) des États-Unis, qui était accessible à tout pays qui souhaitait l'utiliser ou l'enrichir. L'éducation des consommateurs au niveau mondial, l'échange d'informations et la transparence étaient nécessaires pour aider les consommateurs à mieux se protéger contre des pratiques commerciales frauduleuses. Les pays devaient prendre des mesures conjointes pour se protéger eux aussi contre la fraude internationale. Des questions particulièrement importantes pour les consommateurs en matière de commerce électronique concernaient la sécurité des paiements en ligne et l'obtention de mesures de réparation en cas de différend. Il a été souligné que des marchés compétitifs constituaient la première ligne de défense, et il a été instamment demandé aux gouvernements de ne pas transiger sur les principes de libre marché pour assurer la protection du consommateur.

## **B. Droit national et politique nationale de la concurrence, réglementation et protection du consommateur**

9. En principe, les politiques de concurrence et les politiques de protection du consommateur partagent les mêmes objectifs. Dans un monde idéal, le marché devrait protéger les consommateurs, mais ce n'est pas ce qui se passe dans la réalité, la principale raison en étant une mauvaise information qui empêche souvent la concurrence d'avoir les effets bénéfiques escomptés. Des exemples de dysfonctionnement du marché à cet égard ont été cités: consommateurs manquant d'expérience ou déconcertés par l'information fournie sur les produits, base de comparaison confuse – par exemple lorsque différentes unités de mesure sont utilisées pour des produits similaires –, vendeurs n'ayant aucun intérêt à protéger leur réputation. L'utilisation du réseau Internet pour la vente et l'achat de biens et services risquait fort d'amplifier de tels problèmes.

10. Dans un certain nombre de pays en développement, les réformes économiques avaient favorisé la pénétration de biens et services de qualité médiocre. Les forces du marché étaient censées réguler les prix par le biais d'une concurrence équitable, mais il était fréquent qu'il n'en soit pas ainsi. Malgré l'existence d'autorités chargées de la concurrence et d'une législation sur la protection des consommateurs dans beaucoup de pays en développement, une information asymétrique continuait de pénaliser les consommateurs.

11. Plusieurs experts ont indiqué qu'une législation sur la protection du consommateur, parfois sous la forme de modifications apportées à une législation existante ou à la législation sur la concurrence, était à l'examen ou avait été adoptée. L'approche en la matière était de rechercher un meilleur équilibre en termes d'information et de rapports de force entre fournisseurs et consommateurs.

12. Les experts ont également examiné la façon dont, en l'absence d'une législation spécifique, la *common law* pouvait protéger efficacement les consommateurs en cas d'informations insuffisantes ou fausses. L'expérience d'un pays de *common law* montrait que, différents groupes de consommateurs étant susceptibles d'avoir différents goûts et préférences, il était important que les dispositions de la législation sur la protection du consommateur soient suffisamment flexibles pour prendre en compte différentes perspectives. Dans certaines législations, diverses dispositions de *common law* avaient une action efficace, qu'il s'agisse de lois sur la vente de biens, qui traitaient de la commercialisation, ou du droit général des contrats, qui concernait les fausses déclarations ou la déformation des faits. Par exemple, en Jamaïque, c'était le droit pénal qui avait été appliqué pour défendre les consommateurs dans les affaires de mécanismes d'épargne pyramidaux. Toutefois, un inconvénient majeur du recours à la *common law* ou au droit pénal en était le coût élevé, raison pour laquelle, dans certains PMA africains, les lois sur la protection du consommateur préconisaient la constitution de tribunaux d'arbitrage de petits procès ainsi que des actions collectives pour accélérer le dédommagement des consommateurs et réduire les coûts d'accès à la justice.

13. Concernant la publicité mensongère, la pratique aux États-Unis, comme dans l'Union européenne, était d'exiger de l'annonceur qu'il puisse justifier tout ce qu'il affirmait dans ses publicités, faute de quoi on considérerait qu'il y avait publicité mensongère. Les associations de protection des consommateurs dans plusieurs pays en développement où il n'existait pas



de législation spécifique avaient obtenu gain de cause contre des sociétés reconnues coupables de publicité mensongère, et dont les annonces avaient dû être retirées du marché. Obtenir la rectification d'une information mensongère figurant dans les publicités d'une entreprise étrangère était plus difficile, car cela impliquait une coopération avec des gouvernements étrangers et d'autres organisations de consommateurs, étant donné que les lois nationales n'avaient pas d'effets extraterritoriaux.

