



# Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Distr. générale  
8 juillet 2020  
Français  
Original : anglais

---

## 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 6 de l'ordre du jour provisoire

**Mise en œuvre des Principes directeurs des Nations Unies  
pour la protection du consommateur et de l'Ensemble  
de principes et de règles équitables convenus au niveau  
multilatéral pour le contrôle des pratiques  
commerciales restrictives**

## Mise en œuvre des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur

### Note du secrétariat de la CNUCED

#### *Résumé*

Dans la présente note le point est fait sur la mise en œuvre des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur par les États membres et les organisations concernées depuis la dernière révision des Principes, en 2015. On y replace ces principes dans leur contexte actuel et on y expose les questions nouvelles en matière de protection du consommateur. On y examine en particulier la mise en œuvre nationale, régionale et internationale des principes directeurs dans quelques domaines, en insistant sur les points ajoutés lors de la révision de 2015, à savoir les principes de bonnes pratiques commerciales, les programmes d'éducation et d'information, le commerce électronique, les services financiers et les mesures liées à des domaines particuliers (eau et énergie). On y rend compte de l'exécution du programme de travail du Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la protection du consommateur pour 2016-2020 et on y propose en conclusion des domaines de travail futurs et des questions à débattre.



## I. Introduction

1. Dans la résolution sur la protection du consommateur qu'elle a adoptée le 22 décembre 2015, l'Assemblée générale a réaffirmé que les principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur constituaient « un ensemble de principes très utile qui énoncent les principales caractéristiques requises pour assurer l'efficacité de la législation relative à la protection du consommateur, des institutions chargées d'en assurer l'application et des mécanismes de recours, qui aident les États Membres qui le souhaitent à élaborer et à faire appliquer aux niveaux national et régional des lois, règles et règlements adaptés à leur situation économique, sociale et environnementale, et qui facilitent la coopération internationale entre les États Membres aux fins de l'application des règles et encouragent le partage de données d'expérience en matière de protection du consommateur »<sup>1</sup>. Depuis l'adoption de leur texte initial, en 1985, les principes directeurs sont demeurés le seul cadre de portée mondiale convenu au niveau international en matière de protection du consommateur. Ils ont été largement mis en œuvre par les États membres de la CNUCED<sup>2</sup>.

2. Dans sa résolution précitée, l'Assemblée générale a adopté le texte révisé des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur et prié le secrétariat de la CNUCED de contribuer à l'échange d'informations sur les progrès accomplis et les données d'expérience s'agissant de l'application de la résolution, d'examiner ces informations et de lui faire rapport sur la question à l'occasion de la 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, qui se tiendra en juillet 2020. À cet égard, à sa quatrième session le Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la protection du consommateur a demandé au secrétariat de la CNUCED de faire rapport sur la mise en œuvre des principes directeurs, en particulier sur le cadre juridique et institutionnel de la protection du consommateur et le programme de travail du Groupe intergouvernemental d'experts pour 2016-2020<sup>3</sup>.

3. Dans la présente note, le secrétariat de la CNUCED dresse le bilan de la mise en œuvre des principes directeurs depuis leur dernière révision, en 2015, ainsi que des travaux entrepris par le Groupe intergouvernemental d'experts depuis sa création par la résolution 70/186, en se fondant sur la note soumise par le secrétariat en 2013<sup>4</sup>, sur les informations de la carte mondiale de la protection du consommateur établie par la CNUCED<sup>5</sup>, sur les recherches dans ce domaine entreprises par d'autres organisations internationales et par des universitaires, ainsi que sur les réponses à un questionnaire diffusé par la CNUCED<sup>6</sup>. Le chapitre II retrace l'évolution des principes directeurs depuis l'adoption de leur texte initial, en 1985, en tant qu'outil de référence à l'intention des gouvernements et des autres parties prenantes pour le traitement des questions de protection du consommateur, en passant par la première révision, en 1999, qui a introduit la question de la consommation durable, et jusqu'à la dernière révision, en 2015. Le chapitre III dresse le bilan de la mise en œuvre des principes directeurs. Le chapitre IV porte sur quelques questions nouvelles couvertes par les principes directeurs, à savoir les principes de bonnes pratiques commerciales, les programmes d'éducation et d'information, le commerce électronique, les services financiers et les mesures liées à des domaines particuliers (eau et énergie). Le chapitre V expose en détail l'exécution de son programme de travail par le Groupe intergouvernemental d'experts depuis sa première session, en 2016. Le chapitre VI

<sup>1</sup> A/RES/70/186.

<sup>2</sup> TD/B/C.I/CLP/23.

<sup>3</sup> TD/B/C.I/CPLP/20.

<sup>4</sup> TD/B/C.I/CLP/23.

<sup>5</sup> Voir <https://unctadwcpm.org/map.html> et <https://unctadwcpm.org/answers.html>.

*Note* : Tous les sites Web mentionnés dans les notes de bas de page ont été consultés en avril 2020.

<sup>6</sup> Les pays suivants, entre autres, ont répondu : Allemagne, Argentine, Brésil, Bulgarie, Chili, Colombie, Costa Rica, Équateur, El Salvador, Espagne, Guatemala, Honduras, Japon, Lettonie, Mexique, Nicaragua, Oman, Pérou, République de Corée, Suisse, Uruguay et Macao (Chine).

contient, en conclusion, une proposition sur les nouveaux domaines de travail dans lesquels le Groupe intergouvernemental d'experts pourrait s'engager jusqu'à la neuvième session de la Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble, qui se tiendra en 2025, et suggère quelques questions à débattre.

## II. Évolution des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur

4. L'Assemblée générale a adopté la première version des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur le 16 avril 1985, sous la forme d'un ensemble de recommandations non contraignantes adressées aux États Membres portant sur les aspects les plus importants des politiques de protection du consommateur qui, à l'époque, couvraient déjà la sécurité physique, la promotion et la protection des intérêts économiques des consommateurs, les normes régissant la sûreté et la qualité des biens de consommation et des services, les mesures permettant aux consommateurs d'obtenir réparation, les programmes d'éducation et d'information des consommateurs et les mesures s'appliquant aux produits alimentaires, à l'eau et aux produits pharmaceutiques<sup>7</sup>. Les principes directeurs révisés, adoptés le 26 juillet 1999, comportaient une nouvelle section, relative à la consommation durable<sup>8</sup>. En 2013, la CNUCED a constaté que les principes directeurs avaient été largement mis en œuvre par les États membres depuis leur adoption en 1985 et que tous les domaines restaient valables et utiles<sup>9</sup>. La CNUCED a en outre mis en évidence quelques questions nouvelles concernant, entre autres, l'usage du commerce électronique et les services financiers.

5. À la suite de consultations menées lors de trois réunions de groupes d'experts ad hoc (en 2012, 2013 et 2015), la septième Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble puis, le 22 décembre 2015, l'Assemblée générale ont adopté les principes directeurs révisés pour la protection du consommateur. Outre les dispositions relatives au commerce électronique et aux services financiers, cette révision a intégré des recommandations concernant de nouvelles questions pertinentes pour la politique de protection du consommateur, à savoir : l'accès aux biens et services essentiels ; la protection des consommateurs vulnérables et défavorisés ; la protection des données ; les principes de bonnes pratiques commerciales ; les politiques nationales de protection du consommateur ; le règlement des litiges ; les services publics ; l'énergie ; le tourisme ; la coopération internationale.

