



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org

23325

Initiative pour le renforcement
des capacités commerciales

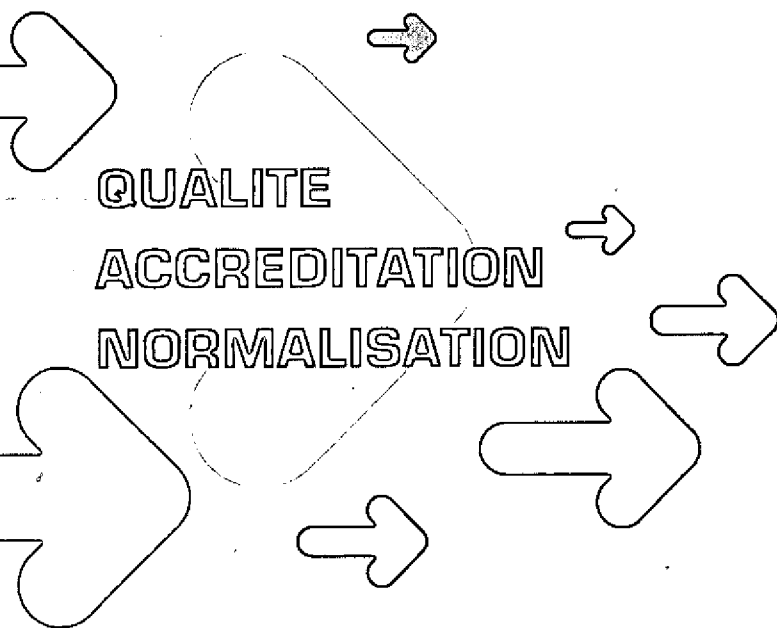
Programme Qualité UEMOA

Pour une meilleure intégration
au commerce international

LE CONSOMMATEUR

destinataire FINAL

de tout dispositif QUALITE



LE CONSOMMATEUR, DESTINATAIRE FINAL DE TOUT DISPOSITIF QUALITE

**LE CONSOMMATEUR,
DESTINATAIRE FINAL
DE TOUT DISPOSITIF QUALITE**

Ce document n'a pas fait l'objet d'une mise au point rédactionnelle.

Les appellations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel, aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention, dans le texte, de la raison sociale ou des produits d'une société n'impliquent aucune prise de position en leur faveur de la part de l'ONUDI. De même, les opinions exprimées dans cette publication ne sont pas celles de l'ONUDI, de l'UEMOA ni de l'Union Européenne.

Remerciements

Cette publication a été réalisée par l'Organisation des Nations unies pour le développement industriel (ONUDI) dans le cadre du "Programme Qualité dans la région de l'UEMOA" ; elle se base sur le travail effectué par l'expert international Me Landing Badji.

L'expert tient à remercier la Commission de l'UEMOA et tout particulièrement M. Ibrahim Tampone, commissaire UEMOA à l'Energie, Mines, Artisanat et Tourisme (DEMIAT) ainsi que Dr Lamine Dhaoui, Responsable de Projets à l'ONUDI dont le Programme Qualité UEMOA.

Ces remerciements s'adressent également à M. Beer Budoo, Responsable de la Cellule technique de coordination près la Commission (CTC) de l'UEMOA à Ouagadougou (Burkina Faso), à ses collègues de la CTC, MM Aka Kouassi, Jean- Michel Lacaze, Bernard Bau et Odile Kindé ainsi qu'aux Coordinateurs techniques nationaux (CTN) du Programme Qualité UEMOA, Georges Ayivi-Houédo (Bénin), Moustapha Gnankambary (Burkina Faso), Raphaël Kossa (Côte d'Ivoire), Suleimane Jalo (Guinée Bissau), Mahamadou Maiga (Mali), Hamidou Lazoumar (Niger), Fatou Thiam (Sénégal) et Francis Négué (Togo).

Il importe ici de souligner l'intensité de la participation des responsables publics de la Commission de l'UEMOA et des Etats membres, des responsables et représentants d'entreprises et de fédérations ou organisations ainsi que de leurs collaborateurs. Ces personnes qui, à différents niveaux et dans des contextes très variés, travaillent à la construction de l'UEMOA de demain méritent d'être admirées et remerciées à la juste valeur de leur dynamisme et de leur conviction.

Avertissement

Ce document présente le mouvement consommateurs de l'UEMOA et évalue l'impact des activités menées par le Programme Qualité en faveur des associations qui le composent. L'auteur ne peut être tenu pour responsable de toute situation résultant de l'utilisation du contenu de l'ouvrage ou de la confiance accordée aux informations ou considérations présentées.

Résumé

C'est lorsqu'ils ont commencé à supporter les conséquences de la réduction drastique par les Etats des budgets concernant les secteurs sociaux tels que l'éducation, la santé et le transport d'une part ; et de la suppression des subventions des prix des denrées de première nécessité, que les consommateurs de l'UEMOA ont commencé à s'organiser.

Toutefois, leurs organisations rencontrent encore des difficultés pour s'implanter et pour être crédibles au niveau des Etats et des entreprises. Afin de leur permettre de jouer leur rôle dans la promotion et la défense de la qualité, le Programme Qualité UEMOA a mené des actions qui en ont fait des partenaires recherchées.

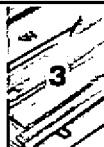
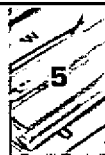


TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	6
I - DES ASSOCIATIONS A LA FOIS MARGINALISEES PAR LES ETATS ET IGNOREES PAR LES ENTREPRISES	9
1 • Contexte d'évolution des associations	9
2 • Difficultés des associations	10
3 • La méfiance des Etats et des entreprises	11
3.1 • L'absence d'une loi protégeant les consommateurs et ses conséquences	11
3.2 • L'ostracisme de l'administration et la prudence des entreprises	13
II - LE CONSOMMATEUR, MAILLON ESSENTIEL DE TOUT DISPOSITIF EN MATIERE DE QUALITE	15
1 • Le recensement des associations	15
2 • L'étude comparative	16
2.1 • Les associations pour la promotion de la qualité dans l'espace UEMOA	17
2.2 • Modifier la procédure de reconnaissance des associations des consommateurs et leur accorder certains droits	18
3 • Les formations dispensées aux leaders des associations des consommateurs	19
4 • La législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs	20
4.1 • Le règlement communautaire sur la concurrence : une protection indirecte et incomplète du consommateur	20
4.2 • La nécessité d'un règlement communautaire sur l'information et la protection du consommateur	21

III - DES ASSOCIATIONS MIEUX PERÇUES ET PLUS OUTILLEES	23
1 • Des partenariats désormais souhaités entre les Etats, les entreprise et les associations	23
1.1 • Qu'est-ce que c'est que l'Etat ?	23
1.2 • Des partenariats aussi avec les entreprises	24
2 • Le principe de la subvention aux associations par les Etats	24
3 • Visite d'une entreprise ayant adopté la démarche qualité	25
4 • La légitimation des associations des consommateurs auprès de l'UEMOA	25
5 • La mise en réseau des associations des consommateurs	26
6 • Le projet de législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs	27
6.1 • Un projet partagé	27
6.2 • Le projet, une offre de produits et de services de qualité	27
7 • Une action de pérennisation du programme	30
 BIBLIOGRAPHIE	 31
 ANNEXES	 34



INTRODUCTION

Stuart Chase et Frederik J. Shlink, en publiant leur livre "Your Money's Worth" (la valeur de votre argent) en 1927, ont démontré les premiers comment le gouvernement américain, les universités, l'armée ainsi que d'autres grandes organisations testaient les produits afin d'acheter celui de meilleure qualité et le moins cher. Pourquoi dès lors, se sont-ils demandé, les consommateurs ne devraient-ils pas accéder à de telles informations ?

Pour eux, en effet, les consommateurs ont besoin d'une information juste afin d'acheter le produit de meilleure qualité au meilleur prix.

C'est au début du dix neuvième siècle qu'ont démarré la production des biens en série et leur distribution sur des sites éloignés l'un de l'autre. Ce livre connut un tel succès que neuf années après sa publication, la première association, Consumers Union (Union des consommateurs des Etats-Unis) fut créée. Mais, c'est seulement dans les années 1950 que les associations des consommateurs vont émerger en Europe, si bien que, dès 1960, fut créée l'Organisation internationale des unions de consommateurs (IOCU).

Cet événement eut un grand écho dans le monde. Aussi, deux années après, le 15 mars 1962, le président des Etats-Unis d'Amérique, John F. Kennedy déclara devant le Congrès : *"Par définition, nous sommes tous des consommateurs... Ils représentent le groupe économique le plus important. Ils sont les premiers touchés par toutes les décisions des institutions publiques et privées. Mais hélas, leur point de vue n'est jamais entendu"*.

C'est à cette occasion qu'il préconisa la reconnaissance et la garantie de quatre (4) droits du consommateur : le droit à la sécurité des produits, le droit à l'information, le droit au choix et le droit à la représentation. C'est pourquoi depuis, le 15 mars de chaque année est célébré par leurs associations comme la Journée internationale des consommateurs.

L'apparition des associations des consommateurs dans les pays membres de l'Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA) date des années 1990. Leur émergence, il faut le reconnaître et s'en féliciter, est pour beaucoup, le résultat d'actions multiformes menées sur le terrain par l'IOCU qui s'était déjà imposée à l'échelle du monde comme la seule organisation représentative des consommateurs, reconnue comme telle, y compris par l'ONU.

L'Organisation des Nations Unies, on le sait, a déployé beaucoup d'efforts depuis 1948 pour élaborer plusieurs instruments juridiques visant à faire reconnaître, promouvoir et protéger les droits humains fondamentaux. Pourtant, c'est seulement en 1981 - à la suite d'une longue activité de lobbying de IOCU - que son Conseil économique et social prit conscience de la nécessité de "s'appuyer sur un cadre directif international qui permette de guider et d'encourager de nouveaux efforts en faveur de la protection du consommateur".

Auparavant, à la fin des années 1970, ce conseil avait déjà admis que "la protection du consommateur constituait un élément important du développement économique et social". Ce sont ses diverses initiatives qui ont permis l'adoption, par consensus de tous les Etats membres de l'organisation, des Principes directeurs pour la protection du consommateur (PDPC) aux termes de la résolution 39/248 de l'Assemblée générale et ce, le 09 avril 1985.

Ce vote légitimera définitivement les droits du consommateur en tant que tels sous la forme de huit (8) droits fondamentaux : le droit à la satisfaction des besoins essentiels, le droit à la sûreté des produits, le droit à l'information, le droit au choix, le droit à la représentation, le droit au recours, le droit à l'éducation et le droit à un environnement sain seront ainsi universellement adoptés comme devant être reconnus et protégés par les législations de tous les Etats membres de l'ONU. En effet, quand bien même les PDPC n'ont été votés que par une résolution et non une convention internationale applicable par tous les Etats qui l'auraient ratifiée, ils restent un instrument juridique et aucun Etat membre de l'ONU ne peut concevoir et/ou mettre en œuvre une législation ou une réglementation de nature à compromettre ou à réduire leur portée ou leur objectif.

L'ONU a reconnu les huit (8) droits fondamentaux du consommateur comme à la fois des droits essentiels, universels et interdépendants. C'est pourquoi, avant l'extension des P.D.P.C, la plupart des activités touchant à la protection de l'environnement et au développement durable mettaient l'accent sur la nécessité de rendre les procédés de production moins polluants et plus sûrs. Depuis l'incorporation, en 1999, des Principes directeurs sur la promotion de la consommation durable, il est devenu évident que l'Etat en particulier a une responsabilité dans la promotion de ce neuvième droit du consommateur.

L'adoption des P.D.P.C aurait dû faciliter l'implantation du mouvement consommateur en Afrique dont certaines associations existant dans l'UEMOA sont les pionnières dans les pays francophones du continent. Mais les PDPC furent pendant longtemps méconnus des gouvernements dont la plupart en ignorait l'existence au début des années 1990, comme du reste aujourd'hui encore dans une certaine mesure.

Par conséquent, malgré les actions multiformes de IOCU puis de Consumers International (Organisation internationale des consommateurs (OIC, sa nouvelle dénomination), pour vulgariser et promouvoir les PDPC, les associations des consommateurs, notamment dans l'UEMOA, n'en ont pas encore réellement tiré avantage.

En effet, les Etats, ainsi que la plupart des entreprises, se méfiaient d'elles ; ce qui empêcha l'instauration d'un dialogue véritable pouvant déboucher sur des partenariats sains. Partant, ces associations n'ont - sauf de rares exceptions - jamais été soutenues ni par les Etats, ni par certaines entreprises industrielles qui tirent pourtant profit de leurs campagnes contre les produits frelatés ou impropres à la consommation. Dès lors, ces lourds



handicaps institutionnels – dont l'inexistence d'une loi spécifique protégeant les consommateurs - se sont ajoutés aux handicaps naturels que sont l'absence de budget, l'absence de siège fonctionnel ou de personnel permanent pour animer ces associations et les rendre visibles. Bien qu'elles soient représentées dans plusieurs commissions administratives mixtes, elles accèdent difficilement aux médias tant publics que privés et ont par conséquent d'énormes problèmes de mobilisation.

C'est en quelque sorte l'état des lieux et le contexte dans lequel les associations des consommateurs de l'UEMOA menaient leurs activités à la veille de l'élaboration par cette organisation et l'ONUUDI, avec le soutien financier de l'Union Européenne, du *"Programme pour la mise en place d'un système d'accréditation, de normalisation et de promotion de la qualité au sein de l'UEMOA"*, communément appelé *"Programme Qualité UEMOA"*.

Ce programme, dont l'objectif est de faciliter la participation des pays de l'UEMOA au commerce régional et international à travers le développement et la mise en place de systèmes d'accréditation, de normalisation et de promotion de la qualité, était convaincu, dès le départ, que le consommateur est à la fois le maillon essentiel et le destinataire final de tout dispositif qualité.

Aussi a-t-il mené au profit des associations des consommateurs, des actions de formation et élaboré une législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs de l'UEMOA. Auparavant, afin de bien concevoir ces activités, le Programme Qualité UEMOA avait fait procéder au recensement de toutes les associations des consommateurs ayant une existence légale dans les huit (8) pays membres de l'Union et a aussi mené une étude pour les comparer avec les associations pour la promotion de la qualité. Parmi les diverses actions menées par le Programme, figurent aussi la mise en réseau des associations des consommateurs et la mise en place d'un fonds documentaire.

Organisation dans chaque pays d'une campagne nationale d'information et de protection des consommateurs !

A l'heure du bilan, peut-on soutenir que ces actions ont été utiles ? Quels impacts ont-elles eues sur les associations des consommateurs et les consommateurs en général ? Avant de répondre à ces questions, nous allons d'abord démontrer que pendant longtemps, ces associations étaient marginalisées par les Etats et ignorées par les entreprises. Ensuite, nous passerons en revue les actions menées afin de prouver que, pour le Programme, il ne faut jamais perdre de vue que le consommateur est le destinataire final de tout dispositif qualité. Dans une troisième partie enfin, nous montrerons que le Programme Qualité UEMOA a beaucoup apporté aux associations des consommateurs et aux consommateurs de l'Afrique de l'Ouest en général.

I - DES ASSOCIATIONS A LA FOIS MARGINALISEES PAR LES ETATS ET IGNOREES PAR LES ENTREPRISES

Dans tous les pays membres de l'Union, la création des associations des consommateurs obéit au régime juridique dit de la déclaration préalable. En d'autres termes, la loi reconnaît à tout citoyen jouissant de ses droits, celui de créer librement une association qui est le contrat par lequel, au moins deux personnes physiques ou morales, mettent en commun leur activité et au besoin certains biens, dans un but autre que le partage de bénéfices.

L'association se distingue ainsi de la société dont l'objet juridique est le partage des bénéfices ou des pertes qui résulteront de l'activité. C'est pourquoi, on dit de l'association qu'elle ne peut pas avoir un but lucratif.

Le régime de la déclaration préalable signifie que chaque association est tenue, avant de démarrer ses activités, de déclarer sa création en faisant enregistrer ses statuts auprès de l'autorité compétente, laquelle les transmettra au ministre compétent qui, après vérification, en délivrera récépissé.

Les associations des consommateurs dans l'UEMOA répondent toutes à la définition juridique de l'association et ont une existence légale. Mais dans quelles conditions mènent-elles leurs activités ?

1 - CONTEXTE D'ÉVOLUTION DES ASSOCIATIONS

Les associations des consommateurs de l'UEMOA, comme celles des autres pays du monde, ont toutes comme objets statutaires, la promotion, la vulgarisation, la protection et la défense des intérêts matériels et moraux des consommateurs. C'est d'ailleurs pourquoi, plusieurs d'entre elles sont membres de l'Organisation internationale des consommateurs, même si, faut-il le souligner, l'adhésion à celle-ci n'est possible que lorsque ses propres conditions – qui ne concernent pas seulement les critères juridiques – ont été remplies par l'association candidate.

Elles ont, pour la plupart, été créées juste après l'acceptation et la mise en œuvre par la quasi-totalité des États membres de l'UEMOA des premiers Programmes d'Ajustement Structurels (PAS) élaborés par les institutions financières internationales dès les années 1980. C'est dire donc que les consommateurs, en majorité des pauvres, étaient obligés

de prendre bonne note de la fin d'une certaine manière de l'Etat providence. Concrètement, ils sont restés impuissants devant la réduction drastique des budgets concernant les secteurs sociaux (éducation, santé, transport, en particulier) et la suppression des subventions accordées naguère par les Etats pour maintenir les prix des denrées de première nécessité à des niveaux qui les rendent accessibles. A cela, viendra s'ajouter la privatisation des sociétés de service public telles que les sociétés chargées de l'exploitation de l'eau, de l'électricité et du téléphone. Ce qui s'est traduit par une augmentation des tarifs de leurs prestations par les sociétés concessionnaires, avec la bénédiction des Etats, alors que la qualité de leurs services reste parfois nulle.

Si le contrôle de la qualité des produits alimentaires est effectué, il permet à l'administration compétente d'empêcher la commercialisation des produits falsifiés ou des denrées corrompues. En effet, le contrôle de la qualité des produits a, non seulement pour but d'y rechercher la présence ou non de certains contaminants tels les mycotoxines produites par les moisissures, mais aussi de rechercher la présence de résidus de pesticides ainsi que ceux des métaux lourds comme l'arsenic, le plomb, le mercure, le chrome, l'étain et le nickel dans les produits alimentaires. Or, la réglementation sur ce type de contrôle est lacunaire voire muette dans les pays de l'UEMOA. Pire, le contrôle de qualité en général est, à bien des égards, théorique, soit à cause d'une réglementation inadaptée et disparate, soit surtout parce que les moyens humains et matériels pour l'effectuer dans les règles de l'art font défaut. Alors que les Etats –dont c'est la responsabilité au premier chef– n'appliquent aucun programme d'information ou d'éducation des consommateurs sur leurs droits en général ou sur les enjeux de la qualité des produits. Si l'on sait que le taux d'analphabétisme est assez élevé dans la sous-région, on peut aisément comprendre que dès leur création, les associations des consommateurs doivent faire face à plusieurs difficultés.

2 - DIFFICULTÉS DES ASSOCIATIONS

Les ressources financières qui devraient permettre aux associations de défendre efficacement les intérêts des consommateurs devraient provenir théoriquement des cotisations annuelles de leurs membres, des droits d'adhésion et des dons et legs. Mais la réalité est tout autre. Non seulement le montant des cotisations annuelles ne dépasse guère 2000 francs CFA, mais elles ne sont versées que par très peu de membres et de façon épisodique. Dès lors, n'ayant pas, en fait, de ressources financières dignes de ce nom, la plupart des associations utilisent les locaux professionnels de leur président comme siège et comme lieu de réunions.