14. Un certain nombre d'experts ont contesté l'affirmation selon laquelle la législation sur la concurrence servait toujours les intérêts des consommateurs. Selon eux, si le droit et la politique de la concurrence et la protection du consommateur avaient certains objectifs communs, il s'agissait néanmoins de deux domaines distincts, entre lesquels des contradictions surgissaient parfois. Il fallait donc considérer les points de convergence et de divergence, et veiller à ce que la politique de protection des consommateurs ne soit pas inféodée à la politique de concurrence. Toutefois, en dépit de certaines divergences, ces deux politiques étaient complémentaires.

15. Quelques experts se sont interrogés sur les relations entre politique de concurrence, protection du consommateur et compétitivité, en particulier dans les pays en transition. Les preuves d'une relation causale, au niveau national comme au niveau international, restaient à établir. L'industrie automobile aux États-Unis et le secteur de la restauration rapide ont été présentés comme des cas où la concurrence étrangère conduisait au lancement de nouveaux produits et contribuait à une plus grande compétitivité.

16. Il a été souligné que, pour de nombreux pays en développement, la protection des industries nationales restait une priorité, et que cela exigeait une surveillance attentive des relations entre production locale et produits importés. Dans les pays à faible revenu et de grande pauvreté, il était impératif de veiller à ce que la population dispose de produits locaux de remplacement bon marché. Le secteur informel jouait un rôle essentiel dans l'approvisionnement en biens et services à bas prix pour les pauvres, qui constituaient souvent la majorité de la population dans les pays en développement. En l'absence de moyens de lutte contre les pratiques commerciales restrictives, un accroissement des importations ne profitait pas nécessairement aux consommateurs ou ne contribuait pas forcément à une hausse du niveau de vie. À cet égard, la politique de concurrence devait être replacée dans le contexte du développement.

17. En réponse à ces interrogations, il a été précisé que le droit et la politique de la concurrence visaient à protéger la concurrence et non les concurrents. La concurrence étrangère incitait les producteurs locaux à améliorer leurs produits, et élargissait l'éventail de choix des consommateurs. On devait s'attendre à ce que les producteurs non compétitifs soient évincés du marché; cela était acceptable si cela signifiait que le consommateur aurait accès à des biens de meilleure qualité à des prix compétitifs. Si le consommateur était dans l'incapacité d'acquérir des produits importés trop chers et si les produits locaux de remplacement plus abordables étaient éliminés du marché, cela pouvait alors justifier l'application de mesures antidumping afin de préserver la concurrence.

18. Il a été souligné qu'il existait une forte corrélation entre la protection du consommateur et la compétitivité. L'information et l'éducation du consommateur étaient particulièrement nécessaires dans les pays en développement, où la majorité des consommateurs étaient peu alphabétisés et mal informés d'une manière générale. Très souvent, les consommateurs pauvres

acceptaient des produits défectueux, et invoquaient ensuite le manque de chance plutôt que de déposer plainte. Dans beaucoup de cas, la clientèle du secteur informel considérait que ce secteur fournissait des biens moins chers et peut-être de meilleure qualité. Toutefois, une étude au Venezuela avait révélé que les prix étaient plus bas uniquement dans le cas des aliments préparés – tous les autres produits étaient plus chers que dans le secteur formel.

19. Par l'éducation du consommateur, il fallait entendre la sensibilisation des consommateurs, mais aussi des entreprises, car celles-ci considéraient souvent les organisations de consommateurs comme un ennemi. Compte tenu de l'inadéquation de l'information fournie aux consommateurs dans les pays en développement, il fallait simplifier la législation sur la protection du consommateur, veiller à ce que les consommateurs ruraux bénéficient eux aussi des programmes d'éducation des consommateurs et concevoir des moyens novateurs de transmettre l'information. Il a également été reconnu que l'éducation des consommateurs devrait figurer dans les programmes d'enseignement des écoles et des universités. Dans ce contexte, le programme bénévole de l'Association ougandaise pour la protection des consommateurs, avec l'envoi de personnel dans les régions reculées, et notamment dans les écoles, constituait une expérience tout à fait pertinente. Un important enseignement de ce qui se faisait aux États-Unis concernait l'utilisation de matériel pédagogique original et motivant, capable de retenir l'attention des consommateurs, élaboré avec l'aide d'experts en marketing et en collaboration avec des organisations professionnelles prêtes à participer aux coûts de la production d'un tel matériel.