6. L'Assemblée générale a en outre décidé de créer un groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la protection du consommateur dans le cadre d'une commission existante du Conseil du commerce et du développement de la CNUCED. Le Groupe intergouvernemental d'experts est un mécanisme institutionnel et sert de cadre à la tenue annuelle de consultations multilatérales, de débats et d'échanges de vues entre les États membres sur des questions ayant trait aux principes directeurs ; il entreprend des études et des travaux de recherches ; il procède à des examens collégiaux volontaires de la politique nationale des États membres en matière de protection du consommateur ; il recueille et diffuse des informations sur le niveau de réalisation globale des objectifs énoncés dans les principes directeurs ; il renforce les moyens dont disposent les pays en développement et les pays en transition pour élaborer et appliquer leur législation et leurs politiques en matière de protection des consommateurs et leur fournit une assistance technique à cet effet ; il examine les études, la documentation et les rapports établis sur la question par les organismes compétents ; il rédige des rapports et des recommandations concernant les politiques des États membres en matière de protection du consommateur ; il poursuit ses travaux entre les sessions de la Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble et lui présente des rapports ; il examine périodiquement les principes directeurs à la demande de la Conférence<sup>10</sup>. La huitième

<sup>7</sup> A/RES/39/248.

<sup>8</sup> E/1999/INF/2/Add.2.

<sup>9</sup> TD/B/C.I/CLP/23.

<sup>10</sup> A/RES/70/186.

Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble, qui se tiendra en juillet 2020, examinera pour la première fois les travaux du Groupe intergouvernemental d'experts.

7. Les principes directeurs pour la protection du consommateur visent à aider les pays à établir ou à maintenir une protection adéquate de leurs citoyens en tant que consommateurs. Ils prennent en considération les disparités existant le plus souvent entre les consommateurs sur les plans de la situation économique, du degré d'instruction et du pouvoir de négociation et insistent sur le droit des consommateurs d'avoir accès à des produits non dangereux. Ils préconisent en outre un développement économique et social juste, équitable et soutenu et la protection de l'environnement. Les principes directeurs permettent à chaque État de fixer ses propres priorités dans le domaine de la protection du consommateur en fonction de sa situation économique, sociale et écologique et des besoins de la population.

### III. Bilan de la mise en œuvre des principes directeurs

8. Les huit objectifs des principes directeurs sont les suivants : aider les pays à assurer ou à maintenir une protection adéquate de leurs citoyens en tant que consommateurs ; faciliter des modes de production et de distribution adaptés aux besoins et aux souhaits des consommateurs ; encourager les personnes qui s'occupent de la production de biens et de services et de leur distribution aux consommateurs à adopter des normes de conduite strictes ; aider les pays à lutter aux niveaux national et international contre toutes les pratiques commerciales abusives des entreprises qui sont préjudiciables aux consommateurs ; faciliter la constitution d'associations indépendantes de défense des consommateurs ; promouvoir la coopération internationale dans le domaine de la protection du consommateur ; favoriser l'instauration sur le marché de conditions donnant aux consommateurs un plus grand choix à moindre prix ; promouvoir des modes de consommation durable<sup>11</sup>.

9. Selon la carte mondiale de la protection du consommateur et les réponses au questionnaire de la CNUCED, la majorité des États membres ayant répondu ont adopté les objectifs fondamentaux des principes directeurs. Plusieurs États ont inscrit la protection du consommateur dans leur constitution, dont l'Afrique du Sud, l'Argentine, la Colombie, le Costa Rica, El Salvador, l'Espagne, le Guatemala, le Mexique, le Nicaragua, le Pérou, la Serbie et la Suisse. Au Kenya, par exemple, l'article 46 de la Constitution de 2010 traite du droit des consommateurs à des biens et services de qualité raisonnable, à l'information nécessaire pour qu'ils puissent tirer pleinement profit des biens et services et à la protection de leur santé, de leur sécurité et de leurs intérêts économiques<sup>12</sup>.

10. La carte mondiale de la protection du consommateur indique que les 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED sont dotés d'un cadre juridique destiné à traiter les questions de protection du consommateur<sup>13</sup>. L'objectif consistant à combattre les pratiques abusives préjudiciables aux consommateurs est unanimement adopté. Les États se concentrent cependant sur des ensembles d'objectifs distincts. Le droit d'accès à des produits non dangereux et le droit à un développement économique et social juste, équitable et durable et à la protection de l'environnement sont énoncés dans la législation sur la protection du consommateur ou d'autres normes sectorielles nationales, telles que la législation sur la concurrence ou la protection de l'environnement. Il ressort des réponses au questionnaire de la CNUCED que de nombreux États membres disposent d'une loi sur la protection du consommateur consacrant les droits du consommateur, dont l'Afrique du Sud, l'Allemagne, l'Arabie saoudite, l'Argentine, l'Australie, l'Autriche, le Bangladesh, le Brésil, le Cameroun, le Chili, la Colombie, l'Espagne, les États-Unis, la France, le Gabon, le Guyana, l'Indonésie, l'Italie, le Japon, le Kenya, la Lituanie,

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Voir <http://kenyalaw.org/kl/index.php?id=398>.

<sup>13</sup> La CNUCED a prié les États membres, les organisations internationales et les autres parties prenantes concernées de participer au processus d'élaboration des principes directeurs et de décrire les processus législatifs en place dans les États membres en la matière ; 58 réponses ont été reçues en 2013.

Madagascar, la Mauritanie, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Pérou, la République de Corée, la République démocratique du Congo, la République démocratique populaire lao, le Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, le Sénégal, la Suède, le Tchad, la Thaïlande, la Tunisie, la Turquie et l'Ukraine.

11. Au sujet de la consommation durable, la CNUCED a constaté que cette question avait été incorporée dans les principes directeurs dès 1999, mais que dans de nombreux États la législation relative à la protection du consommateur ne comportait aucune disposition juridique de plein droit relative à la durabilité<sup>14</sup>. Pour remédier à cette carence, les organismes de protection du consommateur ont toujours plus tendu à appliquer les dispositions existantes dans leurs législations nationales respectives relatives à l'éducation des consommateurs, ainsi qu'à fournir des orientations sur la consommation durable aux entreprises. Le Groupe intergouvernemental d'experts a constaté que « les politiques de protection du consommateur contribuent à promouvoir une consommation durable » et a invité « les autorités de protection du consommateur à faciliter l'éducation du consommateur et à fournir des orientations aux entreprises compte tenu de la responsabilité commune dont relève la consommation durable et à promouvoir les partenariats préconisés entre les États membres, les entreprises, les organisations de défense des consommateurs, les organismes de protection de l'environnement et les autres groupes intéressés, comme le prescrivent les paragraphes 50 à 52 des principes directeurs »<sup>15</sup>. Cette démarche est d'autant plus pertinente dans le contexte plus large de la réalisation du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et des objectifs de développement durable.

12. Des organisations régionales ont pareillement souscrit aux objectifs des principes directeurs et élaboré des instruments et des programmes pour aider leurs membres à les atteindre. Ainsi, depuis sa création, en 2007, le Comité de la protection du consommateur de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est s'est attaché à faire en sorte que tous les États membres de l'Association se dotent d'une législation pour la protection du consommateur, améliorent l'accès du consommateur à l'information et mettent en place des mécanismes de recours et de rappel. Le Comité a reconnu huit droits et cinq responsabilités du consommateur en s'inspirant des principes directeurs et a souligné que les entreprises avaient aussi un rôle important à jouer en matière de protection du consommateur en adoptant de bonnes pratiques commerciales comme principe fondamental du système de protection du consommateur<sup>16</sup>. En 2019, la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale a adopté une directive régionale relative à la protection du consommateur reposant sur les principes directeurs des Nations Unies, ce qui devrait favoriser l'adoption de politiques nationales en la matière<sup>17</sup>. Dans les règles et règlements du Marché commun de l'Afrique orientale et australe figurent des dispositions relatives à la concurrence qui visent à protéger le consommateur contre la présentation fallacieuse ou trompeuse de biens ou de services, les comportements déraisonnables, les normes de sûreté insuffisantes et les produits dangereux, et interdisent en outre les comportements trompeurs et mensongers, en particulier dans la publicité et la vente<sup>18</sup>. L'Union économique eurasiennne (qui regroupe l'Arménie, le Bélarus, la Fédération de Russie, le Kazakhstan et le Kirghizstan) a conjugué ses efforts avec ceux de la Communauté des États indépendants dans le domaine de la protection du consommateur<sup>19</sup>. Enfin, dans l'article 39 b) de la Charte de l'Organisation des États américains et dans des résolutions de son Assemblée générale, ses États membres ont souscrit à certains principes relatifs à la protection du consommateur<sup>20</sup>.

