



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

Distr. générale
14 mai 2020
Français
Original : espagnol

**Huitième Conférence des Nations Unies
chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble
de principes et de règles équitables convenus
au niveau multilatéral pour le contrôle
des pratiques commerciales restrictives**

Genève, 19-23 octobre 2020

Point 14 de l'ordre du jour provisoire

**Examen collégial volontaire du droit et de la politique
du Pérou en matière de protection du consommateur**

Rapport de synthèse*

* Les résultats, interprétations et conclusions exprimés dans le présent document sont ceux des auteurs et ne reflètent pas nécessairement l'opinion de l'Organisation des Nations Unies, de ses fonctionnaires ou de ses États Membres. Le présent document est une synthèse d'un rapport complet sur l'examen collégial volontaire du droit et de la politique du Pérou en matière de protection du consommateur.



Table des matières

	<i>Page</i>
I. Introduction	3
II. Contexte politique, économique et social.....	3
III. Cadre législatif	4
A. Code de protection et de défense du consommateur	4
B. Autres textes de loi applicables.....	8
IV. Cadre de politique générale.....	8
A. Politique nationale de protection et de défense du consommateur	8
B. Plan national de protection du consommateur	9
C. Commerce électronique	9
V. Cadre institutionnel	10
A. Institut national de défense de la concurrence et de protection de la propriété intellectuelle	10
B. Autres autorités publiques compétentes.....	13
VI. Participation du secteur associatif et du secteur privé.....	14
A. Associations de consommateurs	15
B. Prestataires.....	15
VII. Conclusions et recommandations.....	17
A. Cadre législatif.....	17
B. Cadre de politique générale	18
C. Cadre institutionnel.....	18
D. Participation du secteur associatif et du secteur privé	19

I. Introduction

1. Dans sa résolution 70/186 du 22 décembre 2015 sur la protection du consommateur, l'Assemblée générale des Nations Unies a réaffirmé que les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur constituent un ensemble de principes très utile pour définir les principales caractéristiques que doivent revêtir les lois de protection du consommateur, les institutions chargées d'en assurer l'application et les politiques dans ce domaine. Le Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la protection du consommateur de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), créé par l'Assemblée générale, est chargé notamment de réaliser des examens collégiaux volontaires du droit et de la politique nationales de la protection du consommateur, tels qu'ils sont appliqués par les autorités nationales compétentes¹. Le Pérou est le troisième État membre de la CNUCED à se soumettre à un examen de cette nature.

2. Les examens collégiaux volontaires ont pour objet de produire une évaluation externe et indépendante de l'efficacité du droit et de la politique de la protection du consommateur dans le pays considéré ; d'analyser les cadres législatifs, institutionnels et de politique générale, ainsi que l'application de la loi, aux fins de recenser les obstacles à surmonter et les aspects à améliorer dans les cadres juridiques et institutionnels ; d'évaluer le degré de sensibilisation et de mobilisation des acteurs de la protection du consommateur, ainsi que leurs contributions dans ce domaine ; de formuler et de recommander des mesures appropriées ; et d'aider les pays à appliquer les recommandations pertinentes en élaborant un projet de renforcement des capacités².

II. Contexte politique, économique et social

3. Le Pérou est un pays d'Amérique du Sud, de plus de 31 millions d'habitants, frontalier du Brésil, du Chili, de la Colombie et de l'Équateur. C'est un État démocratique de droit constitué sous la forme d'une république sociale, indépendante et souveraine, organisée selon le principe de la séparation des pouvoirs. En 2018, le Pérou a obtenu une note de 0,759 à l'indice de développement humain du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), ce qui le situe dans la catégorie des pays à « niveau élevé de développement humain », le pays parvenant au quatre-vingt-deuxième rang parmi 189 pays et territoires³. Entre 1990 et 2018, l'espérance de vie à la naissance a augmenté de 10,4 années, le nombre moyen d'années de scolarité a augmenté de 2,6 années, et la durée de scolarisation escomptée a augmenté de 1,9 années. Au cours de la même période, le revenu national brut par habitant du Pérou a augmenté de 148,3 % environ, et le produit intérieur brut a atteint 222 milliards de dollars⁴.

4. Entre 2002 et 2013, la pauvreté extrême (personnes vivant avec moins de 3,2 dollars par jour) a diminué de 30,9 % à 11,4 %⁵. Un problème persistant est celui de la réduction des inégalités : 38 % de la population appartient à la catégorie des revenus les plus faibles et 13 % à la catégorie les plus élevés⁶. Les citoyens à revenu faible risquent davantage, par ailleurs, de faire partie des consommateurs vulnérables ou de connaître une situation défavorable, et méritent donc une attention et une protection plus soutenues. S'ajoutent à cela les disparités entre les sexes : le taux d'analphabétisme national actuel

¹ TD/B/C.I/CPLP/9 et Corr.1.

² TD/B/C.I/CPLP/6.

³ PNUD, *Rapport sur le développement humain 2019*, « *Desigualdades del desarrollo humano en el siglo XXI* : Nota informativa para los países acerca del Informe : Perú ».

⁴ Banque mondiale, « *Pérou : Panorama general* », 2020.

⁵ Ibid.

⁶ Institut national de défense de la concurrence et de protection de la propriété intellectuelle (INDECOP), *Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor – Plan Nacional de Protección de los Consumidores 2017-2020*, Lima, 2017, p. 6.

atteint 8,3 % chez les femmes et 2,3 % chez les hommes⁷. Enfin, le fossé numérique entre zones urbaines et zones rurales reste très important : 70,9 % des habitants de la région métropolitaine de Lima ont accès à Internet, contre 13,2 % des habitants des zones rurales⁸.

III. Cadre législatif

5. L'article 65 de la Constitution politique de 1993 du Pérou se réfère expressément à la protection du consommateur : « L'État défend les intérêts des consommateurs et des usagers. À cet effet, il garantit le droit à l'information au sujet des biens et des services auxquels ils ont accès sur le marché. Il veille également, en particulier, à la santé et à la sécurité de la population ». Le Pérou a su mettre en place en vertu de la Constitution un cadre législatif et de politique générale efficace pour la protection du consommateur.

A. Code de protection et de défense du consommateur

6. Le principal instrument juridique en matière de protection du consommateur est la loi n° 29571 en date du 14 août 2010, par laquelle a été adopté le Code de protection et de défense du consommateur (ci-après « le Code »). Le choix du législateur péruvien de codifier la législation relative à la protection du consommateur répond au caractère spécifique de celle-ci et à la nécessité d'intégrer une orientation favorable à la protection du consommateur dans tout le droit applicable. En outre, la codification du droit de la protection du consommateur permet un ordonnancement systématique et cohérent qui apporte la sécurité juridique⁹.

7. La protection du consommateur étant une politique transversale, il est inévitable que d'autres corpus législatifs aient une incidence sur le Code. L'application des principes de spécialité et de complémentarité, reconnus dans le Code, répond à ce problème. Autrement dit, si le Code s'applique à l'ensemble des relations de consommation, des lois spéciales peuvent le compléter ou le préciser, comme celles qui concernent les services publics réglementés, les services de santé et les services financiers.