20. Il a été noté que les conflits entre compétitivité, droits de propriété intellectuelle et protection du consommateur n'étaient souvent pas faciles à résoudre, comme en témoignaient les affaires d'organismes génétiquement modifiés et de piratage musical. Dans ce contexte, la réglementation, dans son rôle et sa fonction de protection du consommateur, comportait à la fois des coûts et des avantages pour les consommateurs. Ainsi, la protection des droits de propriété intellectuelle entraînait un surcoût pour les consommateurs, qui pouvait parfois être considéré comme justifié – mais ce n'était pas toujours le cas – par exemple, lorsque des considérations de santé publique étaient jugées primer sur les coûts imposés aux producteurs pour le respect de normes sanitaires. Un expert a estimé que l'on ne pouvait transiger avec les normes de santé, même dans le secteur informel, et il a cité l'exemple de programmes destinés à aider des petites et moyennes entreprises de ce secteur, à améliorer leurs méthodes par rapport aux normes sanitaires et à se mettre progressivement en conformité avec la législation sur la protection du consommateur. Il a également été souligné que même si le secteur informel pouvait jouer un rôle important dans les pays en développement, toute infraction à la législation sur la concurrence ou à la législation sur la protection des consommateurs qui était constatée devait être sanctionnée.

21. Les discussions sur les politiques relatives aux microentreprises ont porté sur les problèmes et les difficultés des PME et, en particulier, sur les interactions avec d'autres politiques de développement. Dans de nombreux pays en développement, une grande partie de la population vivait dans la pauvreté et trouvait ses moyens de subsistance dans le secteur informel. Il fallait donc voir comment les principes de compétitivité et de protection du consommateur pourraient et devraient s'appliquer au marché informel pour le rendre plus efficace et l'aider à réaliser tout son potentiel.

22. Il existait entre le secteur formel et le secteur informel des différences essentielles intrinsèques – utilisation de la technologie, taille des entreprises, types de biens et services, statut juridique, compétences d'organisation, etc. Les marchés informels avaient toutefois tendance à présenter certaines caractéristiques de marchés potentiellement compétitifs, dont la liberté d'entrer et de sortir et un grand nombre d'acteurs, même si l'hétérogénéité des produits et un manque d'information pouvaient quelque peu désorienter les consommateurs et amoindrir la concurrence.

23. Il a été souligné que le secteur informel pouvait contribuer au développement dans les pays en développement, et qu'il était donc nécessaire de le revitaliser et de lui donner des moyens; le microfinancement pouvait à cet égard jouer un rôle crucial. L'évolution des institutions de microfinancement avait permis à des acteurs du secteur informel d'avoir accès à des ressources humaines, techniques et financières – en particulier des prêts. Une étude de cas montrait comment des institutions de microfinancement s'étaient adaptées aux besoins des acteurs du secteur informel et avaient développé l'accès à des prêts à des conditions de faveur. Les gouvernements et d'autres agents du développement étaient donc invités à répondre aux besoins du secteur informel et à incorporer ce type de conditions favorables dans des programmes adaptés.

24. Les experts ont également abordé la question des monopoles naturels, y compris les services publics de distribution, qui fonctionnaient par le biais de multiples agences locales de distribution. Souvent, les consommateurs se plaignaient de l'inefficacité des monopoles publics, mais dans le même temps s'opposaient à leur privatisation. Cela s'expliquait par le fait que pour de nombreux services publics, il n'était pas facile de trouver des équivalents privés pour des marchés locaux, et souvent les entreprises privées ne consentaient un effort d'investissement que là où les consommateurs pouvaient payer des prix élevés et où les investissements étaient très rentables. Au Ghana, par exemple, les consommateurs dans les zones rurales payaient leur eau plus chère que les consommateurs urbains. Il était donc essentiel de savoir qui devait supporter le coût social de la privatisation de services de base et comment empêcher les monopoles privés d'abuser de leur position dominante; cela impliquait l'adoption de politiques de réglementation sectorielle et une supervision des services privatisés.

25. Concernant les conflits possibles entre réglementation et politique de concurrence, il a été dit que les décisions réglementaires ne devaient pas empêcher l'entrée de nouveaux concurrents, car cela pourrait être préjudiciable au consommateur. Une importante lacune était le manque de procédures claires, régulières et stables pour une participation des consommateurs au processus réglementaire, en particulier dans les entreprises privatisées. La réglementation pouvait être utile à une répartition efficace des ressources, à condition que les intérêts de la population en général soient dûment pris en considération.