13. En énonçant des principes primordiaux et en adressant aux hauts responsables des recommandations qui couvrent un large éventail de questions intéressant les

<sup>14</sup> TD/B/C.I/CPLP/17.

<sup>15</sup> TD/B/C.I/CPLP/20.

<sup>16</sup> Voir [https://asean.org/?static\\_post=handbook-asean-consumer-protection-laws-regulations](https://asean.org/?static_post=handbook-asean-consumer-protection-laws-regulations).

<sup>17</sup> Voir <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=2133>.

<sup>18</sup> Voir [www.comesacompetition.org/?page\\_id=294](http://www.comesacompetition.org/?page_id=294).

<sup>19</sup> Voir [www.eurasiancommission.org/en/act/texnreg/depsanmer/consumer\\_rights/Pages/default.aspx](http://www.eurasiancommission.org/en/act/texnreg/depsanmer/consumer_rights/Pages/default.aspx).

<sup>20</sup> AG/RES. 2065, trente-cinquième session ordinaire ; AG/RES. 2494, trente-neuvième session ordinaire ; AG/RES. 2549, quarantième session ordinaire ; AG/RES. 2682, quarante et unième session ordinaire ; et AG/RES. 2712, quarante-deuxième session ordinaire. Voir [www.oas.org/consejo/GENERAL%20ASSEMBLY/Resoluciones-Declaraciones.asp](http://www.oas.org/consejo/GENERAL%20ASSEMBLY/Resoluciones-Declaraciones.asp).

consommateurs, les principes directeurs pour la protection du consommateur sont devenus un outil utile aux décideurs du monde entier soucieux d'améliorer la législation et les politiques en matière de protection du consommateur. Une évaluation approfondie de la mise en œuvre au niveau national dépasse le champ de la présente note. Le chapitre IV présente quelques questions nouvelles qui se sont manifestées depuis la dernière révision des principes directeurs.

#### IV. Quelques questions nouvelles

14. Ce chapitre aborde les questions suivantes, dont la plupart ont été incorporées dans les versions successives des principes directeurs initiaux, dont les principes directeurs révisés de 2015 : principes relatifs aux bonnes pratiques commerciales ; programmes d'éducation et d'information ; commerce électronique ; services financiers ; mesures liées à des domaines particuliers (eau et énergie). Il convient de souligner que dans les principes directeurs révisés une place a été faite au besoin légitime de protéger les consommateurs vulnérables et défavorisés, qui sous-tend et éclaire l'ensemble des autres recommandations. Le groupe de travail sur les consommateurs vulnérables et défavorisés a constaté que le concept de vulnérabilité du consommateur était fonction du contexte et que sa définition différait selon les pays<sup>21</sup>. Cela dit, depuis longtemps les autorités de protection du consommateur consacrent le gros de leurs efforts aux enfants, aux personnes âgées, aux consommateurs ruraux, aux consommateurs analphabètes et aux consommateurs handicapés. La satisfaction des besoins particuliers des consommateurs vulnérables et défavorisés est toujours plus perçue comme une contribution majeure à la réalisation du Programme de développement durable à l'horizon 2030 et des objectifs de développement durable ; elle occupe donc une place centrale dans les stratégies de développement et réclame l'attention de la CNUCED<sup>22</sup>. Toutes les questions exposées dans ce chapitre doivent donc être aussi envisagées dans l'optique de l'objectif que constitue la protection accrue des consommateurs vulnérables et défavorisés.

##### A. Principes relatifs aux bonnes pratiques commerciales

15. Un des objectifs des principes directeurs est d'encourager les agents s'occupant de la production de biens et de services et de leur distribution aux consommateurs à adopter des normes de conduite strictes. Dans la version révisée de 2015 a été incorporée une série de principes relatifs aux bonnes pratiques commerciales visant à inciter les entreprises à se comporter avec loyauté et honnêteté à l'égard des consommateurs à tous les stades de leur relation et à intégrer cette règle de comportement dans leur culture d'entreprise (par. 11 des principes directeurs). Cet ajout faisait suite à l'élaboration de principes directeurs relatifs à la responsabilité sociale au cours de la décennie précédente, notamment les Lignes directrices sur la responsabilité sociale adoptées en 2010 par l'Organisation internationale de normalisation en vue de concourir à un développement durable mondial en encourageant les entreprises et autres organisations à pratiquer la responsabilité sociale<sup>23</sup>. Les *Principes directeurs à l'intention des entreprises multinationales* de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) ont été actualisés en 2011 en y incluant la prise en compte des intérêts des consommateurs pour une conduite responsable des entreprises dans un contexte mondial, conformément aux lois applicables et aux normes internationalement reconnues<sup>24</sup>. Ces dispositions, qui ont été reprises dans les principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, servent de référence pour les bonnes pratiques applicables à toutes les formes de commerce, y compris le commerce électronique. Dans les principes directeurs des Nations Unies, les États Membres se sont en outre engagés à se doter de politiques de protection du consommateur qui préconisent l'adoption de bonnes pratiques commerciales (par. 14 a) des principes directeurs).

<sup>21</sup> Voir <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1674>.

<sup>22</sup> CNUCED, 2018, *Achieving the Sustainable Development Goals Through Consumer Protection* (United Nations publication, New York and Geneva).

<sup>23</sup> Voir [www.iso.org/fr/publication/PUB100258.html](http://www.iso.org/fr/publication/PUB100258.html).

<sup>24</sup> Voir [www.oecd.org/fr/daf/inv/mne/2011102-fr.pdf](http://www.oecd.org/fr/daf/inv/mne/2011102-fr.pdf).

16. Une participation vigoureuse des entreprises étant bénéfique à la protection du consommateur, les principes directeurs encouragent l'autorégulation, par exemple sous la forme de code de commercialisation, d'accords volontaires et d'autres pratiques commerciales, afin de garantir une protection adéquate au consommateur. L'OCDE constate que les entreprises peuvent en s'autorégulant, en particulier en adoptant des codes de conduite et des normes, contribuer grandement à répondre aux préoccupations du consommateur<sup>25</sup>. Il ressort de la carte mondiale de la protection du consommateur que dans 20 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED la législation sur la consommation fait mention de codes volontaires pour les entreprises. Dans la pratique, 28 États membres ont signalé des initiatives d'autorégulation des entreprises et 19 des initiatives de corégulation associant entreprises et entités publiques. Dans le domaine de la publicité, par exemple, plusieurs initiatives ont été menées, en particulier dans le cadre de la Chambre de commerce internationale, ainsi qu'au niveau national au Mexique, par le Conseil d'autorégulation et d'éthique publicitaire, en Nouvelle-Zélande par l'Autorité des normes publicitaires et aux États-Unis, par la Division nationale de la publicité.

17. À sa première session, le Groupe intergouvernemental d'experts a insisté sur la nécessité d'associer les parties prenantes à l'exécution du Programme de développement durable à l'horizon 2030, s'agissant en particulier des politiques inclusives de protection des consommateurs, et il a salué la participation à ses sessions de représentants d'associations de consommateurs, de la société civile, d'entreprises et des milieux universitaires<sup>26</sup>. Lors de la semaine du commerce électronique de la CNUCED, en 2018, un débat a été consacré au rôle de la participation des entreprises à la protection du consommateur en ligne, l'accent étant mis sur le fait que dans l'économie numérique la protection du consommateur est une responsabilité partagée entre toutes les parties prenantes, dont les entreprises<sup>27</sup>. La CNUCED a constaté de plus que les petites entreprises et les entreprises d'État devraient, autant que possible, être associées à de tels débats<sup>28</sup>.