Certaines d'entre elles disposent d'un préposé à la saisie de documents voire d'un planton ou d'un gardien, ces personnes faisant office de personnel ; aucune d'entre elles n'a pu recruter et avoir à sa disposition un personnel permanent qualifié. En effet, leurs dirigeants étant des personnes bénévoles, elles ne se consacrent à l'association que pendant leur temps de repos ou de loisir. C'est pourquoi, il est indispensable que les associations puissent recruter un personnel salarié permanent pour accueillir les consommateurs, les informer, les assister, coordonner leurs activités ainsi que celles de leurs membres, notamment du bureau. Par ailleurs, la plupart des associations ne disposent pas d'un équipement informatique complet et en état de marche, ce qui les empêche d'accéder à la masse d'informations disponibles sur Internet par exemple. Elles n'ont même pas de photocopieuses.

Les associations des consommateurs ont aussi un accès limité aux puissants moyens de communication que sont les médias, publics ou privés. Soit par ostracisme ou par méfiance, l'on a tendance à les assimiler à l'opposition politique ou encore parce qu'elles ne peuvent pas prendre en charge financièrement tous les aspects liés au déplacement et au travail de l'équipe du média invité pour couvrir une manifestation. Par conséquent, les associations ont d'énormes difficultés pour mobiliser les consommateurs et pour s'implanter dans le pays.

Néanmoins, leur lobbying et les rares revendications qu'elles essaient tant bien que mal de poser sont celles qui gênent le plus les Etats. En effet, elles soulèvent des problèmes concrets des consommateurs : accès à l'eau potable, au transport public, à l'électricité, aux soins de santé. Et ce sont des questions sur lesquelles les Etats sont obligés d'apporter des réponses urgentes et claires. Contrairement aux revendications souvent générales et nécessairement corporatistes des syndicats des travailleurs ou encore aux revendications « de programme » des partis politiques qui n'en promettent la mise en œuvre qu'une fois arrivés au pouvoir. C'est pourquoi, les associations des consommateurs mènent, malgré leurs difficultés, des activités plus citoyennes parce que susceptibles d'obliger les Etats à assumer leur mission fondamentale de protection et de défense de l'intérêt général. Voilà pourquoi aussi elles sont redoutées, surtout par les Etats qui les marginalisent depuis de longues années. Si bien qu'aux difficultés classiques exposées ci-dessus, s'ajoutent des handicaps résultant de l'attitude des Etats et des entreprises à l'égard des associations des consommateurs. En effet, il n'existe pas encore une franche collaboration entre les Etats et les associations des consommateurs.

3 - LA MÉFIANCE DES ETATS ET DES ENTREPRISES

Malgré le fait qu'ils ont tous participé au sein de l'Assemblée générale de l'ONU à l'adoption des PDPC, les gouvernements des pays membres de l'UEMOA les ont pendant très longtemps ignorés.

3.1 L'ABSENCE D'UNE LOI PROTÉGEANT LES CONSOMMATEURS ET SES CONSÉQUENCES

Ainsi, par exemple, ils n'ont pratiquement tiré aucune conséquence du point 22 des PDPC : *"Les gouvernements devraient, dans le contexte national, promouvoir la formulation et l'application par le secteur privé, en coopération avec les organisations des consommateurs, de codes sur la promotion des ventes et autres pratiques commerciales, afin de veiller à ce que le consommateur bénéficie d'une protection adéquate..."*.

En lieu et place, les législations de monopole concernant les services publics de l'eau, de l'électricité et du téléphone, par exemple, violent gravement ce principe, puisqu'elles ne réglementent nullement les clauses abusives ou encore les contrats d'adhésion. Ce qui remet en cause certains principes juridiques fondamentaux qui gouvernent les contrats. Par exemple :

- le contrat est, juridiquement, un accord de volontés générateur d'obligations pour chacune des parties. Aussi, pour qu'un contrat puisse valablement lier deux personnes, la loi exige qu'elles y consentent chacune librement et en toute connaissance de cause. Or, ces conditions ne sont pas réunies dans le contrat d'adhésion.



- les contrats d'adhésion obligent les consommateurs à accepter, à l'avance, les modifications que la société concessionnaire pourrait apporter sur certaines clauses du contrat sans les avoir consultés au préalable. C'est ainsi qu'ils sont obligés d'accepter les modifications des montants des redevances ou taxes que la société pourra ainsi ajouter sans coup férir au tarif de ses prestations.
- une des clauses abusives impose aux consommateurs le droit pour la société concessionnaire de suspendre unilatéralement la fourniture de la prestation de service même en cas de contestation justifiée de sa facture échue. Et ce, sans l'autorisation préalable du tribunal.

Ces exemples prouvent l'inexistence, dans tous les pays de l'UEMOA, d'une loi spécialement conçue pour protéger les consommateurs. Une telle loi aurait pu donner corps aux points 28 et 29 des PDPC qui prescrivent respectivement que :

- Les gouvernements devraient instituer ou faire appliquer des mesures d'ordre juridique ou administratif pour permettre aux consommateurs ou, le cas échéant, aux organisations concernées, d'obtenir réparation par des procédures, officielles ou non, qui soient rapides, équitables, peu onéreuses et d'utilisation facile. Ces procédures devraient tenir compte en particulier des besoins des consommateurs à faibles revenus.
- Les gouvernements devraient encourager toutes les entreprises à régler les différends avec les consommateurs à l'amiable, équitablement et avec diligence, et créer des mécanismes volontaires et des procédures de recours officieuses susceptibles d'aider les consommateurs.

Ces points consacrent le droit des consommateurs au recours ou à la réparation des torts, c'est-à-dire l'ensemble des règles et/ou mesures permettant aux consommateurs d'obtenir la réparation du préjudice (perte ou manque à gagner) qui leur aura été causé par un fabricant, un distributeur ou un prestataire de service. Or, même si au sein de l'UEMOA tous les Etats reconnaissent au consommateur pris individuellement et qui s'estime lésé, le droit de saisir le tribunal compétent pour obtenir réparation de son préjudice, sa mise en œuvre ou sa jouissance effective est soumise à des conditions financières, administratives ou procédurales qui le vident de tout contenu. Ces conditions font de ce droit, un droit purement théorique pour la quasi-totalité des consommateurs.

En effet, non seulement les tribunaux restent très éloignés, géographiquement parlant, des consommateurs qui doivent payer pour s'y faire transporter mais la procédure à suivre pour les saisir valablement ne peut être mise en œuvre que par un avocat. Ce qui oblige les consommateurs à en constituer et pour ce faire, à payer des honoraires souvent hors de leur portée. Mais avant, ils doivent payer les services d'un huissier de justice pour faire convoquer devant le tribunal leur adversaire, puis, s'acquitter des frais dits de justice au receveur, un fonctionnaire de l'Etat. Si ces frais ne sont pas payés, le greffier en chef du tribunal ne transmettra pas de dossier au tribunal. Cette situation est, en quelque sorte, un frein à l'activité revendicative des associations qui, en cas d'échec d'une négociation, ne peut pas saisir les tribunaux compétents. L'inexistence d'une loi spécifique protégeant les consommateurs résulte certes de la méconnaissance, par les Etats membres de l'Union, des PDPC mais aussi et surtout de leur méfiance vis-à-vis de ces associations qu'ils considèrent généralement comme des opposants au parti au pouvoir. Dès lors, les Etats estiment que ces associations mènent des activités qui les déstabilisent et qui, partant, favorisent les partis politiques d'opposition.

C'est aussi cette méfiance qui justifie – sauf trois exceptions – que les Etats refusent jusqu'à présent d'accorder des subventions aux associations des consommateurs afin de les aider à mieux assumer leurs missions. Pourtant, les actions encore timides actions d'éducation qu'elles mènent à travers leurs campagnes de lobbying, de défense de l'intérêt général par le biais de quelques unes de leurs revendications, sont des activités de service public. En d'autres termes, ce sont des activités qui auraient dû être menées par les Etats eux-mêmes qui sont donc ainsi supplées dans certaines de leurs missions fondamentales. C'est pourquoi, la subvention, directe ou indirecte, des associations des consommateurs par les Etats est largement justifiée. En ne les subventionnant pas, les Etats les privent ainsi de moyens qui auraient pu faciliter certaines de leurs activités. En plus, les administrations développent à leur égard un certain ostracisme qui ne favorise pas leur crédibilité auprès des consommateurs en général.

3.2 L'OSTRACISME DE L'ADMINISTRATION ET LA PRUDENCE DES ENTREPRISES

En effet, même si certains services de l'Etat (Commerce intérieur, Santé) ont créé des commissions mixtes où les associations des consommateurs sont consultées sur certaines questions, la collaboration, au bilan, est loin d'être franche. Mise à part celle qui a lieu au sein des Commissions de contrôle des prix des hydrocarbures – produits dont les prix ne sont pas encore libéralisés – l'on a plutôt tendance à utiliser les associations comme des faire valoir dont on s'accommode pour leur lobbying.

D'autre part, c'est une collaboration mal assumée par les associations qui n'ont généralement pas l'expertise nécessaire pour bien préparer leur participation pleine et entière à ces commissions, en toute connaissance de cause. Il s'agit là d'un problème de renforcement des capacités des associations et rien n'empêche les Etats de les prendre en charge.

Par ailleurs, puisque certaines entreprises ont souvent été la cible de campagnes de dénonciation, pour avoir mis sur le marché des produits périmés ou contenant des corps étrangers (cafards par exemple), les associations des consommateurs sont généralement ignorées car la plupart d'entre elles redoutent ce type d'actions qui, relayées généralement par les médias, ont des effets directs sur leur production et leur image. C'est pourquoi d'ailleurs, certaines entreprises pensent que ces actions sont, pour certaines associations des consommateurs tout au moins, des méthodes de dénigrement pur et simple, voire de pression pour obtenir des subsides. Si bien que ce sont les associations des consommateurs en général qui payent le plus lourd tribut de l'absence de relations saines avec les entreprises. Or, si la confiance existait entre ces deux parties, des cadres de concertation auraient pu être créés de manière à éviter certaines campagnes intempestives de dénonciation des entreprises dans les médias. Mais il faut aussi reconnaître que les associations elles mêmes ne vont pas vers les entreprises pour leur parler et corriger ainsi cette mauvaise image parce qu'elles pensent – comme les consommateurs non avertis – que ce serait là une façon de se compromettre. Une telle opinion découle de lacunes dans le renforcement de leurs capacités comme signalé plus haut.

Si donc les Etats et les entreprises ont une méfiance réelle à l'égard des associations des consommateurs, il faut noter qu'aucune relation digne de ce nom n'existe entre elles et l'Union économique et monétaire ouest africaine. Le premier contact officiel entre cette

organisation et les associations n'a eu lieu qu'après l'entrée en vigueur, le 1er janvier 2003, de la législation communautaire sur la concurrence. C'est à cette occasion, en effet, que l'UEMOA a organisé à Dakar un séminaire de vulgarisation de son Règlement à leur intention.

Cette attitude n'a, à notre connaissance, aucune explication officielle venant de cette organisation. Elle est toutefois incompréhensible dans la mesure où c'est en fonction de ses choix sur le marché que le consommateur sanctionne la compétition intervenue entre les offreurs. En définitive, c'est son attitude sur le marché qui rend les mécanismes concurrentiels efficaces. En d'autres termes, les offreurs et les consommateurs sont les acteurs du marché, le consommateur étant le destinataire final des bienfaits de la concurrence, parce que pour triompher de la compétition, les offreurs doivent tout faire pour lui donner entière satisfaction, notamment en ce qui concerne la qualité de leurs produits ou services.

C'est pourquoi, le consommateur a été au cœur du Programme Qualité UEMOA.

II - LE CONSOMMATEUR, MAILLON ESSENTIEL ET DESTINATAIRE FINAL DE TOUT DISPOSITIF QUALITE

Le Programme Qualité UEMOA a pour objectifs, faut-il le rappeler, la mise en place d'un système de normalisation, de certification, d'accréditation et de promotion de la qualité à l'échelle du marché unique constitué par l'Union économique et monétaire ouest africaine. En d'autres termes, ce système vise à rendre compétitives les entreprises des pays membres de l'Union, c'est-à-dire à leur permettre de fabriquer des produits capables de rivaliser avec tous les autres, des produits capables de satisfaire les attentes des consommateurs, en somme, des produits de bonne qualité. Un tel programme ne pouvait ignorer le rôle irremplaçable que doit jouer le consommateur afin que ces objectifs soient pleinement atteints. C'est pourquoi, au sein de ses organes d'exécution créés dans chaque Etat membre (les Comités nationaux de pilotage), le Programme y a fait représenter les associations des consommateurs, non seulement pour qu'elles se l'approprient, mais aussi pour leur permettre de participer à sa mise en œuvre et contribuer ainsi à l'enrichir surtout au niveau national et à rectifier ce qui devrait l'être. Mais, à l'échelle de l'UEMOA et ce, dans un souci de cohérence, le Programme Qualité a conçu et exécuté plusieurs activités au profit des associations des consommateurs afin de leur permettre d'y jouer leur rôle.

1 - LE RECENSEMENT DES ASSOCIATIONS

Après avoir fait des associations des consommateurs des partenaires de sa mise en œuvre, le Programme, afin de mieux connaître ce mouvement social qui, en Afrique, dispose certainement du plus grand potentiel de développement, a commandé une étude visant à recenser les associations des consommateurs au niveau de chaque pays membre de l'UEMOA ainsi que tous les textes législatifs et réglementaires censés informer et/ou protéger, *directement ou indirectement les consommateurs.*

Ainsi, chacune des associations ayant une existence légale dans le pays, a pu être rencontrée pour expliquer quand et comment elle a été créée, parler de ses membres et des difficultés qu'elle rencontre ; de ses activités, de son budget, de ses relations avec l'Etat et avec les médias.

Cette étude a permis au Programme Qualité de bien comprendre le contexte dans lequel les associations des consommateurs ont été créées ; de connaître leurs difficultés telles qu'exposées plus haut ; de recenser les très nombreux arrêtés et décrets réglementant le contrôle de la qualité des produits mais qui, à l'étude, se sont révélés incomplets en ce qui concerne, par exemple, leur objet, voire inadaptés à la période post-indépendance en ce qui concerne le montant des amendes. Le recensement des associations a aussi per-

mis d'établir une base de données sur toutes les associations des consommateurs de la sous-région et d'apprendre que dans aucun des pays membres de l'UEMOA, il n'existe une loi spécifique protégeant les consommateurs.

Cette étude terminée et assimilée, le Programme Qualité en a commandé une deuxième. Ce fut l'étude comparative associations des consommateurs, associations pour la promotion de la qualité et leurs besoins de renforcement ; ainsi que l'évaluation du dispositif juridique de protection des consommateurs et de l'environnement sur la performance de l'entreprise.

2 - L'ÉTUDE COMPARATIVE

Bien qu'elles soient des associations au sens juridique du terme et qu'elles soient créées selon le régime de la déclaration préalable comme les associations des consommateurs, les personnes physiques ou morales qui adhèrent aux associations pour la promotion de la qualité s'y engagent pour vulgariser et promouvoir d'autres idées.

Ces associations considèrent, en effet, que la qualité des produits est une exigence de la compétitivité des entreprises et que, sous ce rapport, le management pour la qualité est l'un des domaines où un consensus peut et doit être trouvé dans la mesure où, améliorer la qualité du travail aussi bien dans les entreprises privées que dans les services publics, constitue un enjeu capital pour l'avenir de toute économie. C'est pourquoi, les associations pour la promotion de la qualité sont convaincues que la participation des travailleurs à l'organisation de la production dans les entreprises est le meilleur moyen pour améliorer la productivité et pour assurer leur épanouissement dans le travail.

Le management pour la qualité est un ensemble de techniques, de méthodes et de comportements conçus comme une stratégie à mettre en œuvre pour mobiliser toute l'entreprise afin de produire des biens ou des services de qualité et obtenir ainsi la satisfaction du consommateur à un moindre coût.

Voilà pourquoi, les associations pour la promotion de la qualité ont pour buts statutaires la promotion "...et la mise en œuvre de la démarche qualité et du management participatif...". En d'autres termes, il s'agit ici de la promotion de la qualité dans la production et l'implication des travailleurs de l'entreprise dans la conception et l'organisation des activités de production. Afin d'atteindre leurs objectifs, elles privilégient la formation du personnel des entreprises, du directeur général à l'ouvrier de la plus petite catégorie professionnelle. Contrairement aux associations des consommateurs, les associations pour la promotion de la qualité ont vocation à mener leurs activités statutaires au sein des entreprises où il faut convaincre les directeurs généraux d'abord, de la pertinence de la démarche qualité et de son caractère incontournable. Si tant est, bien évidemment, que l'entreprise veuille conserver ses parts de marché et en conquérir d'autres. C'est pourquoi, l'entreprise n'est pas seulement un partenaire mais doit être membre de l'association pour la promotion de la qualité. Elle peut même prendre l'initiative de la créer parcequ'elle a intérêt à confier les questions liées au conseil et à la formation relatives à la qualité, à un cadre juridique distinct. Le Programme Qualité a tiré plusieurs autres enseignements de l'étude comparative.

2.1 - LES ASSOCIATIONS POUR LA PROMOTION DE LA QUALITÉ DANS L'ESPACE UEMOA

De tous les huit pays membres de l'UEMOA, seule la Guinée-Bissau ne dispose pas d'association pour la promotion de la qualité. Au Sénégal, il en existe une seule, dont la particularité est la promotion de la qualité du matériel et des installations électriques. Cette association a été créée à l'initiative de la Société nationale de production et de distribution de l'énergie électrique (SENELEC) ; elle est dénommée Association pour la Promotion de la Qualité du matériel et des installations électriques (PROQUELEC). Avec l'Association Burkinabé pour le Management de la Qualité (ABMAQ) au Burkina Faso et l'Association nigérienne pour la démarche qualité (ANIDEQ) au Niger, elles sont les trois seules associations créées par des entreprises qui en sont membres et qui y sont majoritaires. Toutes les autres existent par la seule volonté de citoyens, certes préoccupés par la qualité mais qui ne sont pas des dirigeants d'entreprises. Ces citoyens –juridiquement libres de les créer- se trouvent ainsi confrontés dès la constitution de ces associations, à la méfiance des entreprises. En effet, puisqu'elles ne les ont pas créées, elles n'en connaissent pas les dirigeants. C'est pourquoi, à tort ou à raison, les chefs d'entreprises considèrent que sous couvert de formation à la démarche qualité, ces associations cherchent à syndiquer leurs employés, voire à recueillir des secrets de fabrication ou autres qui seront vendus à leurs concurrents. C'est, entre autres, les raisons pour lesquelles les entreprises n'adhèrent pas à ces associations ou refusent de les solliciter pour des formations à la démarche qualité.

Pour autant, même les associations pour la promotion de la qualité créées par des entreprises ont leurs faiblesses qui les empêchent souvent d'être viables.

2.1.1 - Le cadre juridique des organismes de normalisation doit être modifié

L'investissement privé est un droit reconnu par toutes les constitutions des pays membres de l'UEMOA. Mais celles-ci prescrivent que c'est l'Etat qui doit protéger le droit de produire, de vendre et de s'enrichir à partir de l'entreprise. Or, deux des droits fondamentaux reconnus aux consommateurs sont ceux relatifs à la sûreté et à la sécurité des produits et services afin que leur santé soit préservée.