1. Principes et objectifs

8. Les principes ci-après, qui régissent le Code et éclairent l'interprétation de toutes les règles de protection du consommateur, sont énoncés à l'article V :

- a) *Le principe de la souveraineté du consommateur*, qui réaffirme l'autonomie, la liberté et la responsabilité du consommateur ;
- b) *Le principe de défense du consommateur*, qui garantit une interprétation favorable aux intérêts du consommateur ;
- c) *Le principe de transparence*, qui correspond au devoir des prestataires de communiquer une information exacte et appropriée sur les produits ou les services qu'ils proposent ;
- d) *Le principe de correction de l'asymétrie*, qui exprime l'objectif de la protection du consommateur consistant à remédier aux distorsions ou aux mauvaises pratiques découlant de l'asymétrie de l'information ou du rapport de force inégal entre consommateurs et prestataires ;
- e) *Le principe de bonne foi*, qui doit prévaloir dans les relations de consommation et leur contexte de la part des consommateurs, des prestataires et des associations de consommateurs ;
- f) *Le principe de la protection minimum*, qui permet aux règles sectorielles d'offrir un niveau de protection plus élevé ;

⁷ Institut national de statistique et d'informatique (INEI), « Analfabetismo y alfabetismo », 2020.

⁸ INEI, « Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares. Enero-marzo 2018 », Informe técnico núm. 2, juin 2018, p. 9.

⁹ CNUCED, *Manuel sur la protection du consommateur* (UNCTAD/DITC/CPLP/2017/1).

g) *Le principe associatif*, en vertu duquel il incombe à l'État de favoriser l'action des associations de consommateurs ; et

h) *Le principe de primauté des faits*, en vertu duquel la réalité doit l'emporter sur les considérations formelles pour déterminer la nature des situations de fait.

9. L'article VI du Code fixe l'orientation des politiques publiques que l'État doit entreprendre, en conformité des objectifs des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur. Outre qu'il protège la santé et la sécurité, défend les intérêts du consommateur et garantit leur droit à l'information, et formule des programmes d'éducation et de formation, l'État doit reconnaître la vulnérabilité des consommateurs, en accordant une attention particulière aux plus vulnérables et à ceux qui sont dans une situation défavorisée. D'autres orientations visent à garantir des mécanismes de règlement des litiges et de réparation, assurer la participation des citoyens et des associations de consommateurs, promouvoir des modes de consommation durables, promouvoir une culture de la protection du consommateur, la consommation durable et la qualité de production des biens et des services, et l'accès universel aux produits de santé. On notera que les objectifs de politique générale énoncés dans le Code s'imposent à tous les organismes publics, et que tous sont tenus de les respecter dans leur domaine de compétence.

2. Cadre législatif fondamental

10. Les titres I à IV du Code contiennent l'essentiel du cadre législatif fondamental relatif à la protection du consommateur. Les droits reconnus aux consommateurs correspondent à ce que l'on retrouve dans la plupart des législations modernes. On signalera en particulier une disposition peu courante, le « droit à un traitement juste et équitable dans toutes les transactions commerciales, exempt de toute discrimination fondée sur l'origine, la race, le sexe, la langue, la religion, l'opinion, la situation économique ou tout autre motif ». Cette interdiction de la discrimination illustre l'importance des relations de consommation pour la réalisation d'autres droits fondamentaux, dont le droit à la non-discrimination, protégé à l'article 2 de la Constitution.

11. Le Code consacre le droit du consommateur à la santé et à la sécurité, et le droit à l'information sur les produits et services qui, en dehors de conditions d'utilisation normales ou prévisibles, peuvent constituer un risque pour sa santé ou son intégrité physique, ainsi qu'à une protection efficace contre ces produits et services. Le Code et ses textes d'application prévoient le droit à une protection efficace s'agissant des produits et des services qui, dans des conditions d'utilisation normales ou prévisibles, constituent un risque ou un danger pour la vie, la santé ou l'intégrité physique du consommateur, et le droit de celui-ci à une réparation ou un remplacement du produit, à une nouvelle exécution du service et au remboursement du montant payé, selon le cas. Ils font aussi obligation aux prestataires de prendre des mesures pour atténuer ou éliminer le risque dès qu'ils ont connaissance d'un risque non prévisible, ou d'un défaut, concernant un produit ou un service, et indiquent la procédure valable pour informer les consommateurs, le marché et les autorités.

12. Les contrats sont soumis à une réglementation exhaustive qui couvre les contrats d'adhésion, les clauses abusives (nature, effets et non-applicabilité) et les clauses contractuelles générales, qui nécessitent l'agrément préalable de l'administration s'agissant des services publics ou de services soumis à la réglementation économique. Certaines dispositions du Code réglementent la protection du consommateur concernant certains produits ou services, comme les services publics réglementés, la santé, l'éducation, les produits ou services immobiliers et financiers, et les services de crédit assurés par des sociétés non supervisées par la Commission de contrôle des banques, des compagnies d'assurances et des caisses de retraite privées.

3. Responsabilité et sanctions

13. Le titre V du Code traite des règles subsidiaires appliquées pour établir la responsabilité des prestataires et les sanctions administratives, qui relèvent de l'Autorité nationale de la protection du consommateur, soit l'Institut national de défense de la

concurrence et de protection de la propriété intellectuelle (INDECOPI). La responsabilité des prestataires peut être d'ordre civil, auquel cas elle est régie par le Code civil, et ressortit exclusivement aux autorités judiciaires compétentes pour les actions en dommages-intérêts, et d'ordre administratif, auquel cas elle est régie par le Code de protection et de défense du consommateur, et relève de la compétence administrative première de l'INDECOPI qui s'étend à tout le territoire.

14. En cas d'infraction aux dispositions du Code par un prestataire, une procédure administrative est engagée d'office ou sur plainte du consommateur concerné ou d'une association de consommateurs. Une fois la procédure engagée, l'INDECOPI peut imposer des mesures conservatoires qui peuvent aller jusqu'à la cessation temporaire des activités de la partie en cause. À supposer que l'infraction ait été constatée par l'INDECOPI, celui-ci peut imposer des sanctions d'un montant maximum compris entre 50 et 450 unités d'imposition fiscale, soit environ 62 000 à 560 000 dollars des États-Unis. Exceptionnellement, les administrateurs des sociétés contrevenantes peuvent être déclarés solidairement responsables s'ils ont participé à l'infraction par un acte de malveillance ou une faute inexcusable.

15. Une caractéristique de la procédure administrative ouverte à l'initiative du consommateur est qu'il n'est pas nécessaire d'avoir tenté préalablement de régler directement le litige avec le fournisseur. Autrement dit, un consommateur lésé peut directement porter plainte à l'INDECOPI sans avoir adressé au préalable une communication, une plainte ou une réclamation au prestataire. Ainsi, la procédure administrative ne constitue pas le dernier recours, mais bien souvent le premier recours pour le consommateur en cas de violation présumée de ses droits. C'est ce qui a contribué, avec d'autres facteurs, à l'existence d'un nombre élevé d'actions administratives dans les affaires de consommation.

4. Défense collective des consommateurs

16. Le titre VI du Code traite des actions visant à protéger les consommateurs dont les droits ont été violés de manière collective ou globale. Ces procédures relèvent aussi bien de la compétence administrative de l'INDECOPI que de la compétence judiciaire. Les associations de consommateurs « dûment reconnues » par l'INDECOPI sont habilitées à engager des actions collectives au titre de la compétence administrative de celui-ci. Le Code n'habilite pas les personnes physiques ou morales à demander seules en qualité de consommateur l'ouverture d'une action collective.

17. Comme il est d'usage dans la plupart des pays, seule la voie judiciaire permet aux consommateurs de demander l'indemnisation par des dommages-intérêts. L'INDECOPI et les associations de consommateurs sont habilités à agir collectivement en justice au nom de consommateurs. Toutefois, l'agrément préalable de l'INDECOPI est nécessaire aux associations de consommateurs pour exercer cette faculté, ce qui peut avoir contribué au fait que jusqu'à présent, les associations de consommateurs n'ont pratiquement jamais utilisé la voie judiciaire¹⁰. Cela peut s'expliquer aussi par la méconnaissance de ces procédures judiciaires et le manque de ressources humaines et financières. Ces carences contribuent à la faiblesse institutionnelle des associations de consommateurs¹¹.