18. En Bulgarie, le Ministère de l'économie soutient le recours à l'autorégulation aux fins de la protection du consommateur et les codes de conduite ou d'éthique sont considérés comme une alternative à la législation. Les banques commerciales appliquent le code de déontologie de l'Association des banques commerciales, dont les principes visent à garantir l'équité et la bonne foi dans les relations entre les banques commerciales, ainsi que dans leurs relations avec la clientèle et le public<sup>29</sup>.

19. Au Brésil, la première initiative d'autorégulation (N'appellez pas) a été lancée en 2019 avec la participation des grandes entreprises de télécommunications ; la deuxième (N'appellez pas pour faire des offres de crédit) a été lancée en 2020 par le secteur financier. Le Secrétariat national à la consommation supervise ces deux initiatives<sup>30</sup>.

20. En El Salvador, la loi sur la protection du consommateur donne mandat à l'Agence de la protection du consommateur d'inciter les entreprises à adopter des normes et des mesures propres à améliorer les services aux consommateurs. En application de cette loi, des programmes de bonnes pratiques commerciales ont été mis place dans des centres commerciaux, des hôtels et des restaurants, entre autres<sup>31</sup>.

21. La Lettonie a mené une action d'éducation auprès des entreprises, par le canal du Centre de protection des droits du consommateur<sup>32</sup>.

22. Aux Philippines, le Ministère du commerce et de l'industrie a créé les labels Bagwis, attribués aux établissements qui respectent les droits du consommateur et gèrent de

<sup>25</sup> Organisation de coopération et de développement économiques, 2015, *Industry self-regulation: Role and use in supporting consumer interests*, Digital economy papers No. 247.

<sup>26</sup> TD/B/C.I/CPLP/4.

<sup>27</sup> Voir <https://unctad.org/en/pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1653>.

<sup>28</sup> CNUCED, 2017, *CNUCED MENA Programme : Lignes directrices relatives à la protection du consommateur – Participation des entreprises* (publication des Nations Unies, New York et Genève).

<sup>29</sup> Réponse de la Bulgarie au questionnaire de la CNUCED.

<sup>30</sup> Réponse du Brésil au questionnaire de la CNUCED.

<sup>31</sup> Réponse d'El Salvador au questionnaire de la CNUCED.

<sup>32</sup> Réponse de la Lettonie au questionnaire de la CNUCED.

façon responsable leurs opérations – permettant ainsi aux consommateurs d’obtenir le meilleur rapport qualité-prix<sup>33</sup>.

23. En République de Corée, l’Agence de la consommation gère un programme de certification de la gestion axée sur le consommateur en vue d’encourager les entreprises à créer volontairement un environnement de marché favorable aux consommateurs. Ce programme permet d’évaluer à quel point les entreprises opèrent dans l’optique du consommateur, planifient leurs activités pour les axer sur le consommateur et améliorent en continu leurs activités. Environ 180 entreprises ont été certifiées à ce jour<sup>34</sup>.

24. Aux États-Unis, des codes d’autorégulation sont en place de longue date dans divers secteurs, dont la publicité, les services funéraires et les jeux électroniques. Ainsi, en réaction aux inquiétudes du public concernant les contenus violents et l’adéquation de leurs produits aux enfants, les industries du cinéma, de l’enregistrement musical et des jeux électroniques se sont toutes dotées d’un système d’autorégulation qui classe ou labélise les produits, encadre le placement des messages publicitaires et fait obligation de mentionner le classement et la labélisation dans les messages publicitaires et sur l’emballage des produits<sup>35</sup>.

25. À Macao (Chine), le Conseil de défense du consommateur a institué un système de certification qui habilite un établissement à afficher le label d’établissement certifié pour le commerce en ligne s’il respecte un ensemble de règles édictées par cette instance, notamment le devoir d’afficher des conditions générales de transaction claires et détaillées sur leurs sites Web et de fournir leurs services à leur clientèle dans les délais fixés<sup>36</sup>.

## B. Programmes d’éducation et d’information

26. L’éducation des consommateurs est au cœur des politiques de protection du consommateur et constitue l’une des principales tâches des organismes de protection du consommateur. Les consommateurs opèrent sur des marchés toujours plus complexes et sont confrontés à une masse croissante d’informations et à un choix toujours plus large de produits et de services complexes. Opérer les bons choix et protéger ses intérêts suppose des consommateurs qu’ils possèdent un éventail élargi de compétences et de connaissances, ce qui rend indispensable une éducation à cet effet.

27. La section G des principes directeurs révisés est consacrée aux programmes d’éducation et d’information des consommateurs, mais l’éducation et l’information sont mentionnées aussi ailleurs dans ces principes, à savoir au paragraphe 5 (besoins légitimes), au paragraphe 11 (principes relatifs aux bonnes pratiques commerciales), au paragraphe 14 (politiques nationales de protection du consommateur), au paragraphe 66 (services financiers) et au paragraphe 69 (mesures applicables à des secteurs particuliers). La carte mondiale de la protection du consommateur montre que dans 50 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED la législation sur la consommation fait référence à l’éducation des consommateurs. Dix autres de ces États membres mènent des initiatives d’éducation des consommateurs à un niveau ou à un autre.

28. Des États membres mènent de nombreuses activités importantes, telles que : la tenue d’ateliers et de séminaires, en Bulgarie ; l’organisation de campagnes d’information du public, en Bulgarie, en Colombie et en Lettonie ; la publication de brochures, en Allemagne ; l’introduction de programmes d’éducation spécifiques, au Guatemala, au Japon, au Nicaragua et en République de Corée ; l’organisation d’expositions mobiles de sensibilisation, à Oman. L’Argentine a créé une école d’éducation des consommateurs qui relève de la Direction nationale de la défense des consommateurs et a pour but principal de populariser les droits du consommateur. En Bulgarie, la Commission pour la protection du consommateur a entrepris de former des juges et des avocats au droit de la consommation. Aux États-Unis, la Commission fédérale du commerce s’est focalisée sur l’éducation du

<sup>33</sup> Voir [www.dti.gov.ph/konsyumer/bagwis-awards/](http://www.dti.gov.ph/konsyumer/bagwis-awards/).

<sup>34</sup> Voir [www.kca.go.kr/eng/main.do](http://www.kca.go.kr/eng/main.do).

<sup>35</sup> Réponse des États-Unis au questionnaire de la CNUCED.

<sup>36</sup> Réponse de Macao (Chine) au questionnaire de la CNUCED.



consommateur au commerce électronique, qui porte, par exemple, sur la prévention de l'usurpation d'identité et les moyens d'y remédier, la prévention d'allégations trompeuses relatives à des compléments alimentaires et la lutte contre les pratiques frauduleuses en matière de transfert d'argent et d'emploi. À Macao (Chine), au cours de l'année scolaire 2015-2016 le Conseil de défense des consommateurs a lancé un prix pour l'étude de la consommation s'adressant aux élèves du secondaire ; les élèves participants sont invités à inspecter, expérimenter, réfléchir, analyser et découvrir pour mettre en évidence les comportements de consommation qui ont des incidences sur la société.

29. Dans nombre d'États membres, les associations de consommateurs jouent un grand rôle éducatif. La carte mondiale de la protection du consommateur montre que dans 41 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED, dont l'Argentine, le Bangladesh, le Chili, la Colombie, le Costa Rica, la Croatie, les États-Unis, la France, l'Indonésie, le Pérou, le Royaume-Uni, la Serbie et la Turquie ces associations mènent des activités pour éduquer le consommateur.

