

PROTECTION DES CONSOMMATEURS :

SON IMPORTANCE POUR VOUS



**GUIDE PRATIQUE SUR LES PRINCIPES DIRECTEURS DES NATIONS UNIES
POUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR**





A PROPOS DE CONSUMERS INTERNATIONAL

Consumers International (CI) est la seule organisation de consommateurs indépendante qui agisse en faisant campagne au niveau mondial. CI compte plus de 200 organisations membres présentes dans 120 pays.

Ensemble, nous souhaitons garantir que les consommateurs soient traités équitablement, honnêtement et en toute sécurité.

Notre but est de placer le consommateur au cœur des pratiques des grandes corporations mondiales et de convaincre les organisations internationales telles que les Nations Unies, l'OCDE et le G20 d'agir dans leurs intérêts.

Pour de plus amples informations, consultez le site Internet:
www.consumersinternational.org

Publié par Consumers International en 2016
Consumers International 24 Highbury Crescent London,
N5 1RX, Royaume-Uni



INTRODUCTION

Pour Consumers International (CI), tout le monde a le droit d'avoir accès à des produits sûrs et des services de qualité, à être traité équitablement et de se voir proposer des solutions efficaces en cas de problèmes. Toutefois, certaines personnes peuvent trouver difficiles de se faire entendre ou d'influer sur un changement.

CI travaille en collaboration avec ses membres pour représenter les consommateurs du monde entier et donner du poids à leurs opinions. Dans les années 1980, CI a fait campagne avec succès pour les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur (appelés dans cette brochure les « Principes directeurs »), et a été étroitement impliqué dans leur développement et les révisions ultérieures.

Ces principes directeurs énoncent les grands principes de la protection du consommateur. Ils expliquent les besoins des consommateurs et proposent des conseils pratiques aux organisations pour répondre à ces besoins de la meilleure façon qu'il soit. Grâce à ces précieuses dispositions, les entreprises fournissant des biens et des services aux consommateurs, et celles impliquées dans le développement des politiques nationales en faveur des consommateurs, pourront proposer une qualité constante et une protection efficace aux consommateurs.

Dans la présente brochure, CI décrit les principes clés sur lesquels les principes directeurs sont fondés (p.10), les principales recommandations qu'ils contiennent (p.12), et la façon dont ils peuvent être mis en œuvre (p.7).

CONSEILS PRATIQUES

sur l'utilisation des principes directeurs.
Voir page 8



PRINCIPES DIRECTEURS : INFORMATIONS IMPORTANTES



A QUI SONT-ILS DESTINÉS ?

Les principes directeurs ont pour principal objectif d'apporter des conseils pratiques aux gouvernements et aux entreprises. Ils sont également utiles à tous les organismes concernés par la protection des consommateurs. Ceux-ci peuvent inclure :

- **Groupes et organisations de consommateurs de la société civile** – œuvrant à donner l'autorité aux consommateurs et à les protéger.
- **Ministères** – dont le travail porte sur les consommateurs.
- **Entreprises** – fournissant des marchandises et des services aux consommateurs, qu'elles soient privées ou publiques.





UN BREF HISTORIQUE

Les principes directeurs ont été adoptés par l'ONU en 1985, après une campagne réussie par CI. Ils ont été élaborés par un groupe d'experts venant du monde entier en collaboration avec des représentants de groupes de consommateurs, des gouvernements, de l'industrie et d'autres organisations internationales. Ils ont été révisés en 1999, puis en 2015, afin de veiller à ce qu'ils soient à jour et qu'ils répondent aux défis réels auxquels sont confrontées les personnes réelles.

- **Organismes de normalisation** – publiant des guides gratuits pour les entreprises.
- **Associations professionnelles** – élaborant des codes de bonnes pratiques dans l'industrie.
- **Universitaires** – travaillant dans le domaine de la consommation.

Ces principes directeurs sont une ressource précieuse pour tout organisme, quel que soit son pays d'origine, mais peuvent s'avérer particulièrement utiles dans les zones où la protection des consommateurs doit être renforcée. Les principes directeurs sont applicables à toutes les transactions entre entreprises et consommateurs, qu'elles soient réalisées en ligne ou non, dans leur pays d'origine ou à l'étranger.





GLOSSAIRE

CONSOMMATEUR :

un individu achetant ou utilisant des marchandises ou des services, à des fins personnelles, familiales ou domestiques.

POLITIQUES DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS :

lois nationales, règlements, dispositions, procédures, mécanismes et programmes, ainsi que les normes du secteur privé et les codes de pratique.

ETATS MEMBRES :

pays membres de l'ONU.

LES PRINCIPES DIRECTEURS :

Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur (parfois dénommés PDNUPC).

QUELS SONT LES PRINCIPAUX OBJECTIFS ?