C'est donc l'Etat qui doit être en première ligne pour édicter les normes susceptibles de protéger la santé des consommateurs. C'est aussi l'Etat qui a pris l'initiative de créer des organismes de normalisation à qui il a délégué ses pouvoirs pour élaborer des normes et pour mener toutes les activités connexes qui y concourent. Par conséquent, tous les organismes de normalisation des huit pays ont reçu les mêmes missions légales :

- le recensement des besoins en normes nouvelles ;
- l'élaboration et la diffusion des normes en vigueur ;
- la certification de conformité aux normes en vigueur ;
- la promotion de la normalisation et de ses activités connexes, c'est-à-dire la formation et le conseil sur les questions concernant la qualité ou tout simplement, la promotion de la qualité.

Ces missions sont exclusives en ce qu'elles n'ont été confiées qu'aux seuls organismes de normalisation qui, partant, sont les seuls à pouvoir les exercer légalement. C'est pourquoi, les missions de conseil et de formation en qualité prévues par les statuts de toutes les associations pour la promotion de la qualité ou qui sont menées par certaines d'entre elles sont illégales. Par conséquent, chacun des organismes de normalisation a le droit de les faire interdire. Comme ils peuvent faire interdire aussi les activités de certification envisagées par d'autres associations.

Dès lors, pour permettre aux associations pour la promotion de la qualité de mener en toute légalité leurs activités de conseil et de formation en qualité qui sont, en fait, leurs raisons d'être, il convient de réformer les décrets concernés dans le sens d'une libéralisation des activités de conseil, de formation, voire de certification. Mais il reste entendu que cette libéralisation doit être basée sur la compétence et doit être « encadrée » par les organismes actuels de normalisation. Il existe cependant un autre préalable.

2.1.2 - La nécessaire recomposition de ces associations et le recentrage de leurs activités

Les associations autres que l'ABMAQ, le PROQUELEC et l'ANIDEQ doivent impérativement promouvoir l'adhésion des entreprises en leur sein, et pour y parvenir, elles doivent non seulement aller vers elles, mais surtout leur confier les postes de direction. Par ailleurs, toutes les associations pour la promotion de la qualité doivent s'interdire de mener elles-mêmes des activités lucratives comme c'est le cas actuellement ; avec leurs activités de formation et de conseil elles exigent d'être rémunérées par les entreprises. Ceci est seulement toléré, mais l'autorité compétente a le droit de les dissoudre pour violation de leurs statuts.

Pour éviter cela, elles doivent créer d'autres entités juridiques, sous la forme de sociétés commerciales à qui elles confieront les activités de conseil et de formation au profit des entreprises.

L'étude comparative a pour ainsi dire permis un dialogue entre le Programme Qualité UEMOA et les associations qui ont accepté les diagnostics de leurs faiblesses ainsi que les suggestions pour y remédier. Ce dialogue a également concerné les entreprises et les Etats auprès desquels les PDPC ont pu être, chemin faisant, vulgarisés chaque fois que les échanges ont porté sur les associations des consommateurs. C'est ainsi qu'il est apparu la nécessité de promouvoir la qualité par la promotion des associations des consommateurs en particulier.

2.2 - MODIFIER LA PROCÉDURE DE RECONNAISSANCE DES ASSOCIATIONS DES CONSOMMATEURS ET LEUR ACCORDER CERTAINS DROITS

Bien que le régime juridique de la déclaration préalable soit conforme à la liberté d'association, en ce qui concerne les associations des consommateurs, il ne permet pas de tirer toutes les conséquences de leur infériorité économique par rapport aux entreprises et de leur incapacité relative à négocier avec elles avec toute l'expertise juridique ou technique nécessaire. Or, c'est justement la faiblesse du salarié qui a conduit le législateur à concevoir un régime juridique spécifique pour les syndicats afin de protéger les travailleurs contre la toute puissance de l'employeur. Pour ce faire, le ministre de tutelle joue le rôle

central dans la procédure de leur reconnaissance, le ministre de l'Intérieur se contentant de délivrer le récépissé de déclaration. Dans le cadre de l'étude comparative, il a été proposé que les associations des consommateurs obtiennent la personnalité juridique dès le dépôt de leurs statuts auprès de l'autorité compétente, ce qui leur permettra immédiatement de pouvoir ester en justice, de réclamer des cotisations à leurs membres, de recevoir des dons et legs, d'avoir des biens propres.

Par ailleurs, le régime spécifique des syndicats a permis aux travailleurs d'élire régulièrement leurs délégués, lesquels sont spécialement protégés afin qu'ils puissent porter les revendications sans craindre d'éventuelles représailles des employeurs. C'est aussi en vertu de ce régime spécifique que les syndicats ont le droit de se constituer partie civile devant les juridictions pénales et d'ester en justice pour défendre des intérêts professionnels. Pourquoi alors ne pas accorder aux associations des consommateurs ces droits, notamment celui de défendre les intérêts collectifs des consommateurs et pas seulement de leurs membres?

Dans un autre domaine, les actions en justice devant les tribunaux spécialement créés pour juger les litiges qui opposent les travailleurs à leurs employeurs (les tribunaux du travail) sont gratuites. Les travailleurs ne paient pas de frais de justice. Les consommateurs ainsi que leurs associations devraient aussi obtenir les mêmes avantages.

Leur régime spécifique a permis aux syndicats des travailleurs de se développer, de devenir un contre-pouvoir dont on continuera à saluer le rôle irremplaçable au sein de la société civile. De même, l'étude comparative a démontré que si un régime spécifique est reconnu aux associations des consommateurs, elles disposeront d'atouts supplémentaires décisifs pour être de véritables sentinelles de la Qualité. Mais ces associations avaient d'abord besoin de voir leurs capacités renforcées.

3 - LES FORMATIONS DISPENSÉES AUX LEADERS DES ASSOCIATIONS DES CONSOMMATEURS

Avant les associations des consommateurs, le Programme Qualité UEMOA avait réuni en séminaire régional les leaders des associations pour la promotion de la qualité, soit au total 17 participants venus des huit pays membres de l'Organisation. La formation leur fut dispensée à Ouagadougou du 21 au 23 octobre 2003. Par la suite, une formation fut dispensée aux leaders des associations des consommateurs sur les mêmes thèmes à savoir : la normalisation, la certification et l'accréditation, également à Ouagadougou, du 10 au 14 novembre 2003.

A cette occasion, tous les participants (18 au total venus de tous les pays de l'UEMOA) avaient reconnu qu'ils prenaient part, pour la première fois, à un séminaire où ils ont pu appréhender ces concepts, y mettre un contenu et saisir les implications pratiques sur la stratégie et les activités futures de leurs associations. Comme cette formation devait être "restituée" et que l'important dossier documentaire reçu par les séminaristes devait être vulgarisé auprès des membres, on ne peut que reconnaître, avec les participants, que cette formation a été dispensée au bon moment et qu'elle fut plus qu'utile. Aussi, les résultats de son évaluation furent-ils exploités à bon escient par le Programme Qualité UEMOA qui commanda une autre étude.

4 - LA LÉGISLATION COMMUNAUTAIRE SUR L'INFORMATION ET LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Comme annoncé plus haut, c'est en procédant à l'étude comparative associations des consommateurs et associations pour la promotion de la qualité que le Programme s'était rendu compte qu'aucun des pays membres de l'UEMOA ne disposait de loi spécifique protégeant les consommateurs. Les législations de certains États membres ne reconnaissent aux consommateurs que des droits généraux éparpillés dans plusieurs textes.

Mais c'est à partir du vote, le 09 avril 1985, par l'Assemblée Générale de l'Organisation des Nations Unies des PDC que leurs droits ont été véritablement légitimés. Ainsi, quels que soient les latitudes et le continent, il est désormais admis que le consommateur a besoin de bien se nourrir, de bien se loger, de bien se vêtir, de bien se soigner, de bien s'éduquer, de bien s'informer, de bien se détendre, de bien s'exprimer et d'être écouté sur toutes ces questions. En effet, en tant que personne humaine, il a les mêmes besoins de base que tous ses semblables. C'est pourquoi, les États devaient légiférer pour consacrer l'ensemble de ces neuf droits.

4.1 - LE RÈGLEMENT COMMUNAUTAIRE SUR LA CONCURRENCE : UNE PROTECTION INDIRECTE ET INCOMPLÈTE DU CONSOMMATEUR

Le Traité instituant l'Union Economique et Monétaire Ouest africaine a érigé les différents marchés des huit États membres en un marché unique dont le bon fonctionnement suppose l'adoption de règles juridiques applicables par tous et la mise en place d'organes et de mécanismes ayant compétence sur tout le territoire de l'UEMOA.

Sous ce rapport, le Règlement numéro 02/2002 relatif aux Pratiques anticoncurrentielles déjà en vigueur, consacre le choix, par l'Organisation, de l'économie de marché, fondée sur la liberté de la concurrence. Aussi, interdit-elle, entre autres, les pratiques abusives définies comme le fait de *"limiter la production, les débouchés ou le développement technique au préjudice des consommateurs"*.

La concurrence loyale et effective est considérée comme favorable aux consommateurs, parce que les entreprises, lorsqu'elles se concurrencent, devraient leur vendre les meilleurs produits aux meilleurs prix. Mais il est tout aussi indiscutable que le marché n'existe que là où consommateurs et offreurs de produits et services se rencontrent. En d'autres termes, les offreurs et les consommateurs sont les acteurs du marché, le consommateur étant le destinataire final des bienfaits de la concurrence parce que pour triompher de la compétition, les offreurs doivent tout faire pour lui donner satisfaction.

Par ailleurs, en fonction de ses choix sur le marché, le consommateur sanctionne la compétition intervenue entre les offreurs. En définitive, c'est son attitude sur le marché qui rend efficace les mécanismes concurrentiels. La législation communautaire sur la concurrence reconnaît le rôle irremplaçable des consommateurs sur le marché et représente pour eux une forme de protection, même si en réalité, cette protection est indirecte. En effet, en dernière analyse, sa finalité, c'est de régir les rapports juridiques entre les offreurs dont le but est la recherche et la conservation d'une clientèle. C'est pourquoi, certaines de ses règles sont guidées par le souci de préserver l'existence même de la concu-

rence alors que les autres visent à en corriger les excès. La protection offerte aux consommateurs par cette législation communautaire est donc nécessairement insuffisante.

4.2 - LA NÉCESSITÉ D'UN RÈGLEMENT COMMUNAUTAIRE SUR L'INFORMATION ET LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Dès lors que les neuf droits fondamentaux des consommateurs ne sont consacrés par aucune loi spécifique des Etats membres de l'Union, les consommateurs de l'UEMOA sont encore les victimes de la toute puissance des offreurs nationaux et multinationaux qui leur imposent leur loi et les obligent à acheter des produits ou services de moindre qualité comparativement aux marchés sur lesquels ils sont juridiquement bien protégés.

Les PDPC ont été votés en tenant compte de la faiblesse naturelle du consommateur et de la nécessité de bien le protéger afin qu'il puisse jouer son rôle de moteur de la compétition dans le marché. C'est pourquoi, toute législation sur la concurrence, pour être utile, en appelle une autre sur la protection des consommateurs. Car, seulement une législation de cette nature est susceptible de prendre en compte son infériorité du point de vue notamment de son pouvoir de négociation et ce, conformément aux PDPC. Sinon, la demande en qualité des consommateurs, qui devrait s'accroître par l'effet d'une telle législation, resterait insuffisante voire nulle dans l'Union. Une telle situation réduirait à néant les efforts financiers énormes consentis pour promouvoir la Qualité et rendre compétitives les entreprises qui opèrent dans le marché unique depuis longtemps.

Pour éviter cela, mais aussi pour donner suite aux engagements internationaux des Etats membres de l'UEMOA, notamment vis-à-vis de l'ONU, le Programme Qualité UEMOA a élaboré un Règlement sur l'information et la protection des consommateurs. Ce projet vise à leur donner la sécurité juridique, à leur assurer un minimum de stabilité sociale, un avenir prévisible et à leur garantir, un tant soit peu, un ordre public en conformité avec les convictions morales les mieux partagées au sein de l'Union.

Le choix du Règlement se justifie par le fait qu'il est une décision de la seule Commission de l'UEMOA, seule compétente pour le prendre. Alors que par contre, une Loi uniforme communautaire aurait obligé l'UEMOA, après son élaboration, à la transmettre à chacun des Etats membres. Ensuite, chacun d'entre eux la ferait adopter d'abord comme projet de son conseil des ministres avant de le déposer sur le bureau de son Assemblée Nationale qui, à son tour, la fera examiner par sa Commission technique compétente puis la soumettra en séance plénière avant de la voter éventuellement. Autrement dit, les procédures suivies par les Etats et les Parlements sont très longues et peuvent s'étaler sur plusieurs années.

Le choix du Règlement n'est donc pas arbitraire. Mieux, il est fondée sur les dispositions des articles 88, 89 et 90 du Traité instituant l'Union économique et monétaire ouest africaine. En effet, d'après l'avis n° 003/2000 de la Cour de Justice de l'Union, ces dispositions consacrent une compétence exclusive de l'UEMOA qui reste, dès lors, seule habilitée à légiférer dans le "domaine de la concurrence". Comme expliqué plus haut, la libre concurrence est assurée par le marché, lequel n'existe que lorsque deux acteurs agissent, pour ainsi dire, de façon cumulative : les offreurs et les consommateurs. Par conséquent,

le "domaine de la concurrence" englobe les consommateurs qui sont les seuls acteurs aptes à la rendre possible s'ils sont juridiquement bien protégés. L'UEMOA étant donc un marché unique, c'est une protection de tous les consommateurs à cette échelle et en même temps qui doit être décidée. Et seulement un Règlement peut permettre d'atteindre rapidement ces objectifs et de donner un sens au marché unique. Il offrirait une meilleure garantie d'accessibilité en ce sens qu'il contiendra, en tant que document unique, l'ensemble des règles de droit relatives à l'information et à la protection des consommateurs. Il apporterait également une plus grande efficacité à la législation communautaire sur la concurrence ; enfin, puisque la Cour de Justice de l'UEMOA y est consacrée comme Juge de Cassation de toutes les décisions qui seront rendues par les Tribunaux nationaux de la Consommation, il aiderait à l'élaboration d'une jurisprudence communautaire pour tous les juges exerçant au niveau des Etats membres pour les investisseurs et pour les associations des consommateurs.

Mais comment les consommateurs et leurs associations en ont-ils tiré profit ?

III - DES ASSOCIATIONS MIEUX PERCUES ET PLUS OUTILLEES

Nous avons volontairement effleuré la question lorsque nous l'avons évoquée ci-devant. Les associations des consommateurs ne savaient pas ce qu'est l'Etat ou encore l'entreprise du point de vue juridique. Aussi, leur comportement à leur égard restait tributaire de l'idée, fautive, qu'en ont les consommateurs non avertis qui estiment que l'Etat et l'Entreprise sont et doivent rester les adversaires de leurs associations. Et que leurs associations, sous peine de compromission, ne doivent jamais être leurs partenaires de quelque manière ou sous quelque forme que ce soit. Une telle perception de l'Etat et de l'Entreprise a été corrigée à travers les activités du Programme Qualité UEMOA.

1 - DES PARTENARIATS DÉSORMAIS SOUHAITÉS ENTRE LES ETATS, LES ENTREPRISES ET LES ASSOCIATIONS

Avant que ces souhaits ne soient exprimés, il a fallu que, par les actions du Programme, les associations des consommateurs comprennent d'abord ce qu'est l'Etat.

1.1 - QU'EST-CE QUE L'ETAT ?

L'apparition de l'Etat est consécutive au triomphe de la République en tant que système d'organisation politique sur le système monarchique. C'est pourquoi, à travers ses institutions (Présidence de la République, Assemblée Nationale, Cours et Tribunaux), l'Etat apparaît comme l'expression achevée de la République et la forme d'organisation sociale la plus avancée que les communautés humaines aient jamais atteintes. Dès lors, l'Etat, en tant que délégataire, exerce la souveraineté du peuple - dont font partie les consommateurs à travers ses institutions. L'Etat a mission générale d'organiser l'interdépendance entre les citoyens, de mettre en œuvre leur solidarité, de satisfaire leurs besoins ; ce qu'il ne peut faire qu'à travers ses actions de service public qui, précisément, sont des activités d'intérêt général ayant pour finalité de procurer aux consommateurs certaines prestations et/ou certains avantages.

Sous ce rapport, il va de soi que l'Etat devrait être un partenaire des associations des consommateurs qui, d'ores et déjà, mènent des activités qui complètent, à bien des égards, les siennes propres. On peut citer, par exemple, les actions d'éducation des consommateurs à travers des émissions radiophoniques, à travers les plaidoyers qui complètent les formations dispensées dans les écoles par l'Etat.

Par conséquent, les associations des consommateurs comprennent désormais tout l'inté-

rêt à négocier et à signer des partenariats avec les États, par exemple, pour être parties prenantes du fonctionnement des administrations chargées du contrôle de la qualité des produits et services ou encore des services publics de transport en commun.

Les partenariats souhaités doivent être noués sous la forme de contrats qui vont prévoir, entre autres, les questions sur lesquelles les partenaires s'engagent à se concerter, les périodicités de cette concertation, les personnes chargées de les organiser, les modalités et les dates de leur évaluation ou de leur dénonciation éventuelle. Ce type de partenariat créera une dynamique telle que les associations, qui en sont convaincues maintenant, en tireraient une plus grande crédibilité. Il en de même si elles comprennent aussi ce qu'est une entreprise.

1.2 - DES PARTENARIATS AUSSI AVEC LES ENTREPRISES

Les associations des consommateurs comprennent désormais aussi que l'entreprise est le cadre de jouissance du droit d'investir reconnu à tous les citoyens d'une part ; et que d'autre part, l'entreprise est une personne morale dont le rôle, dans nos sociétés, est nécessaire pour l'existence humaine. En effet, c'est elle qui produit les biens indispensables à la reproduction et à la survie de cette espèce.

Du reste, le secteur privé qui a déploré cette incompréhension auparavant, s'est engagé à négocier et à signer des partenariats avec les associations des consommateurs. Il en attend beaucoup parce qu'il estime que ces partenariats permettront aux uns et aux autres de créer un cadre dans lequel toutes les questions pourraient être discutées, et d'éviter ainsi certaines campagnes intempestives de dénonciation voire de dénigrement des entreprises dans les médias. A titre d'exemple, certaines entreprises ont même proposé la mise sur pied d'un cadre de lutte commune contre les produits impropres à la consommation humaine.

2 - LE PRINCIPE DE LA SUBVENTION AUX ASSOCIATIONS PAR LES ETATS

La subvention est, en l'espèce, une contribution volontaire faite par un Etat au profit d'une association pour l'aider à mieux accomplir ses missions statutaires. La subvention peut être directe : elle est alors versée à l'association sous forme d'argent prélevé sur le budget de l'Etat ; elle peut aussi être indirecte lorsque l'Etat consent des avantages par exemple fiscaux à l'association afin de lui permettre d'acquérir du matériel et des équipements en hors-taxes.

Pourtant, beaucoup d'associations voyaient dans la subvention de l'Etat un acte de compromission ou de soumission à l'Etat. Mais un des bénéfices qu'elles ont tiré des activités du Programme, c'est d'avoir compris que leurs associations accomplissent, à travers certaines activités, des actions de service public et que sous ce rapport, elles sont légalement fondées à obtenir de l'Etat une aide financière qui facilite l'exécution de leurs programmes. En tout cas, le Programme Qualité a pu leur expliquer tout ceci. Mieux, il a expliqué qu'au moins deux Etats membres de l'Union subventionnaient déjà certaines associations des consommateurs et qu'il s'engageait à mettre désormais en œuvre cette forme d'aide aux associations.

En termes de connaissances, les associations ont pu vérifier certaines de leurs acquisitions sur le terrain.