30. À l'échelle mondiale, 71 % des jeunes utilisent Internet et il importe donc que les États membres axent leurs efforts d'éducation du consommateur sur l'environnement en ligne<sup>37</sup>. La carte mondiale de la protection du consommateur montre que l'Afrique du Sud, l'Albanie, l'Argentine, l'Australie, le Bangladesh, la Bulgarie, les États-Unis, le Japon, le Mexique et la République de Corée ont déjà pris des mesures dans ce sens, mais dans la plupart des États cette démarche pourrait constituer un nouveau défi.

31. L'éducation des consommateurs vulnérables et défavorisés, dont les consommateurs ruraux et analphabètes (par. 47 des principes directeurs) devrait être une autre priorité. La carte mondiale de la protection du consommateur montre que 25 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED organisent des activités éducatives à l'intention des consommateurs vulnérables et défavorisés. Les groupes prioritaires sont, par exemple : les autochtones et les minorités, en Australie ; les consommateurs handicapés, en Australie, en Colombie et en République de Corée ; les enfants, en Allemagne et en Colombie ; les personnes âgées, en Allemagne, en République de Corée et en Tchèque ; les immigrés et les réfugiés, en Allemagne et en République de Corée ; les populations rurales, en Afrique du Sud ; les personnes surendettées, en Suède.

### C. Commerce électronique

32. On estime que 1,3 milliard de personnes (soit un quart de la population mondiale âgée de 15 ans et plus) ont effectué des achats en ligne en 2017. La croissance mondiale de l'usage d'Internet est imputable pour 90 % aux pays en développement et les taux de croissance les plus élevés sont observés dans les pays les moins avancés. En 2018, 51,2 % des habitants du monde utilisaient Internet (soit 3,9 milliards de consommateurs en ligne)<sup>38</sup>.

33. Dans sa résolution 70/186, l'Assemblée générale constate que les consommateurs du monde entier recourent toujours plus au commerce électronique et que les possibilités qu'offre ce mode de commerce doivent être exploitées pour faciliter le développement et la croissance économique. Face à l'importance croissante du commerce électronique pour les consommateurs, des dispositions y relatives (sect. I) ont été incorporées dans les principes directeurs ; les autres dispositions s'appliquent aussi au commerce électronique. Garantir au consommateur recourant au commerce électronique une protection aussi efficace qu'à celui qui utilise d'autres modes de commerce est un des besoins légitimes que consacrent les principes directeurs.

34. Dans sa recommandation sur la protection du consommateur dans le commerce électronique, révisée en 2016, l'OCDE constate la nécessité de traiter une série de

<sup>37</sup> UNICEF, 2017, *La situation des enfants dans le monde 2017 : Les enfants dans un monde numérique* (New York).

<sup>38</sup> CNUCED, 2019a, *Rapport sur l'économie numérique 2019 – Création et captation de valeur : Incidences pour les pays en développement* (publication des Nations Unies, numéro de vente : F.19.II.D.17, Genève) ; CNUCED, 2019b, *Business-to-consumer e-commerce index 2019*, Technical notes on information and communications technology for development No. 14.

problèmes en lien avec la consommation concernant l'information du consommateur, les pratiques commerciales mensongères ou déloyales, la confirmation et le paiement des transactions, la fraude et l'usurpation d'identité ainsi que le règlement des litiges et leur réparation<sup>39</sup>. La recommandation révisée couvre de nouvelles questions (notamment : transactions non monétaires ; contenus numériques ; appareils mobiles ; risques pour la vie privée et la sécurité ; protection des paiements ; sûreté des produits) et son champ d'application a été étendu aux pratiques commerciales par lesquelles les entreprises rendent possibles et facilitent les transactions entre consommateurs. Des orientations et des exemples concernant le commerce électronique sont en outre fournis dans le *Toolkit for Protecting Digital Consumers* (Boîte à outils pour la protection du cyberconsommateur) de l'OCDE et du G20, ainsi que dans le *Manuel sur la protection du consommateur* de la CNUCED.

35. En 2017, la CNUCED a mis en évidence les difficultés que les consommateurs des pays en développement éprouvent dans le contexte du commerce électronique en ce qui concerne les informations relatives aux biens, aux services et aux vendeurs, le retour et le remboursement de produits, la confidentialité et la sécurité des données, les paiements, les pratiques commerciales mensongères et déloyales, le règlement des litiges et la réparation<sup>40</sup>. Face au caractère mondial et transfrontière du commerce électronique, depuis 2015 les questions relatives au commerce électronique et leur traitement ont suscité un intérêt grandissant dans le monde, par exemple dans le cadre de diverses enceintes ou manifestations internationales, telles que les sessions du Groupe intergouvernemental d'experts et la semaine sur le commerce électronique de la CNUCED, y compris la semaine africaine sur le commerce électronique, les réunions du Dialogue africain pour la protection du consommateur, l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est, le Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs et, l'OCDE, les sommets du G20 sur la consommation, le Forum ibéro-américain des organismes de protection du consommateur, le Forum international de la protection du consommateur de la CNUCED et le Forum de la concurrence et la protection du consommateur pour l'Amérique latine.

36. Cette tendance est perceptible aussi au niveau national. Par exemple, en 2019, en réaction à de fausses recommandations et évaluations, la Commission fédérale du commerce des États-Unis a publié de nouvelles règles précisant quand et comment les influenceurs sont tenus de signaler qu'ils sont sponsorisés à leurs suiveurs<sup>41</sup>. Des directives allant dans ce sens ont été édictées au Pérou et au Royaume-Uni<sup>42</sup>. Au sujet de la protection des données du consommateur, en 2019 la Commission fédérale du commerce des États-Unis a infligé une amende de 5 milliards de dollars à une plateforme de réseau social pour usage abusif des données personnelles de ses utilisateurs<sup>43</sup>. Entré en vigueur en mai 2018, le Règlement général sur la protection des données de l'Union européenne permet aux consommateurs d'exercer un meilleur contrôle sur leurs données à caractère personnel<sup>44</sup>. En Allemagne, des restrictions ont été imposées à une plateforme de réseau social pour avoir, en violation du règlement précité de l'Union européenne, regroupé sans le consentement exprès de ses utilisateurs leurs données provenant de différentes applications de réseaux sociaux<sup>45</sup>.

37. La confiance des consommateurs dans les marchés numériques reste faible en dépit des efforts accrus déployés pour la renforcer. Des enquêtes montrent que la méfiance est le principal motif pour 49 % des consommateurs qui ne font pas d'achats en ligne et que la protection de la vie privée en ligne est un sujet de préoccupation pour 78 % des personnes interrogées, plus de la moitié de celles-ci (53 %) étant plus préoccupées que l'année

<sup>39</sup> Voir [www.oecd.org/sti/consumer/consumersinthedigitaleconomy.htm](http://www.oecd.org/sti/consumer/consumersinthedigitaleconomy.htm).

<sup>40</sup> TD/B/C.I/CLP/7.

<sup>41</sup> Voir [www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/11/ftc-releases-advertising-disclosures-guidance-online-influencers](http://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/11/ftc-releases-advertising-disclosures-guidance-online-influencers).

<sup>42</sup> Voir [www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3979412/Publicidad+Digital.pdf/186e5bc2-42c6-9a30-1d5c-dff598e82358](http://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3979412/Publicidad+Digital.pdf/186e5bc2-42c6-9a30-1d5c-dff598e82358) et [www.asa.org.uk/resource/influencers-guide.html](http://www.asa.org.uk/resource/influencers-guide.html).

<sup>43</sup> Réponse des États-Unis au questionnaire de la CNUCED.

<sup>44</sup> Voir <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=EN>.