5. Système national intégré de protection du consommateur

18. Le titre VII du Code établit le système national intégré de protection du consommateur, ensemble de principes, de règles, de procédures, de modalités et d'instruments destinés à assurer l'harmonisation des politiques publiques et à optimiser les actes de toutes les administrations concernées (voir fig. 1). Le système est placé sous la responsabilité du Conseil national de la protection du consommateur, organe de coordination relevant de la Présidence du Conseil des ministres et présidé par l'INDECOPI en sa qualité d'Autorité nationale de la protection du consommateur. Par ces dispositions, le

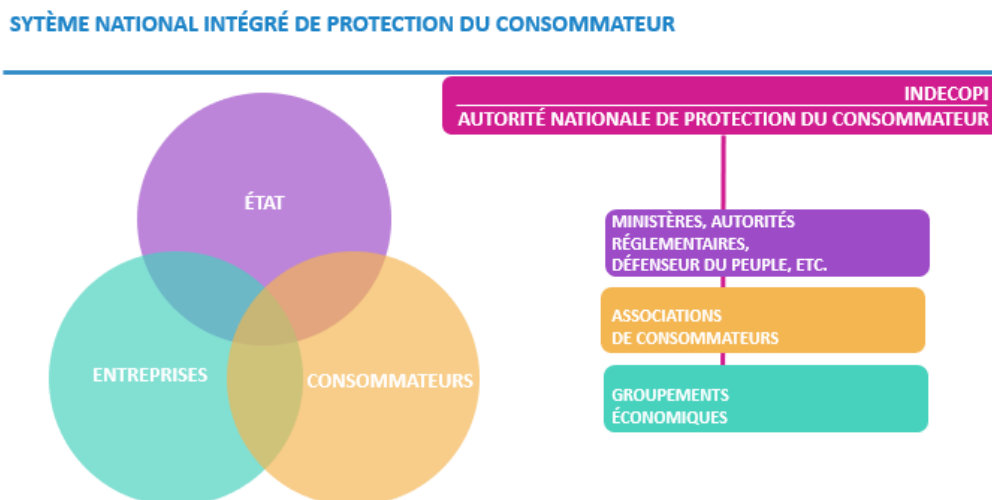
¹⁰ Selon les informations de l'INDECOPI, cela n'est survenu qu'à une reprise.

¹¹ Conclusions dégagées à partir d'entretiens avec des associations de consommateurs réalisés au Pérou en septembre 2019.

législateur péruvien a désigné l'INDECOPI comme principal organisme compétent en matière de protection du consommateur.

Figure 1

Composantes du système intégré de protection du consommateur



19. Le Conseil national de la protection du consommateur a pour rôle de promouvoir et d'harmoniser la politique nationale de protection et de défense du consommateur et le plan national de protection du consommateur, qui forment la pierre angulaire de la politique du Pérou dans le domaine de la consommation, et dont on trouvera une description détaillée ci-après. Par ailleurs, le Conseil formule des recommandations sur les mesures et les règles prioritaires dans certains secteurs de consommation, émet des avis, soutient la production de connaissances sur la protection du consommateur, promeut les systèmes d'alerte pour la sécurité des produits et des services, évalue l'efficacité des mécanismes de prévention et de règlement des litiges, gère la communication entre le secteur public et le secteur privé et favorise la participation citoyenne.

20. Sous le même titre, le Code règle la « justice de la consommation », qui recouvre aussi bien l'arbitrage de consommation que d'autres mécanismes extrajudiciaires de règlement des litiges et le registre des plaintes. L'arbitrage de consommation suit le modèle espagnol, en ce qu'il est gratuit et contraignant ; il est d'application sur le territoire national (par l'intermédiaire des autorités régionales et locales, d'autres personnes morales de droit public et des bureaux régionaux de l'INDECOPI), et a une composition tripartite, comprenant les prestataires, les associations de consommateurs et l'administration. Le registre des plaintes est un mécanisme d'autosupervision que tous les établissements commerciaux doivent tenir à la disposition (sous une forme matérielle ou virtuelle) des consommateurs afin qu'ils puissent déposer une plainte ou une réclamation s'ils le souhaitent. Le prestataire a la possibilité d'apporter une solution immédiatement, ou à défaut, il doit répondre par écrit dans un délai de trente jours civils. Ces renseignements doivent être transmis à l'INDECOPI s'ils sont demandés à des fins d'inspection.

21. Le système national intégré de protection du consommateur régit aussi les activités des associations de consommateurs. Les règles prévues par le Code sont conformes aux Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, qui recommandent que les associations de consommateurs soient indépendantes¹². Elles le sont également aux conditions d'admission des groupes de consommateurs au sein de Consumers International¹³ : les associations de consommateurs doivent être à but non

¹² Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, titre I (Objectifs), par. 1 e).

¹³ Consumers International fédère des groupes de consommateurs du monde entier (voir www.consumersinternational.org/).

lucrative, ne peuvent être financées par des prestataires et ne peuvent avoir d'affiliation politique. Le Code ne prévoit qu'un seul mode de financement pour les associations de consommateurs, à savoir la possibilité de recevoir un pourcentage du montant des amendes imposées par l'INDECOPI et les autorités sectorielles dans le cadre d'une procédure que l'association a soutenue. Ce pourcentage ne peut excéder 50 % de l'amende, et 5 % peuvent être utilisés pour leur fonctionnement. Ces règles de financement strictes sont en partie à l'origine d'un modèle d'activité des associations de consommateurs fondé sur la saisine administrative de l'INDECOPI.

B. Autres textes de loi applicables

22. Le principe de spécialité s'applique pleinement dans le domaine de la protection du consommateur, compte tenu du caractère transversal de la politique menée dans ce domaine. Le Code renvoie à divers textes de loi, qui correspondent pour la plupart aux secteurs réglementés visés au titre IV, mais concernent également des domaines comme l'investissement privé dans les services publics, la santé, les projets immobiliers ou les services financiers. Outre les lois expressément citées dans le Code, le Pérou a adopté des lois spécifiques sur les sujets visés par les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, notamment sur le droit de la concurrence, les services d'assainissement, les produits pharmaceutiques, l'énergie et la protection des données¹⁴.

23. Un des domaines inscrits parmi les priorités de l'examen collégial volontaire est celui de la protection des données des consommateurs, dont le fondement légal au Pérou est la loi n° 29733 du 3 juillet 2011 sur la protection des données personnelles. La loi consacre les principes du consentement des détenteurs de données, de la sécurité des banques de données et de l'existence de recours permettant aux détenteurs de données de faire valoir leurs droits. L'autorité nationale chargée de la protection des données personnelles est le Ministère de la justice et des droits de l'homme, par l'intermédiaire de sa Direction générale pour les questions de transparence, l'accès à l'information publique et la protection des données personnelles. Néanmoins, les dispositions du Code sont pleinement applicables dans le cadre des relations de consommation, et l'INDECOPI est la seule instance compétente pour en vérifier le respect.

IV. Cadre de politique générale

24. Le présent chapitre est centré sur les principaux instruments de politique générale, qui sont la politique nationale de protection et de défense du consommateur et le plan national de protection du consommateur¹⁵. Au moment de définir le champ de l'étude, il a été tenu compte des domaines d'intérêt exprimés par le Pérou, des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur et d'autres instruments internationaux représentatifs des bonnes pratiques au niveau mondial. On trouvera donc ici également une section spécifique sur le commerce électronique.