3 - VISITE D'UNE ENTREPRISE AYANT ADOPTÉ LA DÉMARCHE QUALITÉ

Conscient du fait que très souvent, les consommateurs en général confondent la certification d'un produit avec la certification de l'entreprise ayant adopté la démarche qualité, le Programme avait tenu, au cours des séances de formation, à faire visiter une entreprise par les séminaristes. C'est ainsi qu'une brasserie certifiée a accepté de les recevoir, à bras ouverts, c'est-à-dire en acceptant à l'avance de répondre à toutes les questions des leaders des associations des consommateurs.

Pendant près de quatre heures d'horloge, toutes les chaînes de production des différentes boissons alcoolisées et sucrées ont été visitées, les postes et les procédures de contrôle de la qualité des produits inspectés, le temps de travail des préposés à certaines machines à feu continu disséqué. Des échanges ont ensuite été engagés avec eux sur les risques de somnolence et ses conséquences sur la qualité des produits finis. Puis, les participants ont procédé à une évaluation de cette visite en présence du responsable Qualité. Ce fut l'occasion pour les visiteurs d'aborder la question du traitement des eaux usées utilisées par la brasserie dans ses processus de fabrication et la position de l'entreprise sur ses responsabilités sociales, notamment vis-à-vis des populations victimes de pollution.

Ensuite, les connaissances acquises par les séminaristes sur la certification, et la démarche qualité en particulier, ont pu être confrontées avec la pratique. Les leaders des associations des consommateurs ont été particulièrement enthousiasmés par une telle initiative, de même que l'entreprise qui avait pris le risque d'accepter dans la délégation le président d'une association qui avait lancé quelques semaines avant, une campagne de plusieurs jours dans les médias contre elle.

L'évaluation a aussi apporté la preuve que les partenariats avec les entreprises sont utiles et indispensables. D'ailleurs, les séminaristes avaient décidé de communiquer toutes les insuffisances notées sur la Démarche Qualité mise en œuvre par l'entreprise, à son directeur général par lettre confidentielle, augurant ainsi des bonnes méthodes qui peuvent être pratiquées par des partenaires responsables.

Les associations des consommateurs frappaient déjà à la porte de l'UEMOA qui ne les considéraient pas comme dignes d'être fiancées. C'est le Programme Qualité qui a construit le pont avec cette organisation.

4 - LA LÉGITIMATION DES ASSOCIATIONS DES CONSOMMATEURS AUPRÈS DE L'UEMOA

Quelques mois après l'entrée en vigueur de son Règlement relatif aux pratiques anticoncurrentielles à l'intérieur de l'Union le 01 janvier 2003, l'UEMOA a, pour la première fois, réuni les associations des consommateurs en séminaire pour vulgariser cet important instrument juridique. A ce propos, nous retiendrons tout simplement que le Programme Qualité implique l'UEMOA et l'a convaincue à approuver l'ensemble des activités prévues au profit des associations des consommateurs. Du reste, c'est à l'occasion d'un séminaire organisé par le Programme, que le Commissaire compétent a pu prendre directement

contact avec les associations des consommateurs.. Ce fut un moment de découverte mutuelle, et d'échanges qui a permis aux associations des consommateurs d'entrer au cœur de l'UEMOA et de comprendre ses missions, son fonctionnement. Ceci est un acte de très grande portée, dans la mesure où les deux parties ont compris qu'elles ne doivent plus s'ignorer et qu'elles peuvent tirer avantage l'une de l'autre.

D'ailleurs, au cours de la réunion organisée par le Programme Qualité UEMOA pour valider le projet de législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs, le Commissaire compétent a rencontré les associations des consommateurs une deuxième fois. Et à cette occasion également, il leur a dit toutes ses attentes quant au rôle qu'elles doivent jouer pour la réussite du Programme Qualité et de l'Organisation ; mais aussi sa détermination à défendre ce projet et à le faire aboutir pour le plus grand bonheur des associations qui ont, à l'occasion, promis leur mise en réseau.

5 - LA MISE EN RÉSEAU DES ASSOCIATIONS DES CONSOMMATEURS

Déjà au cours de l'étude comparative associations des consommateurs/associations pour la promotion de la qualité, le Programme avait relevé le manque d'échanges d'informations entre associations ayant pourtant le même objet social. Or, si l'association des consommateurs du Burkina Faso, par exemple, découvre qu'une entreprise a mis en vente à Ouagadougou des cuisses de poulets impropres à la consommation humaine et entreprend des actions pour les faire retirer du marché, deux solutions peuvent être prises par l'autorité compétente : soit elle saisit le produit et le fait incinérer et on n'en parle plus, soit elle en interdit simplement la vente. Dans cette deuxième hypothèse, l'importateur du produit a le droit de sortir sa marchandise du territoire national. Généralement, celui-ci la revend dans un pays limitrophe en prenant cette fois-ci toutes les dispositions pour contourner l'administration chargée du contrôle de qualité. Dans ce cas de figure, si les associations des consommateurs de l'UEMOA étaient en réseau, celle du Burkina Faso allait, juste après le retrait de cette marchandise du marché, donner cette information à toutes les autres associations du Réseau afin qu'elles se préparent, chacune dans son pays, à lutter pour sa saisie et/ou sa destruction. Aujourd'hui, ce réseau existe sous l'impulsion du Programme Qualité UEMOA. Il est dirigé par un Coordonnateur en la personne du secrétaire exécutif de la Ligue des Consommateurs du Burkina Faso (LCB) élu par ses pairs parce qu'il est domicilié au siège de l'UEMOA. Ce réseau est déjà fonctionnel. Les associations n'ont pas eu besoin de beaucoup de moyens puisqu'une adresse électronique était suffisante. Les associations membres fondatrices ont par ailleurs décidé d'organiser un atelier élargi aux autres associations sœurs de la sous-région pour réfléchir de façon plus approfondie sur les mécanismes et les procédures de fonctionnement du Réseau

Le Programme a donc bon espoir que les associations des consommateurs vont unir toutes leurs forces pour éviter les pièges de la dispersion. C'est déjà chose faite au Togo où la Fédération des associations des consommateurs (FAC-Togo) a été créée depuis le mois de novembre 2003. Mais l'outil qui, de loin, apportera le plus aux associations des consommateurs et aux consommateurs en général de l'UEMOA, c'est le projet de législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs. C'est en effet une base légale régionale pour une action revendicative d'envergure des associations des consommateurs.

6 - LE PROJET DE LEGISLATION COMMUNAUTAIRE SUR L'INFORMATION ET LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Selon une étude menée par le Programme Qualité UEMOA, aucun pays membre de l'Union n'a fait voter une loi spécifique pour protéger les consommateurs comme recommandé par l'ONU à travers les PDPC. Or, les consommateurs ont exprimé, à ce propos, un profond besoin. Aussi, de concert avec les consommateurs, les hauts fonctionnaires compétents des Etats et certains dirigeants du secteur privé, le Programme a élaboré un projet de législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs de l'UEMOA.

6.1 - UN PROJET PARTAGÉ

L'une des leçons majeures tirée de ce dialogue est, bien sûr, qu'un tel projet de législation doit non seulement s'inspirer des PDPC mais aussi et surtout se garder de reproduire l'architecture juridictionnelle actuelle des Etats et les procédures judiciaires qui y sont en vigueur. En effet, comme déjà démontré plus haut, les systèmes judiciaires actuels ne permettent pas aux consommateurs ou à leurs associations de jouir pleinement de leur droit au recours.

Le projet a donc essayé, autant que faire se peut, de matérialiser cette leçon. Puis, il l'a soumise à la sanction des associations des consommateurs de chaque pays. Dans cette lancée, des ateliers nationaux ont regroupé, courant septembre/octobre, 40 participants venus des associations, de l'administration, de l'Assemblée Nationale, des associations professionnelles d'entreprises au Burkina Faso, 30 participants au Mali, 50 au Togo et 24 au Niger.

Toutes les associations des consommateurs de l'UEMOA se sont retrouvées à Ouagadougou pour partager leurs critiques et suggestions avec l'expert du Programme Qualité UEMOA.

A cette occasion, le projet fut discuté article par article, argument après argument de manière à aboutir à des résultats conformes au droit et aux intérêts bien compris des consommateurs, des entreprises et des Etats.

Enfin, afin de faire valider le projet par les Etats et de faciliter et accélérer son adoption sous forme de Règlement par l'UEMOA, les associations des consommateurs mènent des actions de lobbying auprès des plus hautes autorités de chaque Etat et de vulgarisation à travers les médias publics et privés.

6.2 - LE PROJET, UNE OFFRE DE PRODUITS ET DE SERVICES DE QUALITÉ

Perçu comme une grande première sur le terrain juridique de l'Union économique et monétaire ouest africaine, le projet innove dans bien des domaines. A travers plusieurs de ses dispositions, il va permettre d'accroître dans le marché unique, la demande en qualité des consommateurs et va pousser les entreprises à être plus compétitives. Pour en faciliter l'usage et la compréhension, il est divisé en sept livres.

6.2.1 - Les dispositions générales

Le Livre 1, consacré aux dispositions générales, comporte deux Titres dont le premier contient les définitions ainsi que les principes juridiques qui permettront, le cas échéant, au juge de mieux interpréter cet instrument juridique. Tandis que le deuxième Titre concerne son domaine d'application.

6.2.2 - L'information et la protection des consommateurs

Le Livre 2 a trait à l'information, à la protection des consommateurs, à la formation des contrats et est divisé en quatre Titres disposant respectivement sur l'information, notamment sur les biens certifiés et d'origine contrôlée, sur la formation des contrats, sur les pratiques commerciales réglementées et celles interdites ; et, enfin, sur le bail à usage d'habitation pour mettre un terme à certains abus dans les Etats membres qui ne disposent pas encore d'une telle législation.

6.2.3 - La conformité et la sécurité des biens et services

Le Livre 3 traite de la conformité et de la sécurité des biens et services et comporte trois Titres. Le premier a trait à la conformité des biens et services et aux normes ; le deuxième aux prescriptions relatives à leur usage en toute sécurité par les consommateurs mais également aux sanctions devant être infligées aux personnes qui les violeraient ; le troisième, pour garder sa cohérence cette partie, traite des procédures de recherche et de constatation des infractions prévues et qui autorisent désormais la saisie conservatoire de la marchandise impropre à la consommation humaine avant son expertise éventuelle.

6.2.4 - Les crédits aux consommateurs

C'est le Livre 4 qui y est consacré. Il est divisé en deux Titres, l'un sur le crédit à la consommation et le crédit immobilier ; l'autre, sur le surendettement des consommateurs et notamment la composition et les missions de la Commission de surendettement afin de jeter les bases d'une pratique saine du crédit.

6.2.5 - Les associations des consommateurs

Un Livre 5 est spécialement consacré aux associations des consommateurs qui bénéficieront désormais d'un régime juridique spécifique et uniforme sur tout le territoire de l'Union tant en ce qui concerne leur constitution, leur personnalité juridique, que leur droit d'ester en justice. Certaines dispositions traitent des subventions que l'Etat doit leur accorder dans le strict respect de ses prérogatives.

6.2.6 - Les juridictions compétentes

Le Livre 6 traite des juridictions compétentes, des régimes juridiques et des sanctions applicables. Il comporte des innovations majeures dans l'ordonnancement juridique actuel des Etats puisque le Comité de Recours, composé de telle sorte que les acteurs du marché (les consommateurs et les entreprises ainsi que l'Etat y soient parties prenantes), va statuer, en dernier ressort, sur la base de la conciliation. Ses décisions peuvent faire l'ob-

jet d'un appel devant le Tribunal de la Consommation présidé par un magistrat professionnel et qui sera compétent pour connaître des litiges d'une certaine importance financière et d'une complexité plus grande.

La saisine de ces deux juridictions sera gratuite et les procédures elles-mêmes ont été simplifiées afin que le maximum de consommateurs puissent y exercer leurs recours, exactement comme devant les Tribunaux du Travail actuels. Ainsi, la jouissance effective du droit de recours par les consommateurs ainsi que leurs associations les incitera à exercer tous leurs autres droits, dans la mesure où ils sont convaincus que désormais, ils peuvent réellement faire sanctionner les entreprises qui les violeraient. Partant, leur demande en qualité n'en sera que plus grande.

Ces innovations sont la réponse aux points 28 et 29 des PDPC qui engagent les gouvernements "à instituer ou faire appliquer des mesures d'ordre juridique ou administratif pour permettre aux consommateurs ou, le cas échéant, aux organisations concernées, d'obtenir réparation par des procédures, officielles ou non, qui soient rapides, équitables, peu onéreuses et d'utilisation facile. Ces procédures devraient tenir compte en particulier des consommateurs à faibles revenus. Les gouvernements devraient encourager toutes les entreprises à régler les différends avec les consommateurs à l'amiable, équitablement et avec diligence, à créer des mécanismes volontaires...".

Au-dessus du Tribunal de la Consommation, la Cour de Justice de l'UEMOA (qui existe déjà) sera la seule juridiction qui pourra être saisie d'un pourvoi en cassation d'une décision rendue dans tel ou tel pays.

Mais le projet propose aussi la création d'autres institutions.

6.2.7 - Les institutions de dialogue, d'éducation et de régulation sociale

C'est l'objet du dernier Livre qui crée, en son Titre I, un Conseil consultatif national de la consommation composé, de façon paritaire, des offreurs et des consommateurs sous l'arbitrage de l'Etat puisque le ministre chargé des consommateurs en sera le président. Cette institution permettra d'assurer et de maintenir un dialogue permanent entre les acteurs du marché.

Par ailleurs, il est utile de rappeler que la coopérative est apparue dans les milieux des travailleurs à l'origine pour promouvoir les valeurs de solidarité, d'entraide et de démocratie. Depuis, elle est devenue un instrument juridique de régulation sociale en ce sens qu'elle apporte une protection supplémentaire aux consommateurs à faibles revenus.

C'est pourquoi, une place lui est réservée dans le Titre II afin que les consommateurs puissent bénéficier des nombreux avantages qu'elle leur offre, notamment la possibilité d'acheter, en gros et au prix usine, certaines denrées de première nécessité. Ceci, d'autant plus qu'ils pourront ainsi contribuer plus efficacement à la lutte contre les hausses illicites des prix et participer dès lors à leur régulation.

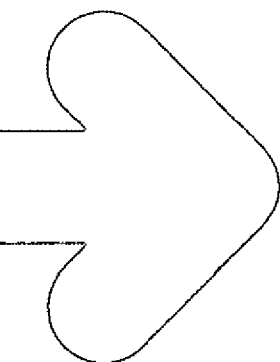
On le voit, le projet de législation communautaire sur l'information et la protection des consommateurs est, en tous points, conforme aux PDPC et s'inscrit également dans la lignée des courants majoritaires du Droit de la Consommation. De fait, le Programme Qualité UEMOA apporte ainsi aux associations des consommateurs une cerise sur le gâteau.

7 - UNE ACTION DE PERENNISATION DU PROGRAMME

Bien plus que l'organisation de campagnes promotionnelles pilotes pour l'information des consommateurs au niveau de chaque Etat membre- activité qui a permis aux associations des consommateurs, au secteur privé et à l'Etat d'agir en synergie sur les questions relatives à la Qualité- le Programme a exécuté sa dernière action.

Nous le savons tous : le leadership d'une association des consommateurs, l'élaboration de sa stratégie et de ses programmes d'action, sa participation à certains débats, l'élaboration de ses propres revendications, requièrent aujourd'hui une grande expertise. Cela suppose que les consommateurs et leurs associations disposent d'une information précise.

C'est pour cela qu'un fonds documentaire a été créé par le Programme Qualité UEMOA. Ce fonds est doté d'ouvrages, d'articles, de revues sous toutes les formes et fonctionne comme un Centre d'information documentaire à un niveau accessible à tous : consommateurs, leaders d'associations, élèves, étudiants, chercheurs.



BIBLIOGRAPHIE

Etude de droit de la Consommation

Jean Calais-Auboy, Dalloz 2003

Les produits défectueux

Jean Claude Montanier, LITEC, 2000

De l'usager au consommateur de service public

Jacques Amar, PUF, 2001

L'influence du droit de la consommation sur le système juridique

Nathalie Sauphanor, L.G.D.J., 2000

Le droit communautaire de la consommation, bilans et perspectives

Sous la direction de Daniel Fasquelle et de Patrick Meunier,

La documentation française, 2002

Les contrats de consommation

Journées d'Etudes (Poitiers 2001), P.U.F., 2002

Faut-il recodifier le droit de la consommation ?

Sous la direction de Dominique Fenouillet et Françoise Labarthe, Economica, 2002

Les Principes Directeurs pour la Protection du Consommateur

Nations Unies, New York, 1986

L'invention du syndicat

[1791 - 1884]

Itinéraire d'une catégorie juridique L.G.D.J., 1999

La Constitution de la Quatrième République du Togo

La Constitution de la République du Mali

La Constitution de la République du Burkina Faso

Publications du Journal Officiel, 2000

La Constitution ivoirienne

La Constitution de la République du Bénin

Décembre 1990

La Cour de Justice de l'UEMOA

Textes Fondamentaux, 2003

Cour de Justice de l'UEMOA

Recueil de Jurisprudence 2001 - 2002

Nations Unies, Recueil d'instruments internationaux

Volume 1 (Première Partie), Instruments Universels, 1998

Nations Unies, Recueil d'instruments internationaux

Volume 1 (deuxième partie), Instruments Universels, 1998

Arrêté 2002 numéro 017 AOF

Direction de la Météorologie, des Normes et de la Qualité République de Bénin

Loi n°2003-004 du 31 Janvier 2003

Portant Code de l'Electricité République du Niger

Loi N°006/97/ADP du 31 Janvier 1997

Portant Code Forestier République du Burkina Faso

Décret N°2001 - 126/PRES Promulguant la loi n°002-2001/AN du 08 Février 2001 portant loi d'orientation relative à la gestion de l'eau

République du Burkina Faso

Loi N°006 du 31 Janvier 2002 Portant Code de l'Eau

République du Mali

Décret N°94/014/PRE/PM/MICM/MFPL Portant institution d'un certificat national de conformité des produits destinés à la consommation

République du Burkina Faso

Arrêté N°00 - 026/MCIA/MEF Portant fixation de la liste des produits soumis au certificat national de conformité

République du Burkina Faso

Arrêté 95-54 du 06 Juillet 1995 portant fixation des caractéristiques des doubles concentrés de tomates destinées à la consommation

République du Burkina Faso (J.D.BF. du 17 Août 1995, p.1897)

Décret N°94-357 PRE/AGRI-RA du 04 Octobre 1994, portant nomination d'un Directeur de la Santé Animale

République du Burkina Faso

Décret N°96-446/PRES du 13 décembre 1996, portant promulgation de la loi n°41/96/ADP du 8 Novembre 1996

République du Burkina Faso

Ordonnance N°75/025/PRES/PL/DR/ET relative au Contrôle du Conditionnement et de la qualité des produits alimentaires et à la répression des fraudes

République du Burkina Faso

Décret N° 348/PRES/ECNA Instituant un contrôle Phytosanitaire et réglementant les conditions d'importation et d'exportation des végétaux, produits d'origine végétale ou animale et autres matières entrant ou sortant du Territoire

République du Burkina Faso

Loi N°92 - 013/AN -RM portant institution d'un système national de normalisation et de contrôle de qualité

République du Mali

Ordonnance N°37/CMLN du 02 juillet 1975 définissant les unités de mesures et réglementant le contrôle des instruments de mesure

République du Mali

Décret N°66/PG-RM Portant création et fixant les modalités d'organisation et de fonctionnement du Contrôle du Conditionnement des produits de l'Agriculture, de l'Elevage, des Eaux et Forêts et des Industries Agricoles

République du Mali

Loi N°001 du 16 Janvier 2002 fixant les conditions de production, de transformation et de commercialisation du lait et des transports laitiers

République du Mali

Arrêté interministériel N°7028/MRNE-MSPAS portant réglementation de l'inspection sanitaire et de salubrité des produits d'origine animale destinés à l'alimentation humaine

République du Mali

Décret N°98-383/PG-RM du 18 Novembre 1998 portant institution du contrôle de la Qualité, de la Quantité, du Prix, de la Position tarifaire et de la détermination de la valeur en Douane des marchandises à l'importation avant expédition

République du Mali

Décret N°95-009/P-RM instituant un visa des produits pharmaceutiques

République du Mali

Arrêté N°0492002/MICPE/DC/SG /DMNQ/SA portant attributions, organisation et fonctionnement de la circonscription météorologique, des normes et de la qualité

République du Bénin

Décret N°86-216 du 30 Mai 1986 portant Réglementation générale des Instruments de Mesure

République Populaire du Bénin

Arrêté N°0032/MC/PSP/DNQ/M
du 08 Août 2002 déterminant les
Attributions et portant Organisation de la
Direction de la Normalisation, de la Qualité
et de la Météorologie

République du Niger

Ordonnance N°93-13 du 02 mars 1993,
instituant un Code d'Hygiène Publique

[J.O. RN. 7 mai 1993 p. Spécial N°11]

République du Niger

Recueil des textes législatifs et
réglementaires relatifs à l'hygiène publique

(1ère Edition), République du Niger

Recueil des textes législatifs et
réglementaires pharmaceutiques

République du Niger

Rapport Technique sur le Recensement
et Assistance aux associations
des consommateurs

Préparé par Eng°. Tomas Gomes Barbosa,
Consultant national

République de Guinée-Bissau

Rapport Technique sur le Recensement
et l'Assistance aux associations
de consommateurs

Préparé par Ouattara Sami,

Consultant national

République du Burkina Faso

Rapport Final de l'Etude sur
le recensement des associations
des consommateurs au Sénégal

Réalisé par Nouhou Mohamadou Arzika

Rapport Technique sur le recensement
et assistance aux associations
de consommateurs

Réalisé par Sékouba Keita,

Consultant national,

République du Mali

Rapport Technique sur le Recensement
et Assistance aux Associations
de consommateurs

Réalisé par Akouète T. Eklou-Natey,

Consultant national,

République du Togo

Rapport Technique sur le Recensement
et Assistance aux Associations
de Consommateurs

Réalisé par Alain Koreki,

Expert National en Qualité,

République de Côte d'Ivoire.