<sup>45</sup> Voir [www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook.html](http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html).

précédente<sup>46</sup>. Ce phénomène est le plus manifeste dans le commerce électronique transfrontière entre entreprises et consommateurs. Selon les estimations de la CNUCED, en 2017 les transactions transfrontières d'entreprise à consommateur (en valeur des exportations de marchandises) se sont montées à 412 milliards de dollars, soit près de 11 % du total des échanges d'entreprise à consommateur, contre 7 % en 2015<sup>47</sup>. Les politiques de protection du consommateur en ligne doivent être améliorées aux niveaux national, régional et international en vue de renforcer la confiance des consommateurs dans le commerce électronique. Comme préconisé dans les principes directeurs, les États Membres devraient revoir leurs politiques de protection du consommateur en place eu égard aux particularités du commerce électronique et veiller à ce que les consommateurs et les entreprises soient informés et aient connaissance de leurs droits et obligations sur le marché numérique.

38. En 2018, le Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs a élaboré des orientations à l'intention des entreprises sur les conditions générales applicables aux consommateurs dans l'économie numérique<sup>48</sup>. En 2019, les autorités de protection du consommateur de 27 juridictions, dont le Malawi, la Norvège, les Pays-Bas et la Pologne, ont adressé aux plateformes d'applications une lettre ouverte commune leur préconisant d'apporter des modifications à l'agencement de leurs magasins d'applications et d'améliorer les informations fournies sur leur usage des données des consommateurs<sup>49</sup>.

39. La coopération transfrontière entre les organismes de protection du consommateur doit être renforcée. En 2018, un site Web dédié au recueil de plaintes transfrontières (géré par le Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs) a été saisi de plus de 29 000 plaintes de ce type<sup>50</sup>. L'OCDE a mis en évidence plusieurs freins à la coopération internationale pour la protection du consommateur, à savoir l'insuffisance des ressources, le manque de pouvoir juridique, la protection et la confidentialité des données privées et les barrières linguistiques<sup>51</sup>. Le groupe de travail sur la protection du consommateur dans le commerce électronique du Groupe intergouvernemental d'experts a pour mission d'adresser des recommandations, en particulier aux pays en développement, en vue de l'amélioration de la coopération transfrontière en matière de contrôle à l'ère numérique, compte tenu des discussions en cours à l'OCDE et dans le cadre du Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs.

## D. Services financiers

40. Dans sa résolution précitée sur la protection du consommateur, l'Assemblée générale constate « que la confiance qu'inspire aux consommateurs un marché de services financiers qui fonctionne bien favorise la stabilité financière, la croissance, l'efficacité et l'innovation à long terme et que la récente crise financière a remis à l'ordre du jour la question de la protection du consommateur, en soulignant la nécessité de mettre en place dans le secteur financier des mécanismes de réglementation, de contrôle et de mise en œuvre efficaces afin de protéger les intérêts des consommateurs »<sup>52</sup>. Des nouvelles dispositions (sect. J), relatives aux services financiers, ont été introduites dans les principes directeurs révisés en tenant compte des meilleures pratiques internationales, telles que celles préconisées par la Banque mondiale et, au lendemain de la crise financière mondiale

<sup>46</sup> Voir [www.cigionline.org/internet-survey-2017](http://www.cigionline.org/internet-survey-2017) et <https://www.cigionline.org/internet-survey-2019>.

<sup>47</sup> CNUCED, 2019a.

<sup>48</sup> Organisation de coopération et de développement économiques, 2019, Challenges to consumer policy in the digital age: Background report – Group of 20 international conference on consumer policy. La boîte à outils consiste en six grands principes généraux visant à protéger les consommateurs numériques et à renforcer la confiance dans le commerce électronique : pratiques commerciales et publicitaires loyales ; diffusion adéquate d'informations ; confirmation et paiement sécurisé des transactions ; risques liés à la vie privée et à la sécurité ; sûreté des produits ; mécanismes efficaces de règlement des litiges.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Voir [www.econsumer.gov/fr/FileAComplaint#crnt](http://www.econsumer.gov/fr/FileAComplaint#crnt).

<sup>51</sup> Organisation de coopération et de développement économiques, 2018, Consumer protection enforcement in a global digital marketplace, Digital economy papers No. 266.

<sup>52</sup> A/RES/70/186.

de 2008-2009, par l'OCDE et le G20<sup>53</sup>. La section J porte sur l'inclusion, les envois de fonds, les pratiques commerciales responsables, la protection des données et l'éducation du consommateur. Les États Membres devraient créer des organismes de contrôle et de surveillance ou soutenir ceux en place, promouvoir l'éducation et l'alphabétisation des consommateurs, la diffusion d'informations, les pratiques commerciales responsables et la protection des données, et adopter des mesures en vue de renforcer et d'intégrer les politiques de protection du consommateur en lien avec l'inclusion financière.

41. La carte mondiale de la protection du consommateur montre que dans 32 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED, la législation sur la protection du consommateur couvre les services financiers. Les États dont cette législation ne couvre pas ces services sont dotés de lois ou règlements spécifiques au secteur financier et parmi eux figurent l'Autriche, les Bahamas, la Colombie, le Guatemala, l'Indonésie, le Japon, le Kenya, le Panama, la Serbie, la Tunisie et la Turquie.

42. L'une des priorités des États membres a été de veiller à ce que les organismes de surveillance disposent de l'autorité et des ressources requises pour mener leur mission à bien. Par exemple, le Pérou a investi son organisme de protection du consommateur (l'Institut national de défense de la concurrence et de protection de la propriété intellectuelle) de la compétence pour connaître des plaintes des consommateurs et des cas de manquement individuel aux mesures de protection du consommateur, tout en habilitant l'organisme de régulation du secteur financier à surveiller l'intégrité des fournisseurs de services financiers envers leur clientèle. En 2013, le Royaume-Uni a créé l'Autorité de surveillance des marchés financiers en vue de garantir un degré adéquat de protection du consommateur ; en 2011, les États-Unis ont établi le Bureau de la protection financière des consommateurs en vue de faire prévaloir les intérêts des consommateurs et de leur permettre de prendre des décisions financières plus éclairées<sup>54</sup>. Dans de nombreux États, les organismes de protection du consommateur ne sont pas compétents pour formuler ou faire respecter des mesures applicables au secteur financier, cette prérogative revenant à l'organisme de régulation dudit secteur ; comme le montre la carte mondiale de la protection du consommateur, tel est notamment le cas en Allemagne, en Argentine, en Australie, au Brésil et en République démocratique populaire lao. La coordination entre les organismes de protection du consommateur et les autorités de régulation sectorielles est essentielle pour renforcer et intégrer les politiques de protection du consommateur concernant l'inclusion financière, l'éducation financière et la protection du consommateur en matière d'accès aux services financiers et d'utilisation de ces services.

43. Face à des évolutions techniques d'une rapidité sans précédent et à la prolifération des services financiers dans le monde, l'éducation financière est partout considérée comme primordiale pour garantir l'autonomisation financière des individus et la stabilité globale du système financier. En 2002, consciente qu'il était crucial que les consommateurs acquièrent des connaissances financières, l'OCDE, a établi le Réseau international sur l'éducation financière (comptant aujourd'hui des membres dans plus de 125 pays) appelé à concevoir des instruments de politique, à promouvoir l'acquisition de connaissances financières par la formation et à échanger des données d'expérience et des pratiques optimales en s'appuyant sur des recherches et des données comparables pour mesurer les résultats obtenus<sup>55</sup>. En 2019, l'organisme péruvien de protection du consommateur a consacré une étude à l'asymétrie d'information entre les entreprises et les consommateurs du système financier

<sup>53</sup> Les principes de haut niveau du G20 sur la protection financière des consommateurs portent sur le cadre juridique, réglementaire et de surveillance, le rôle des organismes de surveillance, le traitement juste et équitable des consommateurs, la diffusion d'informations et la transparence, la sensibilisation et l'éducation aux questions financières, la conduite responsable des fournisseurs de services financiers et de leurs agents autorisés, la protection des actifs des consommateurs contre la fraude et les détournements, la protection des données et de la vie privée des consommateurs, le traitement des plaintes et la réparation, et la concurrence. Voir [www.oecd.org/g20/topics/financial-sector-reform/g20-oecd-task-force-financial-consumer-protection.htm](http://www.oecd.org/g20/topics/financial-sector-reform/g20-oecd-task-force-financial-consumer-protection.htm).