A. Politique nationale de protection et de défense du consommateur

25. La politique nationale de protection et de défense du consommateur est une politique de l'État qui s'impose à tous les échelons de gouvernement et s'adresse à tous les acteurs concernés, c'est-à-dire le secteur public, le secteur privé et le secteur associatif. Sa version actuelle, qui porte sur la période 2017-2020, repose sur une information empirique (enquêtes et études sociétales effectuées dans les zones urbaines) qui livre des données sur les habitudes et aptitudes, la connaissance des droits, l'expérience de la consommation et des plaintes ou réclamations, la vulnérabilité et la discrimination.

¹⁴ CNUCED, Carte mondiale de la protection du consommateur, disponible à l'adresse <https://unctadwcpm.org/docs/PER.pdf>.

¹⁵ INDECOPI, *Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor...* (voir *supra*, note 6).

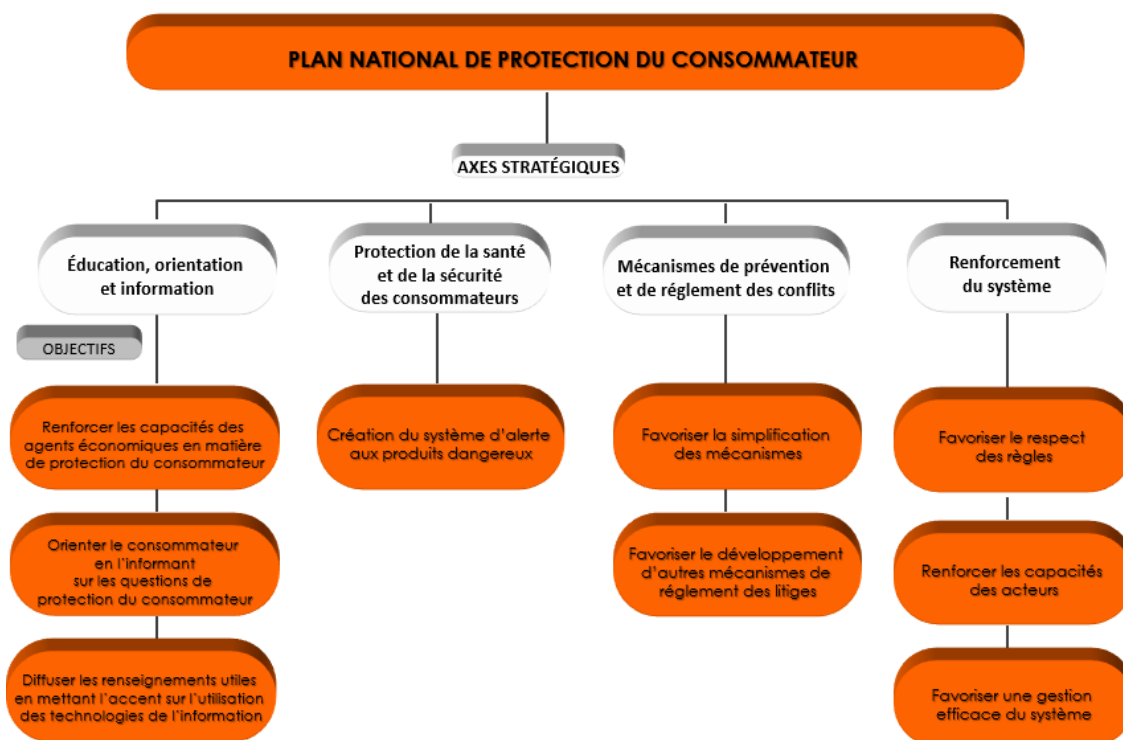
26. La politique nationale de protection et de défense du consommateur repose sur quatre axes stratégiques : a) éducation, orientation et information ; b) protection de la santé et de la sécurité des consommateurs ; c) mécanismes de prévention et de règlement des litiges entre prestataires et consommateurs ; et d) renforcement du système national intégré de protection du consommateur. Ces domaines d'action sont déclinés à leur tour en orientations stratégiques qui sont détaillées dans le plan national de protection du consommateur.

B. Plan national de protection du consommateur

27. Le plan national de protection du consommateur est un instrument concret d'application de la politique nationale de protection et de défense du consommateur, rédigé sous la direction de l'INDECOPI. Le plan a aussi reçu l'approbation du Conseil d'administration de l'INDECOPI. Le plan actuel couvre la période 2017-2020 et comporte des indicateurs afin de mesurer la réalisation des objectifs fixés dans la politique nationale de protection et de défense du consommateur. Ces axes stratégiques sont indiqués dans la figure 2.

Figure 2

Plan national de protection des consommateurs



Source : Direction de l'Autorité nationale de la protection nationale du consommateur – INDECOPI.

C. Commerce électronique

28. Le commerce électronique est un domaine qui n'est traité intégralement ni dans la politique nationale de protection et de défense du consommateur, ni dans le plan national de protection du consommateur, même si le sujet est prioritaire dans la politique péruvienne de la protection du consommateur, comme il l'est dans les Principes directeurs des

Nations Unies pour la protection du consommateur¹⁶. Les Principes directeurs invitent les États à s'employer à renforcer la confiance des consommateurs dans le commerce électronique en continuant d'élaborer des politiques transparentes qui assurent aux consommateurs une protection aussi efficace que dans d'autres formes de commerce. Les États sont aussi invités à réviser, s'il y a lieu, leurs politiques de protection du consommateur afin de tenir compte des caractéristiques particulières du commerce électronique, et il est renvoyé expressément à d'autres instruments internationaux, notamment aux recommandations émises par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), en particulier à la recommandation de 2016 sur la protection du consommateur dans le commerce électronique¹⁷ et à la recommandation de 2006 relative à la coopération transfrontière dans la lutte contre le spam¹⁸.

29. À cet égard, l'INDECOPI a présenté sa stratégie dans le domaine du numérique en 2018. Ce document, qui a valeur d'information, contribue par ailleurs à l'application du décret suprême n° 066-2011-PCM, en date du 27 juillet 2011, par lequel a été adopté le Plan de développement de la société de l'information au Pérou – Stratégie numérique péruvienne 2.0¹⁹, qui fixe les grands objectifs et stratégies devant permettre à la société péruvienne d'accéder aux avantages découlant du développement des technologies de l'information et de la communication sous tous ses aspects.

V. Cadre institutionnel

30. La protection du consommateur est une politique transversale dont la conduite nécessite le concours de multiples institutions, tant publiques que privées. Si le présent rapport concentre l'analyse sur l'INDECOPI, principale autorité publique chargée de la protection du consommateur, il mentionne aussi le rôle d'autres organismes publics compétents dans ce domaine.

A. Institut national de défense de la concurrence et de protection de la propriété intellectuelle

31. Le Code désigne l'INDECOPI comme principale autorité publique de protection du consommateur, dont la compétence s'étend à tout le territoire national, siégeant à Lima et dans les 24 régions du Pérou. Les instances réglementaires sectorielles agissent comme autorité de protection du consommateur dans leur domaine de compétence, même si l'INDECOPI conserve une compétence générale résiduelle dans la plupart des cas.