Rapport Technique sur le recensement
et Assistance aux associations de
Consommateurs

Réalisé par Bernard Dossou Dossa,

Consultant national,

République du Bénin

Rapport Technique sur le Recensement et
Assistance des Associations des
Consommateurs au Sénégal

Réalisé par Mame Sine Mbadj Ndiaye,

Consultant national,

République du Sénégal

ANNEXE

PROJET DE LEGISLATION COMMUNAUTAIRE SUR L'INFORMATION ET LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS DE L'U.E.M.O.A

EXPOSE DES MOTIFS

Jusqu'à nos jours, les législations de certains Etats membres de l'UEMOA ne reconnaissent aux consommateurs que des droits généraux éparpillés dans plusieurs textes. C'est à partir du vote, le 09 avril 1985, par l'Assemblée Générale des Nations Unies des "Principes directeurs pour la protection du consommateur" (PDPC) que ces droits ont été véritablement et définitivement légitimés sous la forme de huit (8) droits fondamentaux.

Le droit à la satisfaction des besoins essentiels (eau, électricité, denrées de première nécessité, soins médicaux, habitat), le droit à la sûreté des produits, le droit à l'information, le droit au choix (entre plusieurs prestataires différents ou produits), le droit à la représentation (pour faire entendre son opinion), le droit au recours (pour faire réparer les torts ou préjudices qui lui ont été causés), le droit à l'éducation et le droit à un environnement sain seront, à cette occasion, adoptés comme devant être reconnus et protégés par les législations de tous les Etats membres de l'ONU. Quatorze années plus tard, en 1999, le droit au développement durable sera reconnu comme neuvième droit du consommateur.

L'ONU a reconnu les droits du consommateur comme à la fois des droits essentiels, universels et interdépendants. En effet, quels que soient les latitudes et le continent dans lequel il vit, le consommateur a besoin de bien se nourrir, de bien se loger, de bien se vêtir, de bien se soigner, de bien s'éduquer, de bien s'informer, de bien se détendre, de s'exprimer et d'être écouté sur toutes ces questions. En effet, en tant que personne humaine, il a les mêmes besoins de base que ses semblables.

C'est pourquoi, on ne peut pas légiférer sur un des droits du consommateur et pas sur les autres parce qu'aucun des neuf (9) droits pris à part ne suffit à lui tout seul pour le protéger efficacement.

Le Traité instituant l'Union économique et monétaire ouest africaine a érigé les différents marchés de ses huit (8) Etats membres en marché unique dont le bon fonctionnement suppose l'adoption de règles juridiques applicables par tous et la mise en place d'organes et de mécanismes ayant compétence sur tout le territoire de l'UEMOA.

Sous ce rapport, le Règlement numéro 02/2002 relatif aux pratiques anticoncurrentielles déjà en vigueur consacre le choix, par l'Organisation, de l'économie de marché laquelle est fondée sur la liberté de la concurrence. Aussi, interdit-il, entre autres, les pratiques abusives définies comme le fait de « limiter la production, les débouchés ou le développement technique au préjudice des consommateurs ».

La concurrence loyale et effective est considérée comme favorable aux consommateurs, parce que lorsqu'il y a concurrence, les entreprises devraient leur vendre les meilleurs produits aux meilleurs prix. Mais il est tout aussi indiscutable que le marché n'existe que là où se rencontrent les offreurs de produits et services et les consommateurs. En d'autres termes, les offreurs et les consommateurs sont les acteurs du marché, le consommateur étant le destinataire final des bienfaits de la concurrence parce que pour triompher de la compétition, les offreurs doivent tout faire pour lui donner satisfaction.

Par ailleurs, en fonction de ses choix sur le marché, le consommateur sanctionne la compétition intervenue entre les offreurs. En définitive, c'est son attitude sur le marché qui rend efficace les mécanismes concurrentiels.

La législation communautaire sur la concurrence reconnaît dès lors le rôle irremplaçable des consommateurs sur le marché et représente, il est vrai, une forme de protection, même indirecte, pour eux. En dernière analyse, sa finalité, c'est de régir les rapports juridiques entre les offreurs dont le but est la recherche et la conservation d'une clientèle. C'est pourquoi certaines de ses règles sont guidées par le souci de préserver l'existence même de la concurrence alors que les autres visent à en corriger les excès. La protection offerte aux consommateurs par cette législation communautaire est donc nécessairement insuffisante.

Par conséquent, dès lors que leurs neuf droits fondamentaux ne sont consacrés par aucune loi spécifique des Etats membres de l'Union, les consommateurs de l'UEMOA sont encore les victimes de la toute puissance des offreurs nationaux et multinationaux qui leur imposent leur loi et les obligent à acheter des produits ou services de moindre qualité comparativement aux marchés sur lesquels ils sont juridiquement bien protégés.

C'est, entre autres, la raison pour laquelle, avec l'appui de ses partenaires, notamment l'Union européenne et l'Organisation des Nations unies pour le développement industriel, l'UEMOA a démarré depuis quelques années un programme pour la mise en place d'un Système d'accréditation, de normalisation et de promotion de la qualité au sein de l'Union. Dans ce Programme, le consommateur, est considéré à juste titre comme à la fois le maillon essentiel et le destinataire final de tout dispositif Qualité. Or, les PDPC ont été votés

en tenant compte de la faiblesse naturelle du consommateur et de la nécessité de bien le protéger afin qu'il puisse jouer son rôle de moteur de la compétition dans le marché. C'est pourquoi toute législation sur la concurrence, pour être utile, en appelle une autre sur la protection des consommateurs. Car seulement une législation de cette nature est susceptible de prendre en compte son infériorité du point de vue notamment de son pouvoir de négociation et ce, conformément aux PDPC. Sinon, la demande en qualité des consommateurs, qui devrait s'accroître par l'effet d'une telle législation pour obliger les offreurs à entrer en concurrence, restera insuffisante voire nulle dans l'Union. Cette situation réduira à néant les efforts financiers énormes consentis pour promouvoir la Qualité et rendre compétitives les entreprises qui opèrent dans notre marché unique depuis longtemps.

C'est pour éviter cela mais aussi pour donner suite aux engagements internationaux des Etats membres de l'UEMOA notamment vis-à-vis de l'ONU, que le présent projet de Règlement sur l'information et la protection des consommateurs vise à leur donner la sécurité juridique, à leur assurer un minimum de stabilité sociale, un avenir prévisible et à leur garantir, tant soit peu, un ordre public en conformité avec les convictions morales les mieux partagées au sein de notre Union. Ce faisant, notre Organisation se fonde par ailleurs sur les dispositions des articles 88, 89 et 90 du Traité qui l'a institué.

En effet, d'après la Cour de Justice de l'Union dans son Avis numéro 003/2000, ces dispositions du Traité consacrent une compétence exclusive de l'UEMOA dès lors seule habilitée à légiférer dans le *"domaine de la concurrence"*.

Le *"domaine de la concurrence"* englobe les consommateurs, seuls acteurs aptes à la rendre possible s'ils sont juridiquement bien protégés. Puisque l'UEMOA est un marché unique, c'est une égale protection de tous les consommateurs à cette échelle et en même temps qui doit être consacrée. Or, seul un Règlement peut permettre d'atteindre rapidement ces objectifs. C'est aussi un tel instrument juridique qui donnera un sens au marché unique ; qui offrira une meilleure garantie d'accessibilité en ce sens qu'il contiendra, en tant que document unique, l'ensemble des règles de droit relatives à l'information et à la protection des consommateurs ; qui apportera une plus grande cohérence à la législation communautaire existante et qui enfin, puisque la Cour de Justice de l'UEMOA y est consacrée comme Juge de Cassation, va aider à l'élaboration d'une jurisprudence communautaire qui facilitera le travail de tous les juges nationaux mais aussi des investisseurs et des consommateurs.

LIVRE I - DISPOSITIONS GENERALES

TITRE I - DEFINITIONS ET PRINCIPES DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR

CHAPITRE I - OBJET

ARTICLE 1 - LE CONSOMMATEUR

Le présent Règlement a pour objet d'assurer un commerce juridique loyal en protégeant le consommateur au sein de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine.

Au sens du présent Règlement, comme dans toutes les dispositions qui seront ultérieurement prises pour son application, le consommateur est toute personne physique ou morale qui achète ou offre d'acheter, utilise ou est bénéficiaire en tant qu'utilisatrice finale, d'un bien, service ou technologie, quelle que soit la nature publique ou privée, individuelle ou collective des personnes ayant produit, facilité leur fourniture ou leur transmission.

La personne qui achète ou offre d'acheter, utilise ou est bénéficiaire en tant qu'utilisatrice finale d'un bien, service ou technologie pour la revente ou dans le but de l'utiliser pour la production, la fabrication ou la fourniture d'autres biens, services ou technologies, est un professionnel.

ARTICLE 2 - LES BIENS, SERVICES ET TECHNOLOGIES

Les biens, services ou technologies concernés sont les biens meubles ou immeubles à l'exclusion de ceux mis hors du commerce juridique en raison de leur nature ou de leur objet.

ARTICLE 3 - LES PRINCIPES DE PROTECTION ET D'INTERPRETATION

Les dispositions du présent Règlement sont d'ordre public et doivent être interprétées dans un sens favorable au consommateur.

La vente ou le louage d'un bien, service ou technologie qui n'a pas été fabriqué ou produit conformément aux normes en vigueur est interdit.

Le vendeur ou le prestataire doit livrer un bien ou un service certifié, apte à procurer au consommateur ce qu'il peut légitimement en attendre, notamment quant aux exigences raisonnables en matière de durabilité, d'utilité et de fiabilité.

Il est en outre tenu de remettre au consommateur un reçu indiquant les caractéristiques techniques de la chose, la durée de la garantie qui ne peut être inférieure à six mois ainsi que le prix. Ce reçu est exempt de tout droit de timbre.

ARTICLE 4

La satisfaction des besoins physiques, psychologiques, psychiques, spirituels et culturels des consommateurs relevant principalement de la responsabilité des Etats, ceux-ci doivent chercher, dans leurs politiques, à s'assurer qu'ils tirent le maximum d'avantages des ressources de leur pays. Ils devront leur garantir la jouissance des produits de première nécessité.

ARTICLE 5 - CLAUSES ABUSIVES

Les clauses abusives sont interdites dans tous les contrats relevant du domaine d'application de ce Règlement.

Une clause est abusive lorsqu'elle apparaît comme imposée au consommateur par la puissance économique de l'autre partie ou donne à cette dernière un avantage excessif.

La clause abusive est déclarée nulle par le Tribunal saisi, même si le consommateur ne l'a pas formellement demandé.

Sont notamment considérées comme clauses abusives et, comme telles, interdites :

- celles qui imposent l'acceptation, sans discussion préalable, par le consommateur des prix modifiant celui accepté au moment de la signature du contrat ; en ce qui concerne la fourniture de l'énergie électrique, de l'eau ou du téléphone, la durée déterminée du contrat ;
- celles qui permettent au prestataire ou au vendeur d'imposer des obligations nouvelles au consommateur alors qu'elles ne figuraient pas dans le contrat qu'il a signé et dont un exemplaire lui a été remis ;
- celles qui permettent la suspension, sans autorisation préalable du juge compétent, de la fourniture du service par le prestataire ;
- celles qui imposent au consommateur, le paiement de frais ou de sommes équivalentes lorsqu'un tel paiement n'est pas la contrepartie d'un service qui lui a été préalablement rendu par le bénéficiaire de ce paiement.

Cette liste n'est pas limitative.

Le juge compétent saisi pourra en caractériser d'autres et prononcer leur annulation.

ARTICLE 6

Les vendeurs de choses destinées à un usage prolongé doivent obligatoirement assurer un service après vente au consommateur.

Les activités visées à l'alinéa précédent sont soumises à une autorisation préalable et l'autorité administrative compétente ne pourra la délivrer qu'après s'être assuré que l'intéressé dispose des moyens et des équipements requis pour ce faire.

ARTICLE 7

L'emballage de tout bien mis en vente doit indiquer, en caractères très apparents et lisibles à première vue, sa composition et notamment sa teneur en principes utiles, son lieu de fabrication, l'adresse complète du fabricant ainsi que sa date de péremption.

La vente de produits alimentaires non emballés de façon adéquate ou appropriée est interdite.

ARTICLE 8

La prestation d'un service d'assurance, de services financiers ou bancaires ainsi que l'ouverture d'un crédit au consommateur, doit obligatoirement faire l'objet d'un contrat écrit en caractères très apparents, lisibles à première vue et signé dont chacune des parties gardera un exemplaire. Il est exempt de tout droit de timbre.

Le versement par le consommateur d'une somme à titre d'apport, de remboursement ou de contrepartie, doit faire l'objet d'un reçu distinct notamment du relevé bancaire. Ce reçu doit mentionner la cause du versement.

ARTICLE 9

La publicité doit obéir aux règles de décence, de loyauté et de vérité. Elle ne doit en aucune manière exploiter la superstition ou les sentiments de peur des consommateurs.

La publicité doit pouvoir être clairement distinguée comme telle par les consommateurs et ce, quel que soit sa forme ou quel que soit le support utilisé.

TITRE II - DOMAINE D'APPLICATION

CHAPITRE 1 - LES CONTRATS CONCERNES

ARTICLE 10

Le présent Règlement s'applique à tous les contrats de vente, d'échange, de louage de biens, de technologie ou de prestation de services dont une des parties est un consommateur.

LIVRE II - INFORMATION DES CONSOMMATEURS ET FORMATION DES CONTRATS

TITRE I - INFORMATION DES CONSOMMATEURS

CHAPITRE 1 - OBLIGATION GENERALE D'INFORMER

ARTICLE 11

Le vendeur, l'échangeur ou le prestataire de service, doit, avant la vente ou l'échange, informer de façon adéquate le consommateur. Il doit notamment lui donner toutes les informations concernant les dangers pouvant résulter de la marchandise livrée, y compris ceux liés à son utilisation normale, et les précautions d'emploi.

Il doit remettre et expliquer au consommateur un document expliquant le mode d'emploi de la marchandise. Ce document doit être écrit en caractères gras et lisibles à première vue.

ARTICLE 12

En ce qui concerne les biens meubles, il doit être en outre porté à la connaissance du consommateur au moyen de mentions sur le manuel d'utilisation, s'il y a lieu, les pièces dont l'usure normale l'oblige à les changer et les dates auxquelles les rechanges doivent être effectués.

CHAPITRE 2 - INFORMATION SUR LES PRIX ET LES CONDITIONS DE VENTE

ARTICLE 13

Sur toute l'étendue du territoire de l'Union, les prix des biens et services sont librement déterminés par le libre jeu de la concurrence.

Dans le but de faire face à des hausses injustifiées des prix ou à des pénuries artificielles, les Etats peuvent, pour une durée limitée, déroger au principe énoncé à l'alinéa précédent.

ARTICLE 14

Tout vendeur de biens ou tout prestataire de services doit informer le consommateur du prix et des conditions particulières de la vente.

Cette information doit être notamment faite par voie de marquage, d'étiquetage et d'affichage au moyen d'un support, en caractères gras et lisibles à première vue, accessible au consommateur.

Les modalités d'application des alinéas ci-dessus sont déterminées par les Etats par voie réglementaire.

ARTICLE 15

La pratique de prix ou de conditions de vente discriminatoires est interdite.

ARTICLE 16

Il est interdit à tout vendeur de bien ou prestataire de services, seul ou en groupe, de refuser de satisfaire, dans la mesure de ses disponibilités, aux demandes d'achat ou de prestation de service lorsque ces demandes ne présentent aucun caractère anormal, qu'elles émanent d'un consommateur de bonne foi et que la vente ou la prestation de service n'est pas interdite.

CHAPITRE III - INFORMATION SUR LES DELAIS DE LIVRAISON

ARTICLE 17

Dans tout contrat n'entraînant pas la livraison immédiate du bien ou de la fourniture du service, le vendeur doit mentionner sur la facture la date limite à laquelle le bien sera livré ou la prestation fournie.

Lorsque la livraison n'a pas été faite ou que la prestation n'a pas été fournie à cette date limite, le contrat concerné est réputé rompu, à moins que le consommateur ne le confirme par écrit.

**CHAPITRE IV - PRODUITS ET SERVICES CERTIFIES
ET D'ORIGINE CONTROLEE**

Section 1 - Des appellations d'origine

Sous-section 1 - Définition

ARTICLE 18

Est une appellation d'origine, la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'un lieu déterminé servant à désigner un produit qui en est originaire et dont les qualités intrinsèques et caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique comprenant soit des facteurs humains soit des facteurs naturels, ou des facteurs humains et naturels.

La dénomination géographique est une dénomination qui, sans être celle d'un pays, d'une région ou d'un lieu déterminé se rapporte à une aire déterminée de production ou de fabrication de certains produits.

Sous section 2 - Conditions de protection

ARTICLE 19

Les appellations d'origine sont protégées si elles ont été dûment enregistrées auprès de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle ou si leur enregistrement résulte d'une convention à laquelle les Etats membres sont parties.

Sous section 3 - Procédure d'enregistrement

ARTICLE 20

L'enregistrement d'une appellation d'origine est faite conformément aux dispositions de l'Annexe 6 de l'Accord de Bangui du 02 mars 1977 modifié portant création de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle.