26. La représentation des consommateurs pouvait être améliorée par leur participation aux audiences publiques ou autres procédures conduisant à l'adoption des décisions en matière de réglementation. Des exemples d'une telle participation ont été donnés. Cette participation devrait intervenir à toutes les étapes et relever d'organisations décentralisées de la société civile rattachées à l'administration publique ou d'agences spécialement chargées de la protection du consommateur.

### **C. Action des pouvoirs publics et renforcement des capacités concernant la réglementation et son application**

27. Après avoir souligné la contribution des gouvernements, des entreprises et des associations de consommateurs à la promotion de la concurrence, les experts ont attiré l'attention sur la nécessité d'une intervention conçue comme une «force d'impulsion» dans le cas de marchés compétitifs limités et d'une faible demande, et lorsqu'il était difficile de déterminer les éléments de certains biens. Les associations de consommateurs devaient également jouer un rôle dynamique dans la protection des consommateurs.

28. Les pouvoirs publics devaient coordonner leurs activités en matière de protection des consommateurs avec les entreprises, les consommateurs et les syndicats. Il a été souligné que les politiques de protection du consommateur différaient selon les pays, et que les différences se retrouvaient nécessairement dans les législations nationales. Néanmoins, les éléments communs des approches adoptées pour résoudre divers problèmes, ainsi que l'expérience acquise devraient faire l'objet d'études spéciales et d'une coopération internationale.

29. Les experts ont noté en particulier la nécessité pour les gouvernements de jouer un rôle davantage d'anticipation que de prévention et de réaction. Cela se traduirait notamment par l'adoption d'indicateurs réels et mesurables, une surveillance des marchés et des secteurs, et la mise en place de mécanismes efficaces de règlement des différends et de médiation au niveau national. Une bonne stratégie de protection du consommateur devrait prévoir des activités de formation, la création de réseaux d'organismes réglementaires et un appareil juridique efficace.

30. L'accès à l'information était un aspect important de la prise de décisions des consommateurs. Ceux-ci devaient être informés de leurs droits au titre des divers régimes juridiques régissant les affaires de consommation. La mise en place de réseaux desservant les consommateurs ruraux était considérée comme une mesure importante pour mener une action dans les régions reculées dans les pays en développement. Il a été signalé qu'une recommandation portant sur la désignation d'un médiateur auquel les consommateurs pourraient adresser leurs plaintes avait été présentée pour examen aux responsables politiques en Zambie et au Pérou.

31. Des exemples ont été donnés concernant la Zambie, où des dispositions relatives à la protection du consommateur figuraient dans la législation sur la concurrence et étaient appliquées par l'organisme chargé de la concurrence. Il a été reconnu qu'appliquer une politique de protection du consommateur et une politique de concurrence dans le cadre d'une seule et unique législation et d'une seule et unique organisation posait de nombreux problèmes logistiques et pratiques. La solution résidait dans la constitution d'organisations de consommateurs et de groupes de pression dynamiques.

32. Il a été noté que différents pays en étaient à différentes étapes de la mise en œuvre d'une politique de protection du consommateur. Les pays qui avaient récemment adopté une législation sur la concurrence étaient confrontés à deux grands problèmes: quelle approche adopter et par où commencer? À cet égard, les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, tels qu'élargis en 1999, donnaient les grandes orientations. Il a été proposé que

la CNUCED fournisse une assistance technique et favorise notamment un échange d'expériences entre pays en développement et pays en transition.

33. L'expérience acquise jusque-là par certains groupements régionaux de pays en développement indiquait la nécessité d'une harmonisation des législations. À cet égard, le concept de consommation durable était un important objectif poursuivi par le Marché commun du Sud (MERCOSUR). Toutefois, l'harmonisation des législations nationales pouvait avoir une incidence sur les coûts des entreprises, faire obstacle à la concurrence et rendre ainsi les produits locaux moins compétitifs sur les marchés internationaux.

34. Les experts ont examiné les moyens d'instaurer un partenariat pragmatique entre les pouvoirs publics et la société civile en matière de protection du consommateur. Les organisations de la société civile dans de nombreux pays en développement complétaient et soutenaient les initiatives gouvernementales dans ce domaine. Ces organisations devaient, non pas concurrencer les pouvoirs publics, mais s'efforcer de nouer avec eux un dialogue et un partenariat francs et équilibrés.

### **Chapitre III**

#### **QUESTIONS D'ORGANISATION**

##### **A. Convocation de la Réunion d'experts**

35. La Réunion d'experts sur les intérêts des consommateurs, la compétitivité, la concurrence et le développement a eu lieu au Palais des Nations, à Genève, du 17 au 19 octobre 2001.