<sup>54</sup> Voir [www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/21/contents/enacted](http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2012/21/contents/enacted) et [www.cftc.gov/LawRegulation/DoddFrankAct/index.htm](http://www.cftc.gov/LawRegulation/DoddFrankAct/index.htm).

<sup>55</sup> Voir [www.oecd.org/financial/education/oecd-international-network-on-financial-education.htm](http://www.oecd.org/financial/education/oecd-international-network-on-financial-education.htm).

qui a mis en évidence des possibilités d'améliorer le fonctionnement du marché financier pour optimiser l'accès des consommateurs à l'information et mieux les former<sup>56</sup>.

44. Une conduite responsable des fournisseurs de services financiers et de leurs agents autorisés, s'agissant en particulier de l'octroi de prêts et de la vente de produits financiers adaptés aux besoins et moyens des consommateurs (par. 66 f des principes directeurs) est cruciale pour le développement sain du secteur financier, l'inclusion financière et la croissance économique en général. Des États membres, dont l'Afrique du Sud, la Bulgarie, la Nouvelle-Zélande, le Pérou, la Suède et Trinité-et-Tobago encouragent les initiatives d'autorégulation dans le secteur financier, lesquelles doivent se doubler de mesures adéquates de réglementation et de contrôle pour protéger les consommateurs de produits financiers.

## **E. Mesures liées à des domaines particuliers : eau et énergie**

45. Les services d'utilité publique classiques, à savoir l'approvisionnement en eau et en énergie, l'assainissement et les communications, soulèvent des difficultés spécifiques dans l'optique de la protection du consommateur. Il s'agit de services de base essentiels dont la fourniture présente des caractéristiques économiques qui rendent souvent difficile leur ouverture à la concurrence. La plupart des prestataires de services d'utilité publique s'appuient sur un réseau pour fournir ces services. L'économie des réseaux fixes est telle qu'il est moins coûteux que ces services soient fournis à l'ensemble du marché entier par une seule entreprise que par plusieurs, un monopole naturel s'instaurant alors s'il est plus efficace sur le plan économique qu'un seul prestataire de service infrastructurel opère. Un tel monopole naturel laisse les consommateurs à la merci des entreprises. Une fois que des investissements élevés ont été consacrés à un réseau, le coût de duplication de ce réseau est dissuasif pour de nouveaux entrants<sup>57</sup>. Ce postulat est désormais moins vrai. Plusieurs aspects des monopoles naturels tendent à disparaître et le secteur des télécommunications, par exemple est devenu concurrentiel et produit moins d'effets de réseau avec l'avènement des services de téléphonie mobile personnalisés car il nécessite des immobilisations relativement moins coûteuses qui peuvent coexister dans un même périmètre. L'approvisionnement en eau et en électricité demeure principalement le fait d'opérateurs publics<sup>58</sup>.

46. La révision des principes directeurs de 2015 a marqué une avancée en consacrant de nouveaux besoins légitimes en matière d'accès des consommateurs aux biens et services essentiels et de protection des consommateurs vulnérables et défavorisés. La carte mondiale de la protection du consommateur montre que dans 41 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED, la législation relative à la consommation couvre l'accès des consommateurs aux biens et services essentiels.

47. Plusieurs des objectifs et cibles de développement durable concernent les services, dont l'alimentation en eau propre et l'assainissement (objectif 6) et l'approvisionnement en énergie (objectif 7). L'accès à l'eau potable et à l'assainissement et la gestion rationnelle des écosystèmes d'eau douce sont essentiels non seulement à la santé humaine et à la durabilité de l'environnement, mais aussi à la prospérité économique, et l'objectif 6 vise donc à garantir l'accès de tous à des services d'alimentation en eau et d'assainissement gérés de façon durable, notamment par la réalisation des cibles relatives à l'accès universel et équitable à l'eau potable à un coût abordable. La hausse de la demande d'énergie est imputable à l'accroissement de la population mondiale, à la croissance économique et à l'urbanisation. La fourniture d'une énergie et de services énergétiques fiables à un coût abordable a un effet notable sur la réduction de la pauvreté et sur la croissance économique. La production d'énergie à partir de pétrole et de charbon génère des émissions de dioxyde de carbone ; de nombreux pays se trouvent donc confrontés à la nécessité urgente d'utiliser avec une efficacité accrue charbon, pétrole et gaz tout en développant les énergies

<sup>56</sup> Réponse du Pérou au questionnaire de la CNUCED.

<sup>57</sup> TD/B/C.I/CLP/L.7.

<sup>58</sup> CNUCED, 2017, *Manuel sur la protection du consommateur* (Genève).

renouvelables, telles que la biomasse et les énergies hydraulique, solaire, éolienne, géothermique, houlomotrice et marémotrice<sup>59</sup>.

48. La carte mondiale de la protection du consommateur montre que dans 26 des 63 États membres ayant répondu au questionnaire de la CNUCED, la législation relative à la consommation couvre l'eau et l'énergie. Les États dont cette législation ne couvre ni l'une ni l'autre, dont l'Afrique du Sud, le Chili, la Colombie, l'Indonésie, la Jordanie, le Panama, la Thaïlande et l'Ukraine, sont dotés de lois ou règlements spécifiques à ces secteurs.

49. Les principes directeurs tels que révisés en 2015 visent à garantir aux consommateurs, y compris ceux des zones rurales, le bénéfice d'une protection adéquate lorsqu'ils utilisent des biens et services essentiels comme l'eau et l'énergie. Aux termes du paragraphe 76 des principes directeurs, les États Membres devraient encourager l'accès universel à une énergie propre et élaborer des politiques nationales destinées à améliorer l'offre et la distribution aux consommateurs d'une énergie de qualité d'un coût abordable ou maintenir ou renforcer les politiques existantes en fonction de leur situation économique. À cet égard, l'Organisation internationale de normalisation a adopté des normes dans de nombreux domaines avec pour principal objectif de contribuer à améliorer la protection du consommateur. En 2016, elle a adopté une norme relative aux services énergétiques, dans laquelle sont incorporées les lignes directrices pour l'évaluation et l'amélioration du service énergétique aux utilisateurs qu'avaient proposées Consumers International. Cette norme vise à garantir un accès universel et équitable à l'énergie aux consommateurs et fournit des orientations sur la satisfaction des besoins et des attentes des consommateurs, définit des critères d'évaluation concernant la fourniture de services énergétiques aux consommateurs et l'éducation ou la formation des consommateurs aux services énergétiques assurés par un prestataire.

50. Le paragraphe 72 des principes directeurs précise que les États Membres devraient formuler, continuer à appliquer ou renforcer leurs politiques visant à améliorer l'alimentation en eau potable ainsi que la distribution et la qualité de cette eau. L'Organisation internationale de normalisation a adopté de nombreuses normes relatives à l'eau, en particulier à l'eau potable et aux systèmes d'assainissement. Ces normes donnent des lignes directrices pour évaluer, améliorer et gérer les activités liées aux services d'alimentation en eau potable et d'assainissement et aident les autorités et les opérateurs à répondre aux attentes des consommateurs et à respecter les principes du développement durable<sup>60</sup>.

51. Les principes directeurs constituent un outil utile pour les États membres dans la conception des politiques de protection du consommateur et restent pertinents. Des domaines comme les services d'utilité publique requièrent des recherches plus poussées. Le paragraphe 97 des principes directeurs précise que le Groupe intergouvernemental d'experts est chargé d'examiner les études, la documentation et les rapports établis sur la question par les organismes compétents des Nations Unies et par d'autres organisations et réseaux internationaux, d'échanger des informations sur les programmes de travail et les sujets à aborder lors de consultations et d'identifier des projets de partage des tâches et de coopération en matière d'assistance technique. En outre, la CNUCED diffuse les résultats des travaux de recherches (études, rapports, lignes directrices) d'autres organisations au cours des sessions du Groupe intergouvernemental d'experts.