32. L'INDECOPI est un organisme au mandat particulièrement vaste qui recouvre, outre la protection du consommateur, la libre concurrence, la propriété intellectuelle, les obstacles bureaucratiques, la concurrence déloyale, les procédures de faillite, le dumping et les subventions. L'INDECOPI est régie de manière générale par le décret-loi n° 25868 du 18 novembre 1992, et dans le domaine de la protection du consommateur, par le Code également. L'INDECOPI est habilitée à proposer des règlements par l'intermédiaire de la Présidence du Conseil des ministres (Gouvernement). D'après la Carte mondiale de la protection du consommateur publiée par la CNUCED²⁰, l'INDECOPI dispose d'un budget annuel de 10,5 millions de dollars des États-Unis. Par ailleurs, il consacre un effectif de 529 agents à temps complet à la protection du consommateur. Du point de vue de la planification stratégique, l'INDECOPI a adopté un plan institutionnel stratégique, dont la

¹⁶ Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, titre V (Principes directeurs), sect. I, par. 63 à 65.

¹⁷ OCDE, *Protection du consommateur dans le commerce électronique : Recommandation de l'OCDE*, Paris, 2016 (Commission fédérale du commerce, 2018, pour l'édition en espagnol).

¹⁸ OCDE, *Recommandation relative à la coopération transfrontière dans l'application des législations contre le spam*, 2006.

¹⁹ Pérou, Présidence du Conseil des Ministres, Plan de Desarrollo de la Sociedad de la Información en el Perú : *La Agenda Digital 2.0*, 2016.

²⁰ CNUCED, Carte mondiale de la protection du consommateur (voir *supra*, note 14).

version actuelle porte sur la période 2018-2022, et un plan institutionnel opérationnel pour 2019.

1. Participation au processus législatif

33. L'INDECOPI occupe une place privilégiée dans le processus législatif péruvien en sa qualité de principale autorité compétente à l'échelon national en matière de respect de la réglementation, et d'instance directrice du système national intégré de protection du consommateur. Si l'INDECOPI est autonome et indépendante du pouvoir exécutif, il peut soumettre des propositions de modification législative à la Présidence du Conseil des ministres pour examen. En outre, l'INDECOPI est consulté directement par le Congrès de la République sur des projets de loi. C'est ainsi qu'en 2018, l'INDECOPI a émis des avis sur 59 projets de règlement portant sur des sujets comme la protection des données, l'étiquetage, le système financier, les assurances ou le prix des médicaments, pour ne citer que quelques exemples.

2. Éducation, orientation et information

34. En 2018 et en 2019, l'INDECOPI, sous l'impulsion de sa Direction de l'Autorité nationale de la protection du consommateur, a mené à bien diverses initiatives pour éduquer, orienter et informer au sujet des droits des consommateurs. En particulier, il a lancé l'initiative de la Carte du consommateur²¹, document interactif qui représente sous forme graphique les voies de recours et les instances compétentes dans les divers secteurs du marché péruvien, et qui existe en espagnol, quechua et aymara, en langue des signes et en braille ; les guides numériques « Checa tu Taxi »²², « Checa tu Aerolínea »²³ et « Checa tu Uni »²⁴ (pour « université »), qui facilitent la comparaison des services dans les secteurs considérés ; et le portail public « Mira a quién le compras »²⁵, qui renseigne sur les sanctions appliquées par l'INDECOPI aux entreprises et aux fournisseurs. L'INDECOPI a organisé un marathon technologique sur la protection des consommateurs sur le thème « Innovateurs numériques, aidons les consommateurs »²⁶, au cours duquel des innovateurs technologiques, des développeurs Web et des étudiants en technologie ou en informatique ont concouru pour proposer des solutions inventives afin de promouvoir la protection du consommateur.

35. En 2018, l'INDECOPI a formé 3 183 consommateurs à la protection du consommateur ainsi que 820 prestataires. Elle a aussi produit un guide interactif de la consommation à l'intention des microentreprises et des petites entreprises²⁷, afin d'améliorer la compréhension de leurs obligations en matière de protection du consommateur.

36. La campagne « Nous sommes tous des consommateurs » de l'INDECOPI vise à protéger et à défendre les droits des personnes handicapées grâce à l'information sur leurs droits. Les programmes de Radio INDECOPI²⁸, dont « La fuerza del consumidor », cherchent à sensibiliser les auditeurs à leurs droits.

3. Protection de la santé et de la sécurité du consommateur

37. Étant donné le caractère transversal de la question de la santé et de la sécurité du consommateur, il existe au Pérou des autorités sectorielles autres que l'INDECOPI qui émettent également des alertes relatives aux produits et aux services de consommation,

²¹ Voir www.indecopi.gob.pe/documents/51084/123333/Mapa_Consumo_Digital.pdf.

²² Voir <https://indecopi.gob.pe/-/el-indecopi-pone-a-disposicion-de-la-ciudadania-la-guia-interactiva-checa-tu-taxi-sobre-las-condiciones-en-las-que-se-brinda-la-intermediacion-del-ser>.

²³ Voir www.indecopi.gob.pe/-/checa-tu-aerolinea.

²⁴ Voir www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3043340/Checa+tu+uni-2019-Indecopi-SUNEDU.pdf/142e304d-ac15-538f-f988-023f233d80ac.

²⁵ Voir <https://servicio.indecopi.gob.pe/appCPCBuscador/>.

²⁶ Voir www.consumidor.gob.pe/hackathonconsumo.

²⁷ Voir <https://enlinea.indecopi.gob.pe/guiaconsumomype/>.

²⁸ Voir www.indecopi.gob.pe/radio-indecopi.

parmi lesquelles la Direction générale de l'hygiène du milieu et de la sécurité alimentaire²⁹ (aliments), la Direction générale des médicaments, des précurseurs et des drogues³⁰ (médicaments), l'Autorité réglementaire nationale pour la pêche³¹ (réglementation sanitaire de la pêche) et le Ministère de la production³² (pêche, aquaculture, microentreprises et petites entreprises et industrie).

38. L'expérience acquise par le Pérou dans le domaine de la santé et de la sécurité du consommateur et son action au niveau régional ont favorisé la coopération avec d'autres pays d'Amérique latine en vue de créer le Réseau Sécurité et santé du consommateur de l'Organisation des États américains (OEA)³³, dont le Pérou est membre fondateur. À cet égard, l'INDECOPI gère un système d'alerte aux produits et services dangereux³⁴ auquel il est prévu d'adjoindre un système de surveillance des accidents provoqués par des produits de consommation, fondé sur les données communiquées par les cliniques et les hôpitaux. Comme le montre le tableau ci-après, le nombre de campagnes de rappel de produits est en hausse, mais il est encore possible d'améliorer la transparence du marché, par comparaison avec un pays comme l'Australie, où 697 produits ont été rappelés en 2019³⁵.

Alertes publiées et nombre d'unités concernées, 2012-2019

<i>Année</i>	<i>Alertes publiées</i>	<i>Nombre d'unités concernées</i>
2012	5	705
2013	19	24 650
2014	38	183 878
2015	33	49 280
2016	35	66 277
2017	81	1 902 293
2018	92	145 852
2019	66	52 695
Total	369	2 425 630

Source : Direction de l'Autorité nationale de la protection du consommateur – INDECOPI.

4. Protection des intérêts économiques du consommateur, règlement des litiges et recours

39. Le Pérou a mis en place un système efficace de protection des intérêts économiques du consommateur, conformément aux Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur. Des procédures de sanction administrative et la conduite d'enquêtes permettent à l'INDECOPI de remplir ce rôle tout en empêchant le recours à des pratiques qui seraient contraires aux intérêts du consommateur et aux dispositions du Code. En outre, l'INDECOPI, conjointement avec d'autres institutions publiques, promeut les mécanismes de règlement des litiges, en particulier des moyens de règlement parallèles ou extrajudiciaires, et encourage les mécanismes volontaires d'autocomposition s'agissant des entreprises. L'octroi de réparations aux consommateurs est réservé aux autorités judiciaires et aux commissions d'arbitrage. La base juridique de l'exercice de ces compétences est prévue dans le Code, comme on l'a vu plus haut. La section pertinente traite des enquêtes, des procédures administratives de plainte et de réclamation, du règlement des litiges et des actions collectives.