ARTICLE 21

En vertu des articles 12 et 13 de l'Accord visé à l'article précédent, toute personne intéressée, tout groupement de producteurs, toute association de consommateurs peut exercer devant les juridictions pénales, les actions tendant à faire cesser l'utilisation illicite ou à faire interdire cette utilisation si elle est imminente ou encore à faire détruire les étiquettes ou les autres documents servant ou susceptibles de servir à une telle utilisation.

Section 2 - Certification des produits et des services

ARTICLE 22

La certification d'un produit, d'un service ou d'une entreprise, est l'activité par laquelle, un organisme public ou une entreprise privée, indépendamment du fabricant, de l'importateur, du vendeur ou du prestataire, atteste à leur demande que tel produit ou tel service est conforme à une norme en vigueur.

ARTICLE 23

Sont seules autorisées à certifier un produit ou un service, les entreprises qui ont obtenu de l'autorité administrative nationale compétente, l'autorisation de mener cette activité.

L'autorisation visée à l'alinéa précédent est délivrée à la requérante qui lui a déposé une demande comprenant toutes les informations nécessaires et notamment les pièces attestant sa compétence et son impartialité.

Les activités des organismes ayant reçu de l'Etat mission de certifier les produits ou services ne sont pas soumises à autorisation préalable.

ARTICLE 24

L'organisme ou l'entreprise certificateur dépose comme marque, et ce, conformément à la législation en vigueur, le signe distinctif qui doit accompagner ou matérialiser la certification.

ARTICLE 25

Les autorisations de mise sur le marché des médicaments à usage humain ou vétérinaire, les poinçons, estampilles, visas, certificats d'homologation, labels ou marques syndicaux ne sont pas soumises à la certification prévue par les articles précédents. Elles sont délivrées par l'autorité administrative nationale compétente.

ARTICLE 26

Est passible d'un emprisonnement de deux à cinq ans et d'une amende de 5.000.000 à 100.000.000 de francs ou de l'une de ces deux peines :

- 1° le fait, dans la publicité ou la présentation d'un produit ou d'un service, d'une entreprise, ou encore dans un document de toute nature qui le concerne, de faire référence à une certification qui n'a pas été effectuée conformément aux dispositions du présent Règlement ;
- 2° le fait de certifier un produit, un service ou une entreprise en violation des articles précédents ou sans autorisation préalable ;
- 3° le fait d'usurper les fonctions de certificateur ;
- 4° le fait d'utiliser tout moyen de nature à faire croire au consommateur, à tort, qu'un produit, un service ou une entreprise a été certifié.

ARTICLE 27

Sont investis des pouvoirs de police prévus par le présent Règlement et, comme tels, compétents pour rechercher et constater les infractions visées par l'article précédent :

- les officiers et agents de police judiciaire;
- les agents assermentés des ministères chargés de la Métrologie, de la Qualité, de l'Industrie, de la Recherche, de la Consommation ou de la Concurrence et nommés par Arrêté du Ministre compétent;
- les inspecteurs de la pharmacie et les médecins-inspecteurs de la santé nommés par Arrêté du Ministre chargé de la Santé;
- les inspecteurs du travail;

TITRE II - FORMATION DES CONTRATS

CHAPITRE I - CONDITIONS DES CONTRATS

ARTICLE 28

En plus des conditions de forme et de fond prévues par le présent Règlement, les contrats dans lesquels une des parties est un consommateur sont soumis aux autres conditions non contraires de forme et de fond prévues par les législations des Etats membres applicables aux contrats.

ARTICLE 29

Il doit être toujours remis au consommateur un exemplaire signé par les parties du contrat dans lequel il est partie.

ARTICLE 30

Le vendeur, le prestataire ou toute personne en tenant lieu doit rapporter la preuve que le bien vendu ou la prestation fournie est conforme aux normes en vigueur.

Les modes de preuve sont l'écrit, le témoignage et l'aveu.

ARTICLE 31

Les contrats d'adhésion doivent être rédigés dans des termes clairs et compréhensibles par les consommateurs. Ils ne doivent pas se référer à des accords, contrats, textes ou documents qui n'ont pas été préalablement remis au consommateur.

Ils doivent être traduits, s'il y a lieu, et ce, en présence d'un témoin sachant lire et écrire, dans la langue nationale qu'il comprend au consommateur qui ne sait pas ou ne peut pas lire.

ARTICLE 32

Le contrat dont certaines clauses ont été jugées abusives et déclarées nulles par le juge compétent saisi doit être appliqué en ses autres dispositions.

CHAPITRE II - CAUTIONS, ARRHEs, ACOMPTEs

ARTICLE 33

Toute somme versée par un consommateur à titre de caution, d'arrhes, d'acompte ou à quelque autre titre que ce soit, est productive d'intérêts au taux légal et à son profit.

ARTICLE 34

En matière mobilière ou immobilière, les intérêts commenceront à courir à compter de la date prévue pour la livraison ou la remise jusqu'à parfaite livraison ou remise du bien, du service ou remboursement.

ARTICLE 35

Les cautions versées par les consommateurs aux prestataires de services produisent des intérêts au taux légal à compter du jour du versement jusqu'au jour de leur restitution.

TITRE III - DES PRATIQUES COMMERCIALES

CHAPITRE 1 - PRATIQUES COMMERCIALES REGLEMENTEES

Section 1 - Publicité

ARTICLE 36

Est interdite toute publicité mensongère, c'est-à-dire toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur.

Sont notamment visées, les allégations, indications ou présentations qui portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, durabilité, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou de prestations de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualité ou aptitude du fabricant, des revendeurs, promoteurs ou prestataires.

ARTICLE 37

L'annonceur pour le compte duquel la publicité a été diffusée est civilement responsable de l'infraction commise. Si le délinquant est une personne morale, la responsabilité pénale incombe à son dirigeant. Le diffuseur est poursuivi comme complice.

La complicité est punissable comme en droit commun.

ARTICLE 38

Les infractions prévues par cette section sont punies d'un emprisonnement de deux à cinq ans et d'une amende de 20.000.000 à 100.000.000 de francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement.

En cas de récidive, ces peines sont portées au double.

Section 2 - Vente à distance

ARTICLE 39

La vente à distance est celle présentée aux consommateurs sous la forme d'imprimés, de brochures, de prospectus, de catalogues ou d'autres supports écrits notamment audiovisuels ou électroniques.

Dans toute vente à distance, le vendeur doit mentionner le nom de son entreprise, ses numéros de téléphone et de fax, l'adresse de son siège social ainsi que son numéro d'inscription au Registre des commerçants.

ARTICLE 40

Dans toute vente à distance, l'acheteur dispose d'un délai d'au moins quinze jours ouvrables à compter de la livraison de la chose pour, en cas de non satisfaction, en faire retour au vendeur ; pour en demander l'échange au vendeur ; ou pour obtenir remboursement du prix.

Les frais de retour de la chose sont exclusivement à la charge de l'acheteur.

ARTICLE 41

Les infractions aux dispositions de la présente section sont punies d'une amende de 500.000 à 5.000.000 de francs CFA.

**Section 3 - Démarchage et vente à domicile
ou dans les lieux de travail**

ARTICLE 42

Tout vendeur ou prestataire de service qui se rend au domicile, à la résidence ou au lieu de travail d'un consommateur pour lui proposer la vente, la location, la location-vente de biens ou pour offrir une prestation de service, est tenu de lui remettre un exemplaire du contrat au moment de sa conclusion.

ARTICLE 43

Le contrat doit comporter sous peine de nullité les mentions suivantes : nom du fournisseur et/ou du démarcheur, adresse du fournisseur, date, nature et caractéristiques des biens offerts ou des services proposés, conditions d'exécution du contrat notamment les modalités et la date de leur livraison ou d'exécution de la prestation, le prix total à payer incluant les intérêts et les modalités de paiement, la faculté de renonciation du consommateur qui ne doit pas être inférieure à quinze jours.

ARTICLE 44

Avant l'expiration du délai prévu à l'article précédent, nul ne peut exiger ou obtenir du consommateur, directement ou indirectement, à quelque titre ou sous quelque forme que ce soit, une contrepartie quelconque ni aucun engagement, notamment un versement à titre d'acompte ou d'arrhes, un paiement comptant ou le versement d'une caution.

Section 4 - Ventes de biens déclassés pour défaut

ARTICLE 45

Les ventes de biens déclassés pour défaut, reconditionnés, réparés ou d'occasion sont soumises à autorisation préalable du Ministre chargé du Commerce de chaque Etat membre.

Ces ventes doivent être mentionnées comme telles, clairement et distinctement sur les factures remises aux consommateurs.

Section 5 - Loteries publicitaires

ARTICLE 46

Les publicités tendant à faire naître l'espérance d'un gain à chacun des participants, quelles que soient les modalités du tirage au sort, ne peuvent être autorisées que si elles n'imposent pas aux participants une contrepartie financière directe ou indirecte.

Les loteries publicitaires sont autorisées par le Ministre chargé des consommateurs de chaque Etat membre.

Section 6 - Annonces de réduction de prix

ARTICLE 47

Toute publicité, quels qu'en soient les auteurs, les procédés utilisés et les termes employés, comportant une annonce de réduction de prix doit porter les mentions suivantes : l'importance de la réduction en valeur absolue, les biens, services ou catégories de biens ou de services concernés, les modalités suivant lesquelles sont consentis les avantages annoncés et notamment la période pendant laquelle le produit ou le service est vendu à prix réduit.

L'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix doit faire apparaître, outre le prix réduit, le prix de référence.

ARTICLE 48

Tout bien ou service commandé pendant la période concernée par une annonce de réduction de prix, doit être livré ou fourni au prix indiqué par cette publicité.

ARTICLE 49

Aucune publicité relative à une réduction de prix ne peut être faite sur des articles qui ne sont pas disponibles pour la vente ou sur des services qui ne peuvent pas être fournis pendant la période annoncée.

Section 7 - Règles spéciales concernant les préparations pour les nourrissons

ARTICLE 50

Les préparations pour les nourrissons sont les denrées alimentaires destinées à l'alimentation des enfants jusqu'à l'âge de sept mois accomplis et présentées comme fournissant à elles seules tous ses besoins nutritionnels.

ARTICLE 51

La publicité relative aux préparations pour nourrissons n'est autorisée que dans les revues spécialisées destinées aux professionnels de la santé et ce, dans les conditions déterminées par le Ministre compétent.

ARTICLE 52

Il est interdit, sauf autorisation spéciale du Ministre compétent, de distribuer gratuitement aux consommateurs, des échantillons de préparations pour nourrissons ou de se livrer à toute pratique promotionnelle pour la vente de celles-ci.

ARTICLE 53

La violation des dispositions de cette section ou des textes qui y sont visés est passible d'une peine d'emprisonnement de deux à cinq ans et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 de francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement.

Section 8 - Contrat de jouissance d'immeubles à temps partagés

ARTICLE 54

Le contrat par lequel un consommateur acquiert le droit d'utilisation, en partage avec d'autres consommateurs, d'un immeuble bâti, est régi par les dispositions de la présente section.

ARTICLE 55

Le contrat doit être obligatoirement écrit et comporter, sous peine de nullité, au moins les mentions ci-après :

- la dénomination de l'entreprise, sa forme juridique, son numéro d'inscription au Registre des commerçants ainsi que son siège social ;
- la désignation et la description détaillée de chaque immeuble concerné, de sa situation cadastrale, de son numéro d'immatriculation au Livre Foncier ;
- si l'immeuble est en construction, les informations précises relatives aux délais d'exécution des travaux de gros œuvre, de maçonnerie, de plomberie et de car-

relage, aux raccordements de voies et réseaux divers, aux garanties d'achèvement des travaux ou de remboursement en cas de non achèvement et au permis de construire ;

- les informations relatives à la gestion de l'immeuble ;
- le droit d'utilisation de l'immeuble, la durée de la jouissance de ce droit et la date d'entrée en vigueur du contrat ;
- s'il s'agit d'un avant-contrat, les conditions de sa perfection ;
- la (les) période (s) annuelle (s) de jouissance du droit d'utilisation ;
- s'il y a lieu, les installations et équipements qui ne dépendent pas de l'immeuble concerné mais qui peuvent être utilisés par le consommateur ;
- le prix hors-taxes, le montant individualisé de chaque frais ou taxe et, éventuellement, l'indication de leur évolution annuelle ou le taux de leur évolution annuelle ;
- les montants des impôts éventuels ;
- la mention de l'énumération limitative des frais, taxes et impôts visés ;
- le prix toutes taxes comprises ainsi que les modalités de son paiement ;
- la mention de l'affiliation ou non du vendeur à une bourse d'échange, le droit du consommateur d'y adhérer ainsi que les conditions d'adhésion.

ARTICLE 56

La publicité concernant le contrat visé par l'article précédent doit porter mention de la possibilité pour tout consommateur intéressé d'obtenir à l'adresse indiquée, toutes les informations requises pour la rédaction du contrat. La violation de l'alinéa précédent est passible d'une amende de 500.000 à 5.000.000 de francs.

CHAPITRE II - PRATIQUES COMMERCIALES INTERDITES

Section 1 - Envois forcés

ARTICLE 57

Il est interdit à tout vendeur ou prestataire de services, de faire parvenir à un consommateur, sans commande préalable de celui-ci, un bien accompagné d'une correspondance indiquant qu'il peut être accepté par lui moyennant versement d'un prix fixé ou renvoyé à son expéditeur, même si la réexpédition est sans frais pour le consommateur.

Section 2 - Ventes "à la boule de neige"

ARTICLE 58

Toute vente consistant à offrir aux consommateurs des biens prétendument à titre gracieux ou à un prix inférieur à leur valeur tout en subordonnant leur livraison à la remise de bons ou tickets, adhésions ou inscriptions à un tiers, est la vente "à la boule de neige". Elle est interdite.

Section 3 - Ventes avec primes

ARTICLE 59

La vente avec primes est celle au moyen de laquelle les biens vendus ou les prestations de service offerts, donnent droit, en même temps, à une prime consistant en des biens ou services au consommateur, que ce soit à terme ou immédiatement.

La vente avec primes est interdite sauf si les biens ou services offerts comme primes sont identiques à ceux vendus.

Section 4 - Abus de faiblesse

ARTICLE 60

Quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'un consommateur qu'il aura démarché à domicile ou en sa résidence pour lui faire souscrire des engagements à payer au comptant ou à crédit des sommes d'argent, sera puni d'un emprisonnement de deux à cinq ans et d'une amende de 500.000 à 20.000.000 de francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement, lorsqu'il apparaît, d'après les circonstances, que le consommateur n'était pas en mesure d'évaluer, en toute connaissance de cause, les conséquences de ses engagements, de déceler les ruses ou artifices employés pour obtenir son engagement, ou qu'il a subi une contrainte.

ARTICLE 61

Les dispositions de l'article 60 sont applicables aux engagements obtenus :

- 1° à la suite d'un démarchage par téléphone, télécopie ou messagerie électronique
- 2° à la suite d'une invitation, sans que celle-ci ne soit nécessairement nominative, à se rendre sur un lieu de vente
- 3° à la suite d'une démarche faite dans un lieu non destiné à la vente de tels biens ou à la prestation de tels services, ou dans le cadre d'une foire ou d'un Salon.

ARTICLE 62

Les violations des dispositions des sections 1 à 4 du présent chapitre sont passibles des peines et amendes prévues par l'article 60.

TITRE IV - LE BAIL

CHAPITRE 1 - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 63 - DOMAINE D'APPLICATION

Les dispositions de cette section s'appliquent au contrat de louage concernant les locaux suivants :

- locaux à usage d'habitation
- locaux à usage professionnel sans caractère commercial, industriel ou artisanal
- locaux pris en location par une personne morale de droit public pour y installer des services ou des agents
- locaux pris en location par des personnes morales exerçant une activité désintéressée, notamment par des associations déclarées et des syndicats professionnels
- locaux pris en location par de entreprises commerciales, industrielles ou artisanales à usage exclusif d'habitation pour leur personnel
- locaux pris en location par des entreprises commerciales, industrielles ou artisanales pour y installer exclusivement des bureaux.

Elles ne s'appliquent pas aux rapports entre les personnes morales de droit public ou les entreprises commerciales ou industrielles et les agents ou personnels logés par leur soin.

ARTICLE 64 - COMPETENCE

Toute contestation entre bailleur, locataire et sous-locataire concernant les loyers est soumise au Président du Tribunal de la Consommation statuant en référé.

ARTICLE 65 - LOCATION MIXTE

Lorsque le bail porte sur des locaux à la fois à usage d'habitation et à usage commercial, il est appliqué à chaque partie, en fonction de sa destination, ses règles propres.

CHAPITRE 2 - DISPOSITIONS CONTRACTUELLES

ARTICLE 66 - OPTION

Le bail portant sur les locaux visés à l'article 63 ne peut être que conclu sous l'une des formes suivantes :

- soit pour une durée indéterminée
- soit pour une durée de trois années renouvelables par tacite reconduction pour des périodes triennales

Il ne prend fin que :

- par la résiliation, exclusivement prononcée par le Président du Tribunal de la Consommation à la diligence de l'une des parties, en cas de défaillance de l'autre dans l'exécution de l'une quelconque de ses obligations ; cette résiliation ne peut être prononcée qu'après une mise en demeure d'y pourvoir dans les trente jours faite, sous peine de nullité, par huissier de justice et restée infructueuse ;
- par un préavis de congé servi, sous peine de nullité, par huissier de justice dans les seuls cas prévus et d'après les conditions prévues par le présent titre

ARTICLE 67 - LOYER

Que le bail soit à durée déterminée ou indéterminée, le montant du loyer est fixé conformément à l'évaluation faite de la valeur de l'immeuble.

Les modalités de cette évaluation sont fixées par Décret proposé par le Ministre chargé des consommateurs de chaque Etat membre.

ARTICLE 68 - CHARGES RECUPERABLES

Les charges récupérables, sommes accessoires au loyer, ne sont exigibles par le bailleur que d'après les factures justificatives acquittées par lui.

ARTICLE 69 - FIN DU BAIL A DUREE DETERMINEE

Le locataire qui ne désire pas bénéficier de la tacite reconduction de son bail doit en donner préavis au bailleur. Ce préavis doit être servi par huissier de justice au moins six mois avant l'expiration de la période triennale en cours.

Le bailleur personne physique peut refuser le renouvellement du bail lorsqu'il décide de reprendre les locaux pour les habiter lui-même ou les faire habiter par son conjoint, ses ascendants, ses descendants en ligne directe ou ceux de son conjoint, en notifiant le préavis du refus de renouvellement servi, sous peine de nullité, par huissier de justice au moins six mois avant l'expiration de la période triennale en cours.

Est assimilée au bailleur personne physique, la société civile constituée exclusivement entre parents et alliés jusqu'au quatrième degré qui décide d'exercer le droit de reprise au profit de l'un des associés, de son conjoint, de ses ascendants ou de ses descendants en ligne directe ou ceux de son conjoint.

ARTICLE 70

Le préavis donné par le bailleur personne physique ou société civile assimilée, doit, sous peine de nullité, indiquer :

- 1°/ l'identité complète de la personne au profit de laquelle le droit de reprise est exercé

- 2°/ son lien de parenté avec le bailleur
- 3°/ son adresse actuelle
- 4°/ la reproduction intégrale des dispositions de l'article 79

Le bailleur, qu'il soit ou non une personne physique, peut également refuser le renouvellement du bail lorsqu'il décide de reprendre les lieux pour les démolir et les reconstruire, en notifiant le préavis de refus de renouvellement servi, sous peine de nullité, par huissier de justice, au moins six mois avant la fin de la période triennale en cours.