##### **B. Élection du bureau**

(Point 1 de l'ordre du jour)

36. À sa séance d'ouverture, la Réunion d'experts a élu le bureau suivant:

Présidente: M<sup>me</sup> Shantini Thiruneelakandan (Sri Lanka)

Vice-Présidente/Rapporteur: M<sup>me</sup> Kerstin Berglöf (Suède)

##### **C. Adoption de l'ordre du jour et organisation des travaux**

(Point 2 de l'ordre du jour)

37. À la même séance, la Réunion a adopté l'ordre du jour provisoire distribué sous la cote TD/B/COM.1/EM.17/1; l'ordre du jour se lisait donc comme suit:

1. Élection du bureau.
2. Adoption de l'ordre du jour et organisation des travaux.
3. Comment la protection des consommateurs et la défense de la concurrence peuvent favoriser la compétitivité et le développement.
4. Adoption des conclusions ou recommandations de la Réunion d'experts.

##### **D. Documentation**

38. Pour l'examen de la question de fond de son ordre du jour, la Réunion d'experts était saisie de la documentation ci-après:

«Protection du consommateur, concurrence, compétitivité et développement»  
(TD/B/COM.1/EM.17/2);

«Recommandations de la Réunion régionale sur les intérêts des consommateurs, la compétitivité, la concurrence et le développement, tenue à Carthagène (Colombie), du 23 au 25 juillet 2001» (TD/B/COM.1/EM.17/2/Add.1);

«Recommandations du Séminaire régional sur la protection des consommateurs, la politique de concurrence, la compétitivité et le développement, tenu à Accra (Ghana), les 20 et 21 août 2001» (TD/B/COM.1/EM.17/2/Add.2);

«Recommandations du Séminaire régional pour l'Asie et le Pacifique sur les nouvelles dimensions de la protection du consommateur à l'heure de la mondialisation, tenu à Goa (Inde), les 10 et 11 septembre 2001» (TD/B/COM.1/EM.17/2/Add.3);

«Recommandations de la Conférence internationale des pays en transition sur la concurrence, tenue à Bichkek (Kirghizistan), les 1<sup>er</sup> et 2 octobre 2001» (TD/B/COM.1/EM.17/2/Add.4).

#### **E. Adoption des conclusions ou recommandations de la Réunion d'experts**

(Point 4 de l'ordre du jour)

39. À sa séance de clôture, la Réunion d'experts a autorisé le Rapporteur à établir, sous l'autorité de la Présidente, le rapport final de la Réunion.

## Annexe

### PARTICIPATION\*

1. Des experts des États membres de la CNUCED ci-après ont participé à la Réunion:

Allemagne	Kenya
Angola	Madagascar
Arabie saoudite	Malawi
Argentine	Maroc
Bahamas	Mexique
Bangladesh	Mozambique
Bénin	Myanmar
Bolivie	Népal
Brésil	Niger
Brunéi Darussalam	Nigéria
Burkina Faso	Norvège
Burundi	Ouganda
Chine	Pérou
Colombie	Philippines
Comores	République arabe syrienne
Costa Rica	République centrafricaine
Côte d'Ivoire	République démocratique du Congo
Cuba	République démocratique populaire lao
Égypte	République dominicaine
Espagne	République-Unie de Tanzanie
États-Unis d'Amérique	Roumanie
Éthiopie	Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord
Fédération de Russie	Rwanda
France	Sénégal
Gambie	Sri Lanka
Géorgie	Suède
Ghana	Tchad
Guyana	Tunisie
Inde	Turquie
Indonésie	Uruguay
Iran (République islamique d')	Venezuela
Italie	Yémen
Jamahiriya arabe libyenne	Zambie
Jamaïque	Zimbabwe
Jordanie	

---

\* La liste des participants porte la cote TD/B/COM.1/EM.17/INF.1.



2. Les organismes intergouvernementaux ci-après étaient représentés à la Réunion:

Centre Sud  
Organisation arabe du travail

3. Les institutions spécialisées ci-après et une organisation apparentée étaient représentées à la Réunion:

Fonds monétaire international  
Organisation des Nations Unies pour le développement industriel  
Organisation mondiale du commerce

4. Les organisations non gouvernementales ci-après étaient représentées:

*Catégorie générale*

Centre d'échanges et coopération pour l'Amérique latine  
Centre Europe – Tiers monde  
Chambre de commerce internationale  
Confédération internationale des syndicats libres  
Consommateurs International  
Organisation internationale de normalisation

-----