²⁹ Voir www.digesa.minsa.gob.pe.

³⁰ Voir www.digemid.minsa.gob.pe.

³¹ Voir www.sanipes.gob.pe/web/index.php/es/.

³² Voir www.gob.pe/produce.

³³ Voir www.oas.org/es/sla/rcss/sobre_rcss.asp.

³⁴ Voir www.alertasdeconsumo.gob.pe/.

³⁵ Voir www.productsafety.gov.au/recalls/browse-all-recalls.

5. Coopération internationale

40. Le Pérou joue un rôle moteur dans le domaine de la protection du consommateur sur les plans régional et international, ce qui a permis des progrès importants en matière de coopération internationale. L'INDECOPI a conclu des accords de coopération bilatérale avec 10 pays³⁶. La coopération bilatérale repose principalement sur l'échange de renseignements et l'assistance mutuelle. Dans le cas du Chili, il existe une coopération supplémentaire portant sur le règlement extrajudiciaire des litiges et la gestion des plaintes transfrontalières.

41. L'INDECOPI s'associe également à des initiatives régionales de protection du consommateur comme le Réseau Sécurité et santé du consommateur de l'OEA, le Bureau andin de défense des droits du consommateur, l'Alliance du Pacifique, le Forum ibéro-américain des organismes publics de protection du consommateur et le programme COMPAL de la CNUCED³⁷.

42. En ce qui concerne la coopération multilatérale informelle, l'INDECOPI participe au Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs (ICPEN), au Comité de l'OCDE sur la politique des consommateurs et au Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la protection du consommateur de la CNUCED. En particulier, le Pérou a concouru aux travaux du Groupe intergouvernemental d'experts en 2018 à titre volontaire en élaborant un catalogue virtuel des meilleures pratiques relatives à la protection du consommateur et à la concurrence³⁸.

B. Autres autorités publiques compétentes

43. Le cadre institutionnel de la protection du consommateur au Pérou est bien établi et diverses institutions publiques jouent un rôle en la matière. Le Code fixe les principes et la répartition des compétences, et se voit complété par des règlements spécialisés et sectoriels. La coordination entre les autorités concernées est assurée par le Conseil national de la protection du consommateur (voir fig. 3). Le rapport annuel sur l'état de la protection du consommateur au Pérou, élaboré par l'INDECOPI, rend compte des principales activités menées par le reste des institutions publiques dans le domaine de la protection du consommateur³⁹.

³⁶ Argentine, État plurinational de Bolivie, Canada, Chili, Costa Rica, El Salvador, États-Unis, Mexique, Panama et Paraguay.

³⁷ Voir <http://unctadcompal.org/>.

³⁸ TD/B/C.I/CPLP/15.

³⁹ INDECOPI, *Estado de la protección de los consumidores en el Perú*, 2018.

Figure 3
Membres du Conseil national de la protection du consommateur



Source : INDECOPI.

44. Une des priorités du Conseil national de la protection du consommateur est de renforcer la participation et les capacités des autorités locales et régionales dans le domaine de la protection du consommateur. En vertu de la loi organique n° 27867 sur les autorités régionales, en date du 18 novembre 2002, et de la loi organique n° 27972 sur les municipalités, en date du 27 mai 2003, les autorités régionales et locales sont investies de larges responsabilités dans le domaine de la protection du consommateur, car il leur incombe d'assurer le plein exercice des droits et l'égalité des chances de leurs habitants, le développement social, le renforcement des capacités et l'équité. Cependant, seuls 33,3 % des autorités régionales et 45,9 % des autorités locales ont réalisé des activités de formation et d'orientation à l'intention des consommateurs et des prestataires. Il est important que les autorités régionales aussi bien que les autorités locales disposent d'un personnel formé qui puisse servir de référent en matière de protection du consommateur dans son domaine de compétence.

VI. Participation du secteur associatif et du secteur privé

45. La protection du consommateur exige la participation de tous les acteurs concernés afin de parvenir à une protection suffisante des habitants dans le domaine de la consommation ou de permettre le maintien de cette protection, conformément aux Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur. Le concours des acteurs du marché, c'est-à-dire des entreprises et des consommateurs organisés en groupes ou en associations, est également indispensable.

A. Associations de consommateurs

46. Les associations de consommateurs péruviennes ont pour rôle de protéger, de défendre, d'informer et de représenter les consommateurs de manière indépendante, comme le préconisent les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur⁴⁰. Comme on l'a vu précédemment, le Code prévoit un système de financement des associations par le versement à leurs conseils d'un certain pourcentage du montant des amendes et des condamnations aux dépens.

47. Les associations de consommateurs péruviennes ne comptent pas suffisamment d'adhérents pour que les cotisations leur assurent un financement viable. Afin de remédier à cette situation, les associations de consommateurs devraient, avec l'appui des pouvoirs publics, diversifier leurs sources de financement, en faisant évoluer leur modèle d'activité et au moyen de fonds de soutien.

48. Par ailleurs, les associations de consommateurs péruviennes, comme dans d'autres pays, reposent en grande partie sur l'engagement de personnes qui aspirent à améliorer le bien-être de leurs concitoyens. C'est une force des associations de consommateurs que l'on doit encourager⁴¹. Elle est tributaire cependant de la disponibilité des personnes et est incompatible avec un suivi de la situation à moyen et à long terme. Il est donc également nécessaire de promouvoir la professionnalisation des membres des associations de consommateurs, par des formations sur la teneur du Code, les procédures administratives, la gestion et l'administration, la communication, la collecte de fonds et les méthodes pédagogiques.

B. Prestataires

49. Les politiques modernes de protection du consommateur considèrent les entreprises comme un acteur central de leur réalisation. C'est ainsi que l'on évolue d'un système où les entreprises ne sont plus seulement considérées comme de simples sujets de droit, qui ont des obligations principalement à l'égard des consommateurs, vers une prise en considération de la responsabilité sociale, ce qui fait que les entreprises ont intérêt à soutenir la politique de la protection du consommateur. Si le secteur entrepreneurial formel du Pérou est très dynamique dans tous ces domaines, il reste que le taux national d'appartenance au secteur informel dépasse 70 % et que les entreprises de ce secteur représentent 18 % du produit intérieur brut⁴², ce qu'il importe de prendre en compte dans l'analyse de la participation des entreprises à la protection du consommateur.

50. Les entreprises doivent naturellement respecter la loi, et le Code prévoit à cet effet des dispositions principales et subsidiaires visant les entreprises. En 2018, la sanction la plus lourde imposée par l'INDECOPI à une entreprise pour non-respect du droit du consommateur à la protection s'est élevée à 550 000 dollars des États-Unis, d'après le registre des infractions et des sanctions de l'INDECOPI, « Mira a quién le compras »⁴³. D'après la même base de données, le montant cumulé des sanctions a atteint 11 785 796,26 dollars en 2019⁴⁴. Ce registre public, disponible en ligne, comporte les sanctions appliquées par l'institution aux entreprises et aux prestataires depuis 2011, et constitue à la fois un outil de prévention générale et un moyen d'information et d'autonomisation des consommateurs, et il serait utile que les médias en fassent connaître largement l'existence.