Dans le cas prévu à l'alinéa précédent, le préavis doit, sous peine de nullité, mentionner :

- 1° la nature et la description des travaux projetés
- 2° la référence complète du permis de construire
- 3° le nom, le cas échéant, de l'architecte ainsi que celui de l'entreprise devant suivre et/ou exécuter les travaux
- 4° l'engagement du bailleur de ne pas faire occuper les lieux, à quelque titre que ce soit, sauf pour gardiennage du chantier, depuis le départ du locataire jusqu'à la réception de l'immeuble reconstruit
- 5° la reproduction intégrale de l'article 79

ARTICLE 71 - LOCATIONS SAISONNIERES

Les dispositions des articles 66 et 69 ne font pas obstacle aux locations saisonnières des locaux à usage d'habitation meublés ou pas.

Ces baux sont obligatoirement conclus par écrit.

Leur durée est fixée par les parties ou, à défaut, elle est réputée être de trois mois renouvelable par tacite reconduction pour des périodes trimestrielles, sans que la durée totale de la location ne puisse dépasser un an.

Trente jours au plus tard avant l'expiration de toute période trimestrielle, chacune des parties peut signifier, par huissier de justice sous peine de nullité, à l'autre sa volonté de mettre fin au contrat.

ARTICLE 72 - FIN DU BAIL A DUREE INDETERMINEE

Le locataire peut mettre fin au bail par un préavis de congé.

Ce congé doit être donné, sous peine de nullité, par huissier de justice au moins deux mois avant la date prévue pour son départ des locaux.

Seul le bailleur personne physique ou la société civile constituée exclusivement entre parents et alliés jusqu'au quatrième degré peut donner préavis de congé d'une durée d'au

moins six mois au locataire lorsqu'ils décident d'exercer leur droit de reprise en faveur de l'un des bénéficiaires visés à l'article 69.

A peine de nullité, le congé visé à l'alinéa précédent doit être donné par huissier de justice et contenir les mentions énumérées par l'article 70 alinéa 1.

ARTICLE 73 - SOUS-LOCATION

Le locataire ne peut sous-louer qu'avec l'accord préalable et écrit du bailleur à qui il aura obligatoirement notifié le nom du sous-locataire ainsi que le montant du sous loyer.

En cas de non respect des conditions prévues à l'alinéa précédent, la résiliation du bail sera obligatoirement prononcée par le Président du Tribunal compétent.

Le contrat de sous-location est renouvelé à la demande du sous-locataire dans les mêmes conditions que celles du contrat de location et jusqu'au terme de celui-ci.

Le locataire reste engagé par toutes les obligations découlant du contrat principal envers le bailleur.

ARTICLE 74

Le montant du sous loyer ne pourra jamais être supérieur à celui du loyer principal.

ARTICLE 75 - CESSION

Le locataire ne peut céder le contrat de bail qu'avec l'accord préalable écrit du bailleur et après lui avoir notifié le nom du cessionnaire.

ARTICLE 76 - SUBSTITUTION

Après le décès du locataire, le contrat est transféré, s'ils le désirent, au conjoint, aux ascendants ou descendants en ligne directe. Dans le cas contraire, le bail est résolu de plein droit par le décès du locataire.

En cas de mutation du droit de propriété sur l'immeuble dans lequel se situent les locaux loués, le nouveau propriétaire est substitué de plein droit dans les obligations du bailleur et poursuit l'exécution du bail.

CHAPITRE 3 - OBLIGATIONS DES PARTIES AU CONTRAT

ARTICLE 77 - OBLIGATIONS DU LOCATAIRE

La convention des parties ne peut, même partiellement, exonérer le locataire de ses obligations découlant du présent titre. Toute clause contraire est réputée non écrite.

En outre, le locataire est tenu :

- de payer les charges de l'entretien courant ainsi que les menues réparations des équipements et installations trouvés dans les locaux
- de ne pas transformer, sans l'accord préalable écrit du bailleur, les locaux loués et leur équipement ; sinon, le bailleur pourra à tout moment exiger la remise en l'état des locaux ou conserver les transformations sans que le locataire ne puisse réclamer une quelconque indemnité à ce sujet
- d'établir un état des lieux contradictoire avant la remise des clefs en fin de bail

ARTICLE 78 - OBLIGATIONS DU BAILLEUR

La convention des parties ne peut, même partiellement, exonérer le bailleur de ses obligations découlant du présent titre. Toute clause contraire est réputée non écrite.

En outre le bailleur est tenu :

- d'établir, lors de la remise des clefs au locataire, un état des lieux contradictoire sinon, il est présumé n'avoir pas remis des locaux en bon état
- de remettre au locataire une quittance constatant le paiement de chaque terme de loyer ; en cas de paiement partiel, la quittance doit le préciser en mentionnant le détail des sommes versées avec l'imputation que le locataire a entendu leur donner
- de ne pas s'opposer aux aménagements réalisés par le locataire dès lors qu'ils ne constituent pas une transformation des locaux et ne sont pas susceptibles d'être générateurs d'un trouble de jouissance ou d'une nuisance quelconque.

ARTICLE 79 - EXERCICE DU DROIT DE REPRISE-SANCTIONS

Le bailleur qui signifie son intention de reprendre les locaux loués pour occupation personnelle en application des dispositions du présent titre doit y installer le bénéficiaire désigné dans le délai de trois mois à compter du départ du locataire.

Le bénéficiaire du droit de reprise est, en outre, tenu d'habiter effectivement les lieux libérés pendant deux années consécutives à compter de son entrée en jouissance des locaux.

Faute par lui de satisfaire l'une quelconque de ses obligations prévues à l'alinéa précédent, le bailleur sera redevable envers le locataire évincé ou ses ayants droit, d'une indemnité forfaitaire égale à vingt quatre mensualités de loyers d'un montant égal à la dernière mensualité payée par ce locataire.

La preuve de la défaillance du bailleur à satisfaire à l'une des conditions imposées pour pouvoir user de son droit de reprise peut être rapportée par tout moyen.

Le bailleur qui signifie son intention de reprise pour démolir et reconstruire les lieux doit commencer les travaux dans un délai de trois mois à compter du départ du locataire ; il ne peut faire occuper les lieux, à quelque titre que ce soit, sauf pour gardiennage du chantier, jusqu'à la réception de l'immeuble reconstruit.

Faute par lui de satisfaire à l'une quelconque de ses obligations prévues à l'alinéa précédent, le bailleur qui a fait usage de son droit de reprise pour démolition et reconstruction sera redevable envers le locataire évincé ou ses ayants droit de l'indemnité prévue à l'alinéa trois du présent article, sans préjudice de tous autres dommages et intérêts.



**LIVRE III - CONFORMITE ET SECURITE
DES BIENS ET SERVICES**



TITRE 1 - CONFORMITE DES BIENS ET SERVICES

CHAPITRE 1 - DISPOSITIONS GENERALES

Section 1 - Obligation générale de conformité

ARTICLE 80

Avant qu'il ne soit mis en position d'être acheté ou loué, tout bien ou service doit avoir préalablement satisfait aux normes en vigueur et à toutes les prescriptions concernant la sûreté, la sécurité, la santé et la protection des consommateurs.

Cette obligation incombe à la personne qui en sera l'auteur.

Section 2 - Vices cachés

ARTICLE 81

Tout vendeur de bien ou prestataire de service est réputé connaître les vices cachés de la chose vendue.

La législation en vigueur concernant les garanties des vices cachés est applicable aux biens et services visés par le présent Règlement, en tout ce qu'elle ne lui est pas contraire, et tout vendeur est tenu à garantie et ne peut en aucune manière s'exonérer de cette responsabilité.

CHAPITRE 2 - FRAUDES ET FALSIFICATIONS

Section 1 - Fraudes

ARTICLE 82

Quiconque aura fraudé ou tenté de frauder, trompé ou tenté de tromper les consommateurs par quelque moyen ou de quelque manière que ce soit, notamment :

- sur la nature, l'espèce, l'origine, la provenance, les qualités substantielles, la composition ou la teneur en principes utiles de tout bien ou service sur la quantité ou la qualité des choses livrées
- sur l'aptitude à l'emploi, les risques inhérents à l'emploi, les contrôles effectués, les modes d'emploi ou les précautions à prendre, sur l'identité et/ou l'adresse du producteur ou du fabricant,

Sera puni d'un emprisonnement de trois à cinq ans et/ou d'une amende de 25.000.000 à 100.000.000 de francs.

Section 2- Falsifications

ARTICLE 83

Sera puni des peines prévues par l'article précédent, quiconque :

- aura falsifié des produits alimentaires ou pharmaceutiques
- aura exposé, donné, distribué, mis en vente ou vendu des produits alimentaires ou pharmaceutiques falsifiés ou corrompus

TITRE 2 - SECURITE DES BIENS ET SERVICES

CHAPITRE 1 - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 84

Avant d'être mis en position d'être consommé, tout bien ou service doit préalablement offrir toutes les garanties de sécurité prévues par les normes en vigueur pour son utilisation normale et ne doit en aucune manière être susceptible de porter atteinte à la sécurité ou à la santé des consommateurs ou de l'environnement.

ARTICLE 85

Tout bien ou service qui n'aura pas satisfait aux prescriptions de l'article précédent sera détruit, aux frais du délinquant, par les agents investis de cette mission après autorisation du Président du Tribunal compétent.

Les ministres compétents au niveau des Etats membres, doivent immédiatement interdire la fabrication, l'importation, le transit ou la distribution de tel bien ou service.

CHAPITRE 2 - SANCTIONS

ARTICLE 86

Quiconque aura violé ou tenté de violer les prescriptions du chapitre précédent sera condamné à une peine d'emprisonnement de trois à cinq ans et/ou d'une amende de 25.000.000 à 100.000.000 de francs CFA.

TITRE 3 - RECHERCHE ET CONSTATATION DES INFRACTIONS

CHAPITRE 1 - POUVOIRS DE POLICE

Section 1 - Agents qualifiés

ARTICLE 87

Ont qualité pour effectuer des prélèvements aux fins d'analyse, pour procéder aux saisies, pour rechercher et constater les infractions au présent Règlement :

- les agents et officiers de police judiciaire
- les agents de l'administration dûment désignés par les ministres compétents des Etats membres après avoir prêté serment

ARTICLE 88

Pour les saisies, la recherche et la constatation des infractions, il est procédé comme en matière de procédure pénale prévue par la législation en vigueur de chaque Etat membre.

Section 2 - Saisie conservatoire

ARTICLE 89

Les agents énumérés par l'article 87 ci-dessus peuvent procéder à la saisie conservatoire, en établissant comme gardiens les propriétaires ou détenteurs, dans les lieux jugés appropriés :

- les produits considérés comme falsifiés, corrompus ou toxiques
- les produits impropres à la consommation
- les appareils ou objets considérés comme non conformes à la législation ou à la réglementation en vigueur,
- en attendant les résultats des contrôles ou analyses d'un laboratoire accrédité pour suite à donner.

La saisie conservatoire peut être complétée par le placement de scellés.

ARTICLE 90

La mesure de saisie conservatoire ne peut excéder une durée de quinze jours sauf autorisation du Président du Tribunal compétent qui procède comme en matière de justice gracieuse y compris pour sa mainlevée.

Section 3 - Expertises

ARTICLE 91

Toutes les expertises rendues nécessaires par l'application du présent Règlement doivent être effectuées contradictoirement entre les parties.

L'expert doit être nommé par le Président du Tribunal compétent sur simple requête de la personne intéressée.

L'expert doit accomplir sa mission selon sa déontologie et dans le délai fixé par le Président qui peut, s'il y a lieu, le changer.

Les honoraires de l'expert sont à la charge de l'Etat lorsque l'expertise a été demandée par les agents de l'administration énumérés par l'article 87 ou par une association des consommateurs ayant une existence légale.

LIVRE IV - LES CREDITS AUX CONSOMMATEURS

TITRE 1 - DES CREDITS

CHAPITRE 1 - LE CREDIT A LA CONSOMMATION

Section 1 - Champ d'application

ARTICLE 92

Les dispositions du présent Livre s'appliquent à toute opération de crédit, notamment les opérations de prêt, d'escompte, de prise en pension, d'acquisition de créances, de garantie, de financement d'achats à crédit et de crédit-bail lorsque l'une des parties au contrat est un consommateur.

La clause de déchéance du terme n'est pas applicable à l'opération de crédit à l'exclusion de celui dont le remboursement a été garanti par une hypothèque conventionnelle.

ARTICLE 93

Sont exclus du champ d'application du présent Livre :

- les crédits ayant pour objet le financement d'une activité professionnelle
- les crédits consentis aux personnes morales de droit public
- les crédits pour l'acquisition de parts sociales ou d'actions d'une société

Section 2 - Publicité

ARTICLE 94

Toute publicité relative à une opération de crédit doit comporter :

- l'identité complète du prêteur
- sa nature, son objet et sa durée
- le montant toutes taxes comprises ainsi que le détail du montant des intérêts, des taxes, frais et assurances pour chaque échéance.

ARTICLE 95

Toute publicité sur le crédit gratuit ou un avantage équivalent doit préciser le taux de la remise qui sera faite au profit de l'acheteur au comptant.

Section 3 - Crédit gratuit

ARTICLE 96

Le crédit gratuit s'entend de l'opération dans laquelle les taxes et frais qui auraient dû être payés par le consommateur sont pris en charge par l'autre partie.
La publicité concernant le crédit gratuit est interdite hors des magasins de vente.

ARTICLE 97

A peine de nullité du contrat, le vendeur de la chose ou le prestataire de service ne peut, dans une opération de crédit gratuit, fixer un prix toutes taxes comprises supérieur au prix le plus bas qu'il a pratiqué au cours des trente derniers jours.

Section 4 - Conclusion du contrat de crédit

ARTICLE 98

Tout contrat de crédit doit obligatoirement faire l'objet d'une offre préalable écrite en caractères très apparents lisibles à première vue et remise aux personnes intéressées.

Les conditions de l'offre préalable doivent avoir une validité d'au moins quinze jours ouvrables à compter de sa réception par le consommateur.

ARTICLE 99

L'offre préalable doit comporter, outre les mentions habituelles pour la validité des contrats, celles visées par l'article 94 ci-dessus ainsi que celle indiquant le Tribunal compétent pour connaître des litiges qui pourraient découler de sa mise en œuvre.

ARTICLE 100

Lorsque le contrat de crédit est soumis à une obligation préalable d'épargne par le consommateur, le prêteur est tenu, dès que cette obligation est exécutée, de lui remettre une offre préalable de crédit.

Cette offre préalable ne doit comporter aucune clause restrictive ou nouvelle autre que celles prévues par l'obligation d'épargne préalable.

ARTICLE 101

Dans un délai de sept jours ouvrables suivant l'acceptation par le consommateur d'une offre préalable, il peut rétracter celle-ci.

Pour permettre au consommateur d'exercer sa faculté de rétractation, un formulaire détachable à ce destiné doit être joint à toute offre préalable de crédit sous peine de nullité de celle-ci.

_____ **ARTICLE 102**

Le contrat de crédit est réputé conclu dès que l'offre préalable a été acceptée expressément par le consommateur et au plus tard sept jours ouvrables suivant le délai prévu par l'article précédent pour l'exercice du droit de rétractation.

_____ **ARTICLE 103**

Les contrats de crédit ne sont pas soumis au droit de timbre et sont enregistrés gratis.

Section 5 - Remboursement anticipé et défaillance

_____ **ARTICLE 104**

Le consommateur a le droit de rembourser avant l'échéance, tout ou partie du crédit qui lui a été consenti sans que le prêteur ne puisse s'y opposer.

En cas de remboursement anticipé d'un crédit, les intérêts prévus pour être perçus à chacune des échéances ultérieures sont annulés de plein droit et ne seront pas payés par le consommateur.

_____ **ARTICLE 105**

Il y a défaillance lorsque le consommateur n'a pas payé le montant dû après au moins trois échéances consécutives.

Le consommateur ne doit rembourser que les sommes prévues au contrat ainsi que les frais de justice à l'exclusion de tous honoraires de recouvrement.

Section 6 - Sanctions

_____ **ARTICLE 106**

En cas de violation par le vendeur ou le prestataire de service des dispositions de l'article 101 ci-dessus, il sera condamné par le Tribunal compétent à une amende comprise entre 1.000.000 et 10.000.000 de francs.

La même amende est prononcée à l'encontre de tout contrevenant aux dispositions relatives aux mentions obligatoires concernant la publicité des crédits gratuits ainsi que les offres préalables de crédit.

Le produit des amendes est versé dans un Fonds créé par chaque Etat membre et destiné à financer les programmes d'éducation des consommateurs. Ce Fonds est géré conjointement avec les associations des consommateurs selon les modalités fixées par Décret proposé par le Ministre chargé des consommateurs.

CHAPITRE 2 - LE CREDIT IMMOBILIER

ARTICLE 107 - DOMAINE D'APPLICATION

Les dispositions du présent chapitre s'appliquent aux prêts qui, quelle que soit leur qualification ou leur technique, sont consentis de manière habituelle par toute personne physique ou morale au consommateur en vue de financer les opérations suivantes :

1°/ Pour les immeubles à usage d'habitation ou à usage professionnel et d'habitation :

- leur acquisition en propriété ou en jouissance
- les dépenses relatives à leur construction, à leur réparation, à leur amélioration ou à leur entretien lorsque le montant de ces dépenses est supérieur à 1.000.000 de francs CFA
- la souscription ou l'achat de parts ou d'actions de sociétés donnant vocation à leur attribution en propriété ou en jouissance

2°/ L'achat de terrains destinés à la construction des immeubles visés au 1° du présent article.

ARTICLE 108

Sont exclus du champ d'application du présent chapitre :

- 1°/ Les prêts consentis à des personnes morales de droit public
- 2°/ Les prêts destinés, sous quelque forme que ce soit, à financer une activité professionnelle, notamment celle des personnes morales qui, à titre habituel, même accessoire à une autre activité, ou en vertu de leur objet social, procurent, sous quelque forme que ce soit, des immeubles ou fractions d'immeubles, bâtis ou non bâtis, achevés ou non, collectifs ou individuels, en propriété ou en jouissance.

ARTICLE 109 - L'OFFRE PREALABLE

L'offre préalable d'un crédit immobilier doit obligatoirement comporter, sous peine de nullité :

- mention de l'identité des parties et, éventuellement celle des cautions
- mention précise de la nature, de l'objet, des modalités du prêt notamment celles qui concernent les dates et les conditions de mise à disposition des fonds au consommateur
- l'échéancier des amortissements détaillant pour chaque échéance, la répartition du remboursement entre le capital et les intérêts
- l'indication du montant du crédit susceptible d'être consenti et, le cas échéant, celui de ses fractions périodiquement disponibles, son coût total ainsi que son taux

- l'énonciation évaluée de leur coût ainsi que celui des assurances et des sûretés réelles ou personnelles qui conditionnent la conclusion du prêt
- l'énumération des conditions à remplir pour pouvoir transférer ce prêt à une tierce personne

ARTICLE 110 - LE DELAI DE REFLEXION

L'envoi de l'offre de crédit oblige le prêteur à maintenir les conditions qu'elle indique pendant au moins trente jours ouvrables à compter de sa réception par l'emprunteur. L'offre préalable est soumise à l'acceptation de l'emprunteur et des cautions qui ne pourront la donner que dix jours ouvrables après sa réception.

L'acceptation est donnée par lettre, le cachet de la poste faisant foi.

ARTICLE 111 - AUTRES DISPOSITIONS

Les dispositions non contraires des sections 4 et 5 du présent titre sont applicables au contrat de crédit immobilier.

TITRE 2 - DU SURENDETTEMENT

CHAPITRE 1 - DEFINITION ET ELIGIBILITE

ARTICLE 112 - DEFINITION

Le surendettement est le fait, pour le consommateur de bonne foi, d'être dans l'impossibilité de rembourser les crédits qui lui ont été consentis.