Les principes directeurs visent à protéger les consommateurs en :

- Apportant une protection adéquate à TOUS les consommateurs ;
- Veillant à ce que les marchandises et les services correspondent aux besoins des consommateurs ;
- Encourageant une conduite éthique commerciale des plus rigoureuses ;
- Evitant des pratiques commerciales abusives ;
- Favorisant le développement de groupes de consommateurs indépendants ;
- Renforçant la coopération internationale dans le domaine de la protection des consommateurs ;
- Encourageant le développement de conditions de marché qui donnent aux consommateurs un plus grand choix à des prix plus avantageux ;
- Faisant la promotion d'une consommation durable.

SONT-ILS OBLIGATOIRES ?

Les principes directeurs sont largement reconnus comme étant une référence internationale de bonnes pratiques en matière de protection des consommateurs. Bien qu'ils ne soient pas juridiquement contraignants, leur force vient de leur adoption par l'Assemblée générale des Nations Unies et du consensus entre experts internationaux qui a conduit à leurs reconnaissances.

Les principes et recommandations établis dans ces principes directeurs, bien qu'ils n'aient aucune valeur juridique, font souvent référence à des objectifs spécifiques, qui sont étroitement liés aux principaux droits de l'homme énoncés dans les résolutions et déclarations de l'ONU.



MISE EN APPLICATION DES PRINCIPES DIRECTEURS

Il est reconnu dans les principes directeurs qu'il est impossible d'adopter une seule approche adaptée à tous en raison des conditions culturelles, économiques, sociales et environnementales spécifiques à chaque pays avec différents niveaux de protection des consommateurs.

Ils sont donc basés sur un ensemble de recommandations et de principes généraux qui sont alors applicables à toutes les organisations quel que soit le pays, en leur donnant la liberté d'adapter leur approche en fonction de leur situation.



QUESTIONS À PRENDRE EN COMPTE

Le but principal de l'application des principes directeurs est de développer, renforcer ou continuer une politique forte de protection des consommateurs. Mais, ce faisant, les États membres doivent :

- Fournir ou maintenir une infrastructure adéquate permettant de développer, mettre en œuvre et suivre les politiques de protection des consommateurs ;
- Veiller à ce que tout le monde bénéficie des mesures de protection des consommateurs, en particulier ceux qui sont vulnérables ou défavorisés ou qui vivent dans la pauvreté ou en zone rurale ;
- Etudier les coûts et les avantages des mesures proposées ;
- Veiller à ce que les mesures de protection des consommateurs ne deviennent pas des obstacles injustifiés au commerce international.



CONSEILS PRATIQUES POUR L'APPLICATION DES PRINCIPES DIRECTEURS

CI recommande que les gouvernements, les entreprises et les groupes de la société civile souhaitant bénéficier de ces principes directeurs prennent les mesures suivantes :

- 1 Collaboration** - communiquer avec les parties prenantes au niveau national et international pour un partage d'expériences et d'idées.
- 2 Audit** - évaluer la couverture et l'efficacité des politiques existantes de protection des consommateurs.
- 3 Évaluation** – utilisation des principes directeurs pour identifier les lacunes et mettre en évidence les domaines à améliorer.
- 4 Planification** - élaborer un plan d'action avec des délais réalistes qui détaille le travail nécessaire, les personnes impliquées et la façon dont ces actions seront menées.
- 5 Prise de mesures** – les gouvernements et les entreprises doivent commencer à mettre en œuvre les plans d'action. Les groupes de la société civile doivent s'impliquer en faisant campagne pour le changement. Il sera peut-être nécessaire que toutes les parties prenantes fassent la promotion de ces principes directeurs et de leurs avantages auprès de leurs collègues, du milieu des affaires et de la société au sens large.





PRINCIPES DES CONSOMMATEURS



Les consommateurs sont protégés de différentes façons, par la législation, par les codes de pratiques industrielles, par les normes, par les organismes d'application et par les groupes de consommateurs. Mais le système est plus efficace lorsque que chacun œuvre à des principes et des objectifs communs.

Les principes directeurs identifient les principes généraux qui définissent les besoins les plus importants des consommateurs, ceux dont il faut tenir compte dans toute interaction entre entreprises et consommateurs.

SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Il s'agit donc de protéger la planète sur laquelle nous vivons AINSI que les personnes qui l'habitent.

La mise en œuvre des principes directeurs peut permettre d'atteindre certains des objectifs de développement durable de l'ONU qui ont été adoptés par les dirigeants mondiaux et les États membres en 2015. Ces objectifs incluent : la lutte contre la pauvreté et la faim, la réduction des inégalités, le soutien à la croissance économique et à une bonne santé, l'accès à une eau potable, à l'assainissement et à diverses formes d'énergie durable. Pour en savoir plus sur les objectifs de développement durable, consulter la section « En savoir plus » à la page 19.