51. Un des problèmes rencontrés par la protection des consommateurs au Pérou est l'application de la loi dans le contexte de l'économie numérique, en particulier de l'économie collaborative. Les plateformes qui n'ont pas de siège social au Pérou peuvent

⁴⁰ Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, titre I (Objectifs), par. 1 e).

⁴¹ CNUCED, *Manuel sur la protection du consommateur* (voir *supra*, note 9), p. 37.

⁴² INEI, *Producción y empleo informal en el Perú : Cuenta satélite de la Economía informal 2007-2018*, Lima, 2019.

⁴³ INDECOPI, « Mira a quién le compras » (voir *supra*, note 25).

⁴⁴ Ibid.

exercer leur activité dans le pays au titre d'accords internationaux de libre-échange. Cela a conduit parfois à ce que ces entreprises ne répondent pas aux plaintes des consommateurs, et même négligent de comparaître lorsqu'elles étaient visées par une procédure de sanction administrative. Cette situation n'est pas conforme à la loi et il doit y être remédié dans les meilleurs délais. Aussi bien le Code que le reste de la loi sont pleinement applicables à tout prestataire offrant ses services dans le pays, et il appartient aux pouvoirs publics de garantir l'application universelle et uniforme de la loi. Il est donc envisagé d'étudier des modifications législatives afin d'orienter l'interprétation des traités internationaux de façon à imposer à tout prestataire exerçant son activité au Pérou de se conformer aux règles de protection du consommateur. Parallèlement, il serait possible à l'INDECOPI d'engager un dialogue avec les entreprises concernées afin d'assurer leur participation aux mécanismes volontaires de règlement des litiges. Enfin, l'INDECOPI pourrait renforcer ses liens de coopération internationale dans l'application de la loi avec des organismes homologues d'autres pays, particulièrement ceux dans lesquels les entreprises en question ont leur siège social.

52. En ce qui concerne les bonnes pratiques au niveau des entreprises, on notera que les neuf groupements professionnels⁴⁵ consultés pour les besoins du présent rapport ont coutume de sensibiliser leurs adhérents à la protection du consommateur au moyen de formations et de conseils. L'INDECOPI promeut activement les bonnes pratiques au niveau des entreprises dans le cadre du concours « Primero, los clientes »⁴⁶. Pour renforcer la culture de la protection du consommateur, l'INDECOPI a publié un guide des bonnes pratiques au niveau des petits commerces et un guide de la consommation destiné aux microentreprises et aux petites entreprises⁴⁷, susceptibles de servir d'outil de sensibilisation y compris dans le secteur informel.

53. Les entreprises qui ont fait de la protection du consommateur un aspect essentiel de leur culture d'entreprise s'emploient sans relâche à diminuer l'incidence des litiges avec les consommateurs et à les éviter ou les régler s'il s'en produit. Outre les systèmes de service à la clientèle, les entreprises ont instauré des systèmes de traitement des plaintes comme « Aló Banco », « Aló Seguros » et « Aló Auto » (selon les différents secteurs), qui consistent en des modules de service téléphonique à la clientèle gérés depuis les antennes principales de l'INDECOPI. De même, il existe des mécanismes privés de défense du consommateur⁴⁸, constitués et financés par les entreprises des différents secteurs, devant lequel les consommateurs insatisfaits de la suite donnée à leur plainte par l'entreprise peuvent former gratuitement un recours, qui doit être examiné dans un délai de trente à soixante jours. Les décisions de ces mécanismes sont contraignantes pour les entreprises, mais non pour les consommateurs. En 2018, les mécanismes privés de règlement des litiges ont traité environ 8 200 plaintes⁴⁹.

54. Le Pérou possède une certaine expérience de l'autorégulation par les prestataires dans le domaine de la protection du consommateur, notamment dans les secteurs bancaire et publicitaire⁵⁰. Une initiative récente du Pérou pour promouvoir la culture de la protection du consommateur a consisté à mettre en place des programmes volontaires, consistant pour les entreprises à accepter une série d'engagements de faire tout leur possible pour ne pas commettre d'infractions à la législation sur la protection du consommateur en contrepartie de peines moins lourdes en cas de non-respect de cette législation⁵¹.

⁴⁵ Association automobile du Pérou, Association des banques du Pérou, Association des compagnies de transport aérien international, Association nationale des annonceurs du Pérou, Association péruvienne des compagnies d'assurance, Société du commerce extérieur du Pérou, Chambre nationale du tourisme, Chambre péruvienne de la construction et Conseil national d'autorégulation du secteur publicitaire.

⁴⁶ Voir www.indecopi.gob.pe/web/proteccion-al-consumidor/primero-los-clientes.

⁴⁷ Voir *supra*, note 27.

⁴⁸ Décision de la Présidence du Conseil d'administration de l'INDECOPI n° 216-2016-INDECOPI/COD.

⁴⁹ INDECOPI, *Estado de la protección de los consumidores en el Perú* (voir *supra*, note 39), p. 301.

⁵⁰ Voir, à titre d'exemple, le [Code de déontologie publicitaire élaboré par le Conseil national d'autorégulation du secteur publicitaire](#).

⁵¹ Décret suprême n° 185-2019-PCM approuvant le règlement visant à promouvoir et organiser l'application volontaire des programmes visant à assurer le respect de la réglementation en matière de protection du consommateur et de publicité commerciale.

VII. Conclusions et recommandations

55. D'après l'étude réalisée pour les besoins du présent rapport, on peut conclure que le Pérou s'est doté d'un système efficace de protection du consommateur, qui a obtenu de nombreux résultats salués dans le pays et à l'étranger. Le cadre législatif et de politique générale est systématique et équilibré et intègre pratiquement tous les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur et un certain nombre des meilleures pratiques internationales. Le cadre institutionnel de la protection du consommateur est tout aussi satisfaisant. Principal organisme de protection du consommateur, l'INDECOPI remplit son rôle de chef de file du système de coordination interinstitutions et conjugue celui-ci avec une application efficace de la loi. En outre, l'INDECOPI a su se créer une image publique dont le rayonnement est certain, tant auprès des institutions publiques, associatives et privées que parmi les consommateurs en général. Les autres institutions publiques associées à la protection du consommateur participent activement au succès de cette politique. Les secteurs privé et associatif sont dynamiques et parviennent à contribuer à une meilleure culture de la protection du consommateur dans le pays.

56. Le résultat de la présente analyse est clairement positif. Néanmoins, il est possible de relever des domaines où des progrès pourraient être faits pour améliorer encore la protection du consommateur au Pérou, et qui font l'objet de recommandations. Bon nombre d'entre elles s'adressent à l'INDECOPI, principal organisme chargé de la protection du consommateur, même si d'autres dépassent le domaine de compétence de l'INDECOPI et s'adressent à d'autres institutions relevant de l'exécutif, du législatif et du judiciaire, ainsi que du secteur associatif et du secteur privé. Ces recommandations générales sont développées par d'autres recommandations plus spécifiques qui sont énoncées dans le rapport complet (UNCTAD/DITC/CPLP/2020/1).

A. Cadre législatif

57. La Présidence du Conseil des ministres, qui détient l'initiative législative, pourrait faciliter l'accès des consommateurs à des voies de recours qui n'impose pas de coûts ou de retards ni de charges excessifs ou indus par rapport à la valeur économique des biens et services considérés, et qui de même, n'imposent pas de charges excessives ou indues à la société et aux entreprises, en harmonisant et en améliorant les processus administratifs et en favorisant les actions collectives en justice. Un moyen d'y parvenir serait d'instaurer une procédure unique pour les plaintes de consommateurs auprès de tous les organismes publics compétents, notamment en créant un portail unique pour le dépôt des plaintes et en mettant en place des organes de règlement unipersonnels ou de nouvelles formes de règlement abrégé des procédures. Le contact préalable entre le consommateur et l'entreprise pourrait aussi être demandé avant le dépôt d'une plainte administrative, et la décision d'engager ou non une procédure administrative à la demande d'une partie pourrait être laissée à la discrétion de l'INDECOPI. Enfin, les associations de consommateurs et les groupements ponctuels de consommateurs pourraient être autorisés à engager directement des actions collectives en justice, sans l'autorisation préalable de l'INDECOPI.