ARTICLE 113 - DECHEANCE

Est déchue du bénéfice des dispositions du présent titre :

- 1°/ Toute personne qui aura sciemment fait de fausses déclarations ou remis des documents inexacts en vue de d'obtenir le bénéfice de la procédure de surendettement
- 2°/ Toute personne qui, dans le même but, aura détourné ou dissimulé, ou tenté de dissimuler ou de détourner, tout ou partie de ses biens
- 3°/ Toute personne qui, sans l'accord de ses créanciers ou de la Commission, aura aggravé son endettement en souscrivant de nouveaux emprunts ou aura procédé à des actes de disposition de son patrimoine au cours de la procédure de traitement de sa situation de surendettement ou pendant l'exécution des mesures arrêtées.

ARTICLE 114

Il sera créé, à l'échelle de chaque ville, s'il y a lieu, de tous les Etats membres, et partout où besoin sera par Arrêté conjoint du Ministre chargé de l'Economie, du Ministre chargé de la Justice et du Ministre chargé des consommateurs, une Commission de Surendettement des Consommateurs.

CHAPITRE 2 - LA COMMISSION DE SURENDETTEMENT

ARTICLE 115

La Commission de Surendettement des Consommateurs est composée :

- du Directeur local du Trésor ou son Représentant, Président
- du Directeur local du Commerce ou son représentant, Vice-Président
- d'un membre désigné par l'Association Professionnelle des Banques et Etablissements Financiers
- d'un membre désigné par la Chambre de Commerce compétente
- de trois membres désignés par les associations ou fédérations des consommateurs

La fonction de membre de la Commission de Surendettement des Consommateurs est gratuite.

ARTICLE 116

La Commission de Surendettement des Consommateurs se réunit au moins une fois tous les trois mois. Elle peut aussi, en tant que de besoin, se réunir sur convocation de son Président.

Chacune de ses réunions doit faire l'objet d'un Procès Verbal rédigé par le Secrétaire Permanent et contenu dans un Registre tenu à cet effet. Ce Registre est côté et paraphé par le Président du Tribunal de la Consommation ayant compétence sur le territoire de l'échelon local du ressort de la Commission de Surendettement considérée.

Un extrait de ce Registre peut être délivré gratis, à toute personne concernée par la délibération visée, par le Secrétaire Permanent de la Commission.

ARTICLE 117

Le Secrétaire Permanent est un Greffier de Justice nommé par Arrêté du Ministre chargé de la Justice.

En sus de ses fonctions visées à l'alinéa précédent, le Secrétaire Permanent reçoit toutes les demandes adressées à la Commission, prépare ses réunions, signe et délivre les convocations et est responsable de la bonne tenue de ses archives.

ARTICLE 118 - COMPETENCE

La Commission de Surendettement des Consommateurs a compétence pour déclarer un consommateur en état de surendettement et pour prendre toute décision afin d'y mettre fin.

ARTICLE 119 - SAISINE

Elle est saisie par toute personne intéressée au moyen d'une simple lettre sur la copie de laquelle mention est portée de sa réception par le Secrétaire Permanent. Cette lettre doit préciser, à peine d'irrecevabilité :

- les prénoms, nom, adresse et situation matrimoniale du demandeur
- fournir un état détaillé de ses revenus, des éléments actifs et passifs de son patrimoine
- le nom et l'adresse de ses créanciers.

Pour accomplir ses missions, la Commission peut mener toute enquête qu'elle jugera appropriée et se faire remettre tout document utile pour sa compréhension de l'affaire et/ou la manifestation de la vérité.

ARTICLE 120 - DELIBERATIONS -

La Commission statue obligatoirement dans les six mois au plus de sa saisine et ce, sans appel à la majorité relative de ses membres présents. En cas de partage des voix, celle du Président est prépondérante.

Les délibérations de la Commission sont secrètes et ses membres sont tenus d'en garder le secret même après la cessation de leurs fonctions.

ARTICLE 121 - SUSPENSION DES POURSUITES

Si elle déclare recevable la demande, la Commission de Surendettement peut demander au Président du Tribunal de la Consommation compétent la suspension des poursuites engagées contre le demandeur en attendant qu'elle statue au fond sur la demande.

La lettre de saisine indique les prénoms, nom, profession et adresse du débiteur et ceux des créanciers poursuivants, ou, pour les personnes morales, leur dénomination et leur siège social. Y sont annexés, un état des revenus du débiteur, un relevé des éléments actifs et passifs de son patrimoine, l'état de son endettement et la liste des procédures d'exécution en cours.

L'ordonnance du Président statuant sur cette demande est insusceptible de recours.

ARTICLE 122 - DECISION

Pour mettre fin au surendettement, la Commission peut décider d'un plan qui s'impose aux parties dès lors qu'elles se sont conciliées et qui est insusceptible d'appel.

Ce plan peut comporter des mesures de report ou de rééchelonnement des paiements des dettes, de remise de dettes, de réduction ou de suppression des intérêts, de consolidation, de création ou de substitution de garantie.

La Commission peut subordonner la mise en œuvre de ce plan à l'accomplissement par le débiteur d'actes propres à faciliter ou à garantir le paiement de la dette.

LIVRE V - LES ASSOCIATIONS DES CONSOMMATEURS

TITRE I - OBJET ET CONSTITUTION DES ASSOCIATIONS DES CONSOMMATEURS

CHAPITRE I - OBJET

ARTICLE 123

Les associations des consommateurs ont exclusivement pour objet, l'étude, la promotion et la défense des intérêts économiques et du développement humain ainsi que des intérêts matériels et moraux des consommateurs.

ARTICLE 124

En vue d'atteindre leurs objectifs, les associations des consommateurs peuvent conclure des conventions ou accords de partenariat, notamment avec l'Etat, les Collectivités Locales, les Entreprises, les Syndicats, les autres Associations ou tous Organismes nationaux ou internationaux.

CHAPITRE II - CONSTITUTION

ARTICLE 125

L'association des consommateurs est constituée librement et sans autre formalité que celle de la déclaration préalable de sa création par son Président à l'Autorité compétente qui, à l'occasion, reçoit le Procès-Verbal de l'Assemblée Générale constitutive signé par le Président et le Secrétaire de séance, les noms, prénoms, date, lieu de naissance, profession, adresse et fonction occupée de chaque membre de son Bureau, son siège social ainsi que ses statuts.

ARTICLE 126

Les modifications apportées aux statuts ainsi que les changements survenus dans la composition du Bureau sont notifiés par le Président à l'Autorité visée par l'article précédent.

ARTICLE 127

Les membres du Bureau de l'association doivent avoir leur domicile légal dans le pays où elle a été créée, jouir de leurs droits civils et ne faire l'objet d'aucune des condamnations entraînant la perte des droits civiques aux termes des lois électorales en vigueur dans chaque Etat membre.

ARTICLE 128

Tout ressortissant de l'Union peut, même s'il n'est pas originaire du pays où il est domicilié, être élu aux fonctions de direction d'une association des consommateurs.

ARTICLE 129

Toute personne âgée d'au moins dix huit ans révolus peut être membre du bureau d'une association des consommateurs.

ARTICLE 130

Tout membre d'une association des consommateurs peut en démissionner à tout moment nonobstant toute clause contraire des statuts, mais ce, sans préjudice pour l'association, de pouvoir lui réclamer les cotisations statutaires échues avant sa démission.

ARTICLE 131

L'association des consommateurs ne peut être dissoute que par le Tribunal compétent ou son Assemblée Générale.

En cas de dissolution volontaire ou judiciaire, les biens de l'association sont dévolus conformément aux statuts ou à défaut, conformément à la décision de l'Assemblée Générale ou à défaut, conformément à la décision du Tribunal compétent. Ils ne peuvent en aucune manière être répartis entre ses membres.

ARTICLE 132

Les associations des consommateurs régulièrement constituées peuvent librement se concerter ou constituer une union ou fédération. L'union ou la fédération des consommateurs jouit de tous les droits reconnus aux associations des consommateurs.

ARTICLE 133

Une Maison du Consommateur doit être mise par l'Etat ou les Collectivités Locales à la disposition de l'union, de la fédération ou des associations des consommateurs dans chaque ville.

L'Etat a l'obligation de reconnaître d'utilité publique et de subventionner annuellement la fédération ou l'association la plus représentative.

ARTICLE 134

L'expulsion des associations ou de la fédération de la Maison du Consommateur ne peut être prononcée que par le Juge ou le Tribunal compétent.

ARTICLE 135

Le caractère représentatif d'une association ou d'une fédération des consommateurs est déterminé par Arrêté du Ministre chargé des consommateurs sur la base des éléments suivants :

- le nombre des membres
- le montant des cotisations statutaires encaissées par an
- l'expérience
- l'expertise
- l'étendue et la nature de ses activités, notamment des conventions de partenariat conclues et appliquées
- son implantation géographique dans le pays
- le siège social ainsi que ses équipements
- le personnel permanent
- La représentativité doit être déterminée au moins tous les deux ans.

ARTICLE 136

L'Arrêté du Ministre visé à l'article précédent est susceptible d'un recours en annulation devant la Cour compétente pour statuer sur les actions dirigées contre les décisions administratives.

**TITRE II - CAPACITE JURIDIQUE DES ASSOCIATIONS
DES CONSOMMATEURS**

CHAPITRE I - PERSONNALITE JURIDIQUE

ARTICLE 137

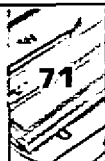
Les associations des consommateurs régulièrement déclarées ont la personnalité juridique dès leur déclaration.

Elles ont le droit de lever des cotisations, d'acquérir sans autorisation des biens meubles ou immeubles, de recueillir des dons et legs.

La fiscalité propre à ces actes juridiques ne leur est pas applicable lorsqu'elles les accomplissent.

ARTICLE 138

Les associations des consommateurs peuvent affecter une partie de leurs ressources (à l'exclusion de celles reçues de l'Etat ou des Collectivités Locales) à la création et/ou à la subvention de coopératives de consommation ou de construction.



Elles peuvent également subventionner, créer ou administrer des œuvres ou institutions telles que laboratoires, champs d'expérience, œuvres d'éducation scientifique ou sociale, cours et publications intéressant les consommateurs.

ARTICLE 139

Les immeubles et les meubles nécessaires à leurs activités, à leurs bibliothèques, à leurs propagandes et cours d'éducation sont insaisissables.

CHAPITRE II - ACTIONS EN JUSTICE

ARTICLE 140

Les associations des consommateurs régulièrement déclarées ont le droit d'estimer en justice et devant toute juridiction.

Elles ont en outre le droit de saisine de tout organe créé dans le but d'agir ou de se prononcer de quelque manière que ce soit sur les questions de consommation.

ARTICLE 141

Devant toute juridiction, tout organe ou toute commission, les associations des consommateurs peuvent agir relativement aux faits portant un préjudice direct ou indirect aux intérêts individuels ou collectifs qu'elles défendent.

LIVRE VI - JURIDICTIONS COMPETENTES ET REGIMES JURIDIQUES

TITRE I - JURIDICTIONS COMPETENTES CHAPITRE I - LES COMITES DE RECOURS

Section 1 - Composition et compétence

ARTICLE 142 - COMPOSITION

IL est créé, à la diligence du Ministre chargé des consommateurs, un Comité de Recours au niveau de chaque entreprise exerçant par concession une mission de service public, des entreprises de supermarché de chaque ville, des groupes de marchés de chaque ville, de chaque groupe de villages, de chaque Commune de ville ou ville.

Le Comité de Recours est présidé par un juriste jouissant d'une moralité, d'une intégrité et d'une compétence reconnues nommé par le Ministre chargé du Commerce. Il comprend en outre une personne désignée par l'association ou la fédération des consommateurs la plus représentative et une autre désignée par l'entreprise, le groupe d'entreprise ou les marchés.

Les membres du Comité de Recours sont nommés pour trois ans renouvelables.

Les fonctions de secrétariat, de tenue des dossiers et de conservation des archives sont assumées par un greffier nommé par le Ministre chargé de la Justice.

ARTICLE 143 - COMPETENCE

Le Comité de Recours est seul compétent pour juger de tous les litiges résultant du fonctionnement des sociétés concessionnaires d'un service public ou des entreprises visées par l'article précédent et dans lesquels un consommateur est partie.

Il statue en conciliateur et à charge d'appel devant le Tribunal de la Consommation lorsque l'intérêt du litige est supérieur à cinq cent mille francs.

ARTICLE 144

Le Comité de Recours ne peut être saisi en demande que par un consommateur personne physique pour les litiges dont l'intérêt ne dépasse pas 1.000.000 de francs.

Pour le calcul de l'intérêt du litige, il ne sera pas tenu compte du montant des dommages et intérêts réclamés ou des frais.

Section 2 - Procédure

ARTICLE 145

Avant de saisir le Comité, le consommateur doit au préalable adresser, par porteur ou par courrier recommandé avec accusé de réception, une mise en demeure enjoignant à l'entreprise de satisfaire ses prétentions dans un délai de quinze jours avec la mention que passé ce délai, le Comité de Recours sera saisi.

ARTICLE 146

Lorsque la mise en demeure visée à l'article précédent est adressée par porteur, le destinataire devra porter mention de sa réception sur une copie de celle-ci gardée par le consommateur pour être versée au dossier du Comité de Recours.

ARTICLE 147

Si ses prétentions n'ont pas été satisfaites dans le délai de quinze jours, le consommateur peut remettre la copie de la mise en demeure au greffier du Comité de Recours et lui demander de faire convoquer l'entreprise à comparaître.

La convocation devra comporter toutes les informations devant permettre à la défenderesse de connaître les raisons de sa convocation.

ARTICLE 148

Les autres règles non contraires de procédure civile en vigueur dans les Etats membres sont applicables devant le Comité de Recours.

Section 3 - Jugement et frais

ARTICLE 149

La procédure devant le Comité de Recours est gratuite, ses jugements sont dispensés de tout droit de timbre et enregistrés gratis.

Toutefois, la partie qui a succombé sera condamnée, s'il y a lieu, à rembourser les frais d'huissier qui auront été exposés par l'autre partie.

ARTICLE 150

Les fonctions de membre d'un Comité de Recours donnent lieu à rémunération selon les modalités fixées par Décret proposé par les Ministres chargés des consommateurs et de la Justice de chaque Etat membre.

Les membres du Comité de Recours sont tenus de garder le secret des délibérations, même après la cessation de leurs fonctions.

CHAPITRE II - LE TRIBUNAL DE LA CONSOMMATION

Section 1 - Composition et compétence

ARTICLE 151

Il est créé au niveau de chaque ville, à la diligence des Ministres chargés des consommateurs et de la Justice de chaque Etat membre, un Tribunal de la Consommation.

Le Tribunal de la Consommation est composé de la même façon que le Comité de Recours sauf en ce qui concerne son Président lequel doit être obligatoirement un magistrat professionnel nommé conformément aux procédures en vigueur applicables à son Corps.

ARTICLE 152

Les membres du Tribunal de la Consommation sont nommés pour trois ans renouvelables.

Les fonctions de membre d'un Tribunal de la Consommation sont rémunérées conformément aux modalités prévues par Décret.

Les membres d'un Tribunal de la Consommation sont tenus de garder les secrets des délibérations, même après la cessation de leurs fonctions.

ARTICLE 153

Le Tribunal de la Consommation est compétent pour juger, en premier et dernier ressort, ou comme juridiction d'appel des Comités de Recours, des litiges résultant des activités d'une entreprise concessionnaire d'un service public, des entreprises de supermarché, de toute autre entreprise de vente de biens ou de services et dans lesquels un consommateur est partie.

ARTICLE 154

Le Tribunal de la Consommation peut être saisi en demande par toute personne pour les litiges relevant de sa compétence et dont l'intérêt dépasse 1.000.000 de francs.

Section 2 - Procédure

ARTICLE 155

Les règles prévues par les articles 141 à 145 sont applicables devant le Tribunal de la Consommation ainsi que celles non contraires applicables devant les Tribunaux Civils ou du Commerce.

ARTICLE 156

La procédure devant le Tribunal de la Consommation est gratuite.

Ses jugements sont dispensés de tout droit de timbre et enregistrés gratis.

Toutefois, la partie qui a succombé sera condamnée, s'il y a lieu, à rembourser les frais d'huissier que l'autre a déboursés.

TITRE II - REGIMES JURIDIQUES ET AUTRES SANCTIONS

CHAPITRE 1 - DELAIS ET MODE DE SAISINE

ARTICLE 157

Les actions portées devant le Comité de Recours ou le Tribunal de la Consommation sont prescrites après un an.

Ce délai court à compter de la date de livraison pour les produits alimentaires ou les services, de la découverte du vice ou du jour du trouble pour les matériels, les équipements, les véhicules ainsi que les immeubles et de la date de signature du contrat pour les services financiers, bancaires ou d'assurance.

ARTICLE 158

Le délai de prescription est suspendu toute la période pendant laquelle un règlement amiable ou une conciliation est en cours.

ARTICLE 159

Que ce soit devant le Comité de Recours ou le Tribunal de la Consommation, la saisine est faite au moyen d'une lettre expliquant le différend et indiquant la façon et les moyens que le demandeur considère comme étant en mesure de réparer le tort qui lui a été causé.

Cette lettre, adressée au Président de la juridiction, doit être déposée à son secrétariat lequel doit en donner décharge sur la copie qui lui sera présentée.

ARTICLE 160

Le Président du Comité de Recours ou du Tribunal de la Consommation convoque les parties dans les quinze jours ouvrables suivant la date de sa saisine.

La juridiction doit obligatoirement rendre son jugement dans les deux mois suivant la première convocation des parties sous peine de forfaiture.

ARTICLE 161

Les jugements rendus en dernier ressort par les Comités de Recours et les Tribunaux de la Consommation ne sont attaquables que par un pourvoi en cassation.

Ce pourvoi est porté devant la Cour de Justice de l'UEMOA selon la procédure de saisine de cette juridiction.

CHAPITRE 2 - AUTRES SANCTIONS APPLICABLES

ARTICLE 162

Outre les peines et amendes prévues par le présent Règlement, les juridictions compétentes saisies doivent obligatoirement prononcer comme peines complémentaires :

l'interdiction de faire le commerce ou l'exercice de certains droits civiques pour les personnes reconnues coupables de fraude ou de falsification sur un produit

l'affichage du jugement sur le lieu de la vente pendant au moins un mois, au frais de la personne reconnue coupable pour les autres délits.

ARTICLE 163

Les peines complémentaires prévues par l'article précédent peuvent être prononcées cumulativement par la juridiction compétente.

ARTICLE 164

Les autres sanctions applicables par les juridictions compétentes en matière de consommation sont :

- le retrait immédiat du bien ou du service du marché aux frais du fabricant et/ou du distributeur par la force publique
- l'interdiction de commercialiser le bien ou le service
- le remplacement du bien ou du service s'il est accepté par le consommateur dans un délai précisé
- la résiliation ou la résolution du contrat
- l'annulation des clauses abusives du contrat
- l'astreinte
- les dommages et intérêts

ARTICLE 165

Les délits prévus par le présent Règlement seront jugés par les Tribunaux compétents en matière correctionnelle suivant la procédure pénale en ce qu'elle n'a pas de contraire.

Toutefois, le Tribunal Correctionnel ne pourra condamner à payer des dommages et intérêts que lorsque celle-ci n'a pas été prononcée par la juridiction compétente en matière de consommation.

LIVRE VII - INSTITUTIONS DE DIALOGUE ET DE REGULATION SOCIALE

TITRE I - LE CONSEIL CONSULTATIF NATIONAL DE LA CONSOMMATION

CHAPITRE 1 - COMPOSITION ET COMPETENCE

ARTICLE 166

Il est crée au niveau de chaque Etat membre, à la diligence du Ministre chargé des consommateurs, un