DE QUOI LES CONSOMMATEURS ONT-ILS BESOIN ?

LES PRINCIPES DIRECTEURS VISENT À RÉPONDRE AUX ONZE
« BESOINS LÉGITIMES » DES CONSOMMATEURS :



1.

ACCÈS :

possibilité d'accéder aux biens et services essentiels ;



2.

INCLUSION :

protection des consommateurs vulnérables et défavorisés ;



3.

SÉCURITÉ :

protection contre les risques pour leur santé et leur sécurité ;



4.

PROTECTION DES INTÉRÊTS ÉCONOMIQUES :

promotion d'un meilleur rapport qualité/prix et protection contre les risques ;



5.

INFORMATIONS :

accès des consommateurs à des informations claires et précises pour faire un choix éclairé ;



6.

EDUCATION :

aide à comprendre les transactions commerciales et les conséquences environnementales, sociales et économiques de leurs choix spécifiques ;



7.

RÉPARATION :

mise à disposition de services permettant de régler efficacement les différends et de mécanismes de réparation ;



8.

REPRÉSENTATION :

droit de constituer des groupes de consommateurs et de faire valoir leurs vues dans le cadre de décisions de consommateurs ;



9.

DURABILITÉ :

promotion de modes de consommation durables ;



10.

DROITS DE L'E-COMMERCE :

droits à une protection égale pour les consommateurs qui traitent avec des organismes en ligne et hors ligne ;



11.

CONFIDENTIALITÉ :

protection de la vie privée des consommateurs et libre circulation de l'information.



PRINCIPALES RECOMMANDATIONS



Les principes directeurs reconnaissent que de nombreux facteurs contribuent à une protection efficace des consommateurs (voir Fig.1), et donnent des recommandations spécifiques pour chacun.

RECOMMANDATIONS POUR LES GOUVERNEMENTS

Les principes directeurs recommandent que les États membres mettent en place des politiques nationales de protection des consommateurs qui encouragent de bonnes pratiques commerciales. Par exemple, la législation pourrait exiger des entreprises qu'elles fournissent :

- Des coordonnées claires pour permettre aux consommateurs et aux organismes de réglementation et d'application des lois de les identifier et de les contacter ;
- Des informations claires et exactes sur les produits ou les services proposés ;
- Des contrats et des conditions générales de vente clairs, concis et équitables ;
- Un processus transparent de confirmation, d'annulation, de retour et de remboursement des achats ;
- Des méthodes de paiement sécurisées ;
- Des procédures internes et efficaces de réclamation ou un accès à des tiers indépendants pour des résolutions de conflits à moindre frais.

Les États membres doivent veiller à ce que les organismes d'application des lois aient les ressources nécessaires pour promouvoir un respect effectif des politiques de protection des consommateurs et prendre les mesures nécessaires.



CHIFFRE UN

ÉLÉMENTS CLÉS DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS





RECOMMANDATIONS POUR LES ENTREPRISES

La protection des consommateurs commence par l'utilisation de bonnes pratiques commerciales. Les principes directeurs affirment que les entreprises devraient répondre aux besoins légitimes des consommateurs en :

- Traitant les consommateurs de façon équitable et honnête à chaque étape de leur relation ;
- Évitant les pratiques qui présentent des risques inutiles pour les consommateurs, en particulier ceux qui sont vulnérables et défavorisés ;
- Donnant aux consommateurs des renseignements précis sur les biens et les services proposés ainsi que sur les conditions générales de vente, les frais et les coûts pour leur permettre de prendre des décisions éclairées ;
- En aidant les consommateurs à acquérir les connaissances et les compétences nécessaires pour comprendre les risques encourus et en leur donnant accès à une assistance et à des conseils compétents ;
- En utilisant des mesures efficaces de protection de la vie privée et des données personnelles des consommateurs ;
- Offrant un accès facile à des systèmes de règlement des différends équitables, efficaces, transparents et peu coûteux qui peuvent aider les consommateurs à résoudre leurs réclamations en cas de problème.

Les principes directeurs encouragent également l'utilisation de normes nationales et internationales (voir « Informations supplémentaires » à la page 19), qui donnent des indications détaillées sur les bonnes pratiques dans certains domaines spécifiques tels que le e-commerce, les services financiers, le développement durable, la satisfaction du client et le traitement des réclamations.



DOMAINES PRIORITAIRES



Les principes directeurs ont identifié plusieurs domaines particulièrement importants pour les consommateurs. Ces domaines devraient être considérés comme prioritaires par les États membres. Ils détaillent la façon dont les principes de protection du consommateur devraient être utilisés pour chaque domaine pour un maximum d'efficacité.