58. La Présidence du Conseil des ministres pourrait examiner la législation en vigueur pour tenir compte des caractéristiques particulières du commerce électronique et faire en sorte que les consommateurs et les entreprises soient informés et soient conscients de leurs droits et obligations sur le marché numérique, en s'inspirant des meilleures pratiques internationales, dont les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur et les recommandations de l'OCDE. Elle pourrait également veiller à ce que les entreprises présentes sur le marché péruvien, en particulier celles qui n'ont pas de représentation opérationnelle dans le pays, se conforment aux obligations en matière de protection du consommateur. Enfin, il conviendrait d'autoriser la notification électronique aux prestataires, aux fins de la protection du consommateur.

B. Cadre de politique générale

59. La Présidence du Conseil des ministres, l'INDECOPI et les autres acteurs du système national intégré de protection du consommateur devraient renforcer la portée de la politique nationale de protection et de défense du consommateur et du plan national de protection du consommateur au profit des consommateurs vulnérables ou défavorisés, particulièrement au sein de la population pauvre et rurale, en faisant de cette orientation un des axes principaux de leur politique. De même, ils devraient élargir le champ d'étude de la publication *El perfil del consumidor* aux zones rurales.

60. Les mêmes institutions devraient donner une place centrale au commerce électronique dans la politique et le plan susmentionnés, en faisant de cette orientation un des axes principaux de leur politique. Ils devraient également élargir le champ d'étude de la publication *El perfil del consumidor* aux consommateurs numériques. Ils pourraient également inscrire la protection du consommateur dans des politiques nationales de rang plus élevé, comme le Plan de gestion numérique du Bicentenaire.

61. L'INDECOPI et les autres acteurs du système national intégré de protection du consommateur pourraient favoriser le règlement à l'amiable des litiges et son adoption dans le secteur privé, en mettant pleinement en œuvre des moyens actuels de règlement des litiges comme la conciliation, la médiation et l'arbitrage de consommation. Parallèlement, l'autocomposition devrait être favorisée s'agissant des prestataires.

62. La Présidence du Conseil des ministres pourrait renforcer la collaboration des membres du système national intégré de protection du consommateur, particulièrement en ce qui concerne la participation des autorités régionales et locales à la protection du consommateur. Un moyen d'y parvenir serait d'instaurer un point de contact pour la protection du consommateur auprès des autorités régionales et des municipalités. L'INDECOPI et le Ministère de l'éducation devraient renforcer leurs activités d'éducation, d'orientation et d'information dans les programmes scolaires, en formant les enseignants. L'INDECOPI devrait diffuser les initiatives d'information du consommateur menées par les acteurs du système national intégré de protection du consommateur, notamment l'initiative « Identicole » du Ministère de l'éducation, ou l'initiative « Caliapp » de l'Institut national de la qualité.

C. Cadre institutionnel

63. L'INDECOPI et les autres membres du système national intégré de protection du consommateur pourraient renforcer l'action des institutions chargées de la protection du consommateur en vue de protéger les consommateurs vulnérables et défavorisés, particulièrement au sein de la population pauvre et rurale. Ils pourraient ainsi renforcer les capacités des bureaux régionaux de l'INDECOPI ; renforcer les campagnes d'éducation destinées à la population pauvre et rurale ; promouvoir les initiatives multilingues ; et favoriser la collaboration avec les acteurs disposant d'un ancrage important dans les localités où la concentration de consommateurs vulnérables et défavorisés, particulièrement au sein de la population pauvre et rurale, est la plus forte, comme le Ministère de l'éducation, la Commission nationale de la lutte contre la discrimination et les municipalités.

64. En vue de renforcer la protection du consommateur dans le domaine du commerce électronique, l'INDECOPI devrait élaborer un plan d'action pour traiter certains aspects de l'économie numérique comme la publicité, les systèmes de paiement et le règlement en ligne des litiges. De même, il devrait continuer de participer au processus réglementaire, en concevant des mécanismes d'éducation et de sensibilisation à l'intention des consommateurs et des prestataires, en soutenant les audits dans le domaine du commerce électronique et en diffusant des renseignements sur le règlement en ligne des litiges.

65. L'INDECOPI, la Direction générale de l'hygiène du milieu et de la sécurité alimentaire et la Direction générale des médicaments, des précurseurs et des drogues devraient renforcer le système de sécurité des produits de consommation. Ils devraient à cette fin mettre en place un système d'alerte, créer des voies de communication officielles

entre les instances chargées du rappel des produits, et mettre l'accent sur l'éducation et la sensibilisation des consommateurs et des entreprises. Ils pourraient aussi renforcer le recours aux essais de laboratoire et coordonner la communication des alertes au public.

66. En vue de renforcer la coopération interinstitutions s'agissant de la protection du consommateur dans le domaine des services financiers, l'INDECOPI et la Commission de contrôle des banques, des compagnies d'assurances et des caisses de retraite privées devraient se prêter mutuellement assistance dans l'accomplissement de leur mandat conformément aux principes de subsidiarité et de loyauté institutionnelle.

67. En vue de renforcer la coopération interinstitutions s'agissant de la protection de la vie privée et de la confidentialité des données des consommateurs, l'INDECOPI et le Ministère de la justice devraient formuler des moyens de répartition des compétences pour le traitement des plaintes.

68. L'INDECOPI devrait améliorer ses processus internes afin d'optimiser l'efficacité de son action, notamment en permettant les actions collectives en justice, en formant son personnel et les associations de consommateurs sur ce sujet, et en donnant la priorité à des mesures de lutte contre la discrimination à l'égard des consommateurs.

69. L'INDECOPI devrait approfondir ses liens de coopération internationale et transfrontalière dans le domaine de la protection du consommateur, s'agissant en particulier de la coopération en matière d'application de la loi et du règlement des litiges internationaux. L'INDECOPI devrait aussi continuer d'exercer un rôle moteur sur les plans régional et international dans des instances comme le Forum ibéro-américain des organismes publics de protection du consommateur, l'ICPEN, l'OCDE, l'OEA et la CNUCED.

D. Participation du secteur associatif et du secteur privé

70. En vue de renforcer les associations de consommateurs, l'INDECOPI pourrait étudier de nouvelles sources de financement, telles que les fonds de soutien. L'INDECOPI devrait aider les associations de consommateurs à mener des campagnes d'éducation et former leur personnel dans des domaines comme la communication, la gestion et la collecte de fonds. Enfin, l'INDECOPI pourrait mettre en place un Congrès national des consommateurs, instance qui réunirait l'ensemble du tissu associatif, des prestataires et des acteurs du secteur public.

71. Pour favoriser la participation du secteur privé, l'INDECOPI, les prestataires et les autres entités du système national intégré de protection du consommateur devraient continuer de développer les mécanismes privés de défense du consommateur et l'autocomposition, soutenir les initiatives d'autorégulation et de corégulation et assurer le développement et le suivi du système des programmes à participation facultative. En particulier, des activités spécifiques devraient être envisagées pour favoriser la culture de la protection du consommateur dans le secteur privé informel.