## V. Programme de travail du Groupe intergouvernemental d'experts pour 2016-2020

52. Les principes directeurs définissent les fonctions du Groupe intergouvernemental d'experts, qui, à sa première session, a adopté ses procédures et ses méthodes de travail<sup>61</sup>. La huitième Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble

<sup>59</sup> TD/B/C.I/MEM.4/17.

<sup>60</sup> Voir [www.iso.org/fr/publication/PUB100293.html](http://www.iso.org/fr/publication/PUB100293.html).

<sup>61</sup> TD/B/C.I/CPLP/4.

décidera du programme de travail du Groupe intergouvernemental d'experts pour 2020-2025.

53. La participation aux sessions du Groupe intergouvernemental d'experts s'est accrue au fil des ans ; parmi les participants figurent des agences nationales et régionales de protection du consommateur, des autorités intergouvernementales et des représentants des missions permanentes à Genève, ainsi que d'autres acteurs concernés issus d'organisations internationales, du monde universitaire, d'associations de consommateurs et du secteur privé<sup>62</sup>. À chaque session ont été adoptées des conclusions concertées traduisant le consensus international sur diverses questions de protection du consommateur et fixant le programme de travail intersessions. Au paragraphe 98 des principes directeurs, il est souligné que le Groupe intergouvernemental d'experts ne portera pas de jugement sur les activités ou la conduite d'un État membre ou d'une entreprise dans le cadre d'une transaction commerciale donnée. Le Groupe intergouvernemental d'experts n'a pas reçu de mandat pour réexaminer les principes directeurs avant la huitième Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble.

54. Le Groupe intergouvernemental d'experts a consacré chaque année des débats de haut niveau à la mise en œuvre des principes directeurs, a examiné diverses études et recherches effectuées par le secrétariat de la CNUCED et a tenu des discussions sur la protection du consommateur dans le commerce électronique, le règlement des litiges et la réparation, la sûreté des produits de consommation et l'apport de la protection du consommateur à la consommation durable<sup>63</sup>. Le Groupe intergouvernemental d'experts a de plus organisé des tables rondes sur les défis et les perspectives de l'économie collaborative, la participation des parties prenantes à la réalisation des objectifs de développement durable, la protection du consommateur dans le secteur des services financiers et la protection des consommateurs vulnérables et défavorisés, ainsi que sur les rapports annuels sur le renforcement des capacités et l'assistance technique en matière de législation et de politiques concernant la protection du consommateur. L'Indonésie et le Maroc ont été les deux premiers États à se prêter à titre volontaire à un examen collégial volontaire de leur droit et de leur politique en matière de protection du consommateur et ils ont été suivis par le Pérou, en 2020<sup>64</sup>. Le Groupe intergouvernemental d'experts a lancé deux grands outils de partage des pratiques optimales : la carte mondiale de la protection du consommateur et le catalogue virtuel des pratiques internationales optimales en matière de protection du consommateur et de concurrence ; le catalogue virtuel a été lancé en coopération avec le Pérou sur la base d'une contribution volontaire de ce pays. En marge de chaque session ont été organisées diverses manifestations parallèles.

55. Afin de poursuivre les travaux de ses sessions annuelles tout au long de l'année, de mettre en évidence les pratiques optimales et de faciliter les échanges d'informations et les consultations, le Groupe intergouvernemental d'experts a demandé à la CNUCED de former divers groupes de travail composés de représentants d'États membres et pilotés par eux – sur une base volontaire et sans incidences financières sur le budget ordinaire de l'ONU. Un groupe de travail sur la protection des consommateurs vulnérables et défavorisés a recueilli des données sur les pratiques optimales dans ce domaine, en 2017-2018 et a constaté qu'il n'existait pas de définition unique de la vulnérabilité du consommateur et que dans chaque pays les politiques nationales répondaient aux besoins sociaux et économiques particuliers des consommateurs. Établi en 2017, le groupe de travail sur la protection du consommateur dans le commerce électronique se concentre actuellement sur les pratiques commerciales mensongères et déloyales, l'éducation des consommateurs, l'orientation des entreprises et la coopération transfrontière en matière de respect de la législation. Le groupe de travail sur la sécurité et l'innocuité des biens de

<sup>62</sup> Parmi les organisations internationales et régionales investies d'un mandat en matière de protection du consommateur ayant participé aux sessions figurent l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est, la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale, le Marché commun de l'Afrique orientale et australe, la Commission économique eurasienne, la Commission européenne, l'Organisation des États américains et la Commission économique pour l'Europe.

Voir TD/B/C.I/CPLP/4, TD/B/C.I/CPLP/9, TD/B/C.I/CPLP/15 et TD/B/C.I/CPLP/20.

<sup>63</sup> TD/B/C.I/CPLP/7 ; TD/B/C.I/CPLP/11 ; TD/B/C.I/CPLP/12 ; TD/B/C.I/CPLP/17.

<sup>64</sup> TD/B/C.I/CPLP/6 ; TD/B/C.I/CPLP/13 ; TD/B/C.I/CPLP/18 ; TD/RBP/CONF.9/7.

consommation, mis en place en 2018, a pour mission de renforcer les cadres relatifs à la sûreté des produits de consommation aux niveaux national, régional et international en vue de protéger les consommateurs des risques pour la santé et la sûreté.

56. Le Groupe intergouvernemental d'experts est ainsi parvenu à s'acquitter de son mandat. Il a, entre autres fonctions, offert une tribune pour la tenue de consultations multilatérales, de débats et d'échanges de vues entre les États membres sur des questions ayant trait aux principes directeurs et il a recueilli et diffusé des informations, entrepris des études et des travaux de recherche, procédé à des examens collégiaux dans des pays en développement et des pays en transition et a fourni à ces pays une assistance technique et un appui au renforcement des capacités ; il a en outre rédigé des rapports et recommandations concernant les politiques en matière de protection du consommateur.

## **VI. Travaux futurs et questions à débattre**

57. Dans sa résolution 70/186, l'Assemblée générale a pris note du mandat confié à la CNUCED de réaliser des travaux de recherche et d'analyse et d'aider tous les États Membres à élaborer et appliquer des politiques en matière de protection du consommateur, à promouvoir l'échange de pratiques optimales et à procéder à des examens collégiaux de la mise en œuvre de ces politiques. Les sessions du Groupe intergouvernemental d'experts sont les seules réunions annuelles sur la protection du consommateur où la quasi-totalité des gouvernements sont représentés. La huitième Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble décidera des domaines de travail de la CNUCED en lien avec la protection du consommateur sur la période 2020-2025. Le secrétariat de la CNUCED propose de se focaliser sur les questions nouvelles exposées dans la présente note, en particulier les suivantes :

- a) Les nouveaux défis liés à la protection du consommateur, dont l'évolution de l'économie numérique, la sûreté des produits, l'accès des consommateurs aux biens et services essentiels, les services financiers, le règlement des litiges et la réparation ;
- b) La coopération internationale pour la protection du consommateur ;
- c) Les besoins et problèmes particuliers des consommateurs vulnérables et défavorisés ;
- d) La participation des parties prenantes, à savoir les autorités gouvernementales, les groupes de consommateurs et les entreprises, à la protection du consommateur.

58. La huitième Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble pourrait envisager de débattre des questions suivantes :

- a) Quelles sont les nouvelles tendances et les nouveaux défis en matière de protection du consommateur ?
  - b) Quels sont les domaines des principes directeurs pour la protection du consommateur qui nécessitent un examen et une mise en œuvre plus poussés ?
  - c) Comment mobiliser des ressources extrabudgétaires pour soutenir la mise en œuvre des principes directeurs pour la protection du consommateur et du mandat de la CNUCED en matière de protection du consommateur ?
-