BIENS ET SERVICES ESSENTIELS

Pour veiller à ce que les consommateurs soient protégés de manière adéquate lors de l'utilisation des biens et services essentiels (eau, énergie, nourriture et médicaments), les principes directeurs recommandent de mettre en place des politiques nationales pour couvrir les points suivants :

- **Surveillance** - inspection et évaluation régulières effectuées par un organisme de contrôle ou de réglementation
- **Qualité du produit** – produit propre, durable, sûr avec traçabilité de ses origines
- **Distribution** - installations de distribution adéquates et sécurisées
- **Approvisionnement** - accessibilité et conditions transparentes pour la facturation, les niveaux de service, les annulations et les paiements
- **Étiquetage** - l'utilisation d'un étiquetage clair et précis pour les consommateurs
- **Éducation** - programmes de sensibilisation et participation des communautés.



SERVICES FINANCIERS

Les préjudices au consommateur par les services financiers peuvent être importants et il est vital d'informer et de protéger les consommateurs dans ce domaine. Les principes directeurs révisés renforcent la protection des consommateurs utilisant des services financiers en recommandant que les États membres :

- Mettent en place des dispositions réglementaires et d'application, avec les organismes de contrôle qui ont l'autorité et les ressources nécessaires pour mener à bien leur mission ;
- Mettent en place des contrôles appropriés pour protéger les biens et les informations financières des consommateurs ;
- Améliorent les stratégies d'inclusion et d'éducation financières qui favorisent une bonne compréhension financière ;
- Fassent preuve d'un traitement équitable, notamment en démontrant toute transparence en cas de conflits d'intérêts et en assumant la responsabilité des actions des agents autorisés ;
- Fournissent des informations claires aux consommateurs sur les frais, les taux de change et tout autre coût, ainsi que les recours en cas de problème ;
- Fassent la promotion de systèmes de prêt et de politiques responsables pour les consommateurs surendettés.





COMMERCE ÉLECTRONIQUE

L'e-commerce est un domaine à croissance rapide et les consommateurs effectuent un nombre croissant de transactions en ligne. Il est vital que les politiques de protection des consommateurs suivent les rapides changements dans ce domaine. Les principes directeurs récemment révisés reconnaissent cette tendance, donnant un niveau de protection des consommateurs équivalent aux transactions effectuées en ligne et hors ligne.

Grâce à l'e-commerce, les consommateurs peuvent plus facilement acheter sur les marchés internationaux. Il est donc important que les niveaux de protection soient cohérents. Les principes directeurs conseillent aux États membres de revoir les politiques de protection des consommateurs actuelles pour tenir compte des caractéristiques particulières du e-commerce (accès à l'information, protection de la vie privée, réparation). Ils soulignent également l'importance d'informer les consommateurs ainsi que les entreprises de leurs droits et obligations sur le marché numérique.





L'AVENIR



Un Groupe intergouvernemental d'Experts (GIE) pour la protection des consommateurs a été créé par la CNUCED pour renforcer la coopération internationale en matière de protection des consommateurs, évaluer l'adoption et la mise en œuvre des principes directeurs dans les États membres, et faire des recommandations quant à leur application. Il est prévu que le GIE effectue des recherches sur les questions de consommation pour veiller à ce que les principes directeurs restent pertinents et efficaces. CI est membre du GIE et représente son adhésion mondiale.





INFORMATIONS SUPPLEMENTAIRES

CONSUMERS INTERNATIONAL

Pour de plus amples informations sur CI, ses membres et son œuvre :

consumersinternational.org

ORGANISMES NATIONAUX DE NORMALISATION

La plupart des pays possède leurs propres organismes nationaux de normalisation qui publient des normes pour aider les diverses organisations à proposer de meilleurs produits et services. Vous pouvez trouver une liste des organismes nationaux de normalisation sur le site suivant :

iso.org/iso/about/iso_members.htm et iec.ch/members

ISO

Pour en savoir plus sur les normes internationales : iso.org et iec.ch

NATIONS UNIES (ONU)

PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Pour en savoir plus sur le Groupe intergouvernemental d'experts pour la protection des consommateurs créé par la CNUCED et pour télécharger une copie gratuite des principes directeurs (disponibles en anglais, français, espagnol, chinois, arabe et russe) :

bit.ly/UNCTAD_CP

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pour en savoir plus sur le Programme des Nations Unies pour le développement durable à l'horizon 2030 ainsi que les objectifs de développement durable :

sustainabledevelopment.un.org/sdgs





Siège International (Londres)
24 Highbury Crescent
Londres N5 1RX, Royaume-Uni

Consumers International est une société à but non-lucratif limitée par garantie, enregistrée en Angleterre et au Pays de Galles (n°4337865) et un organisme caritatif agréé (n°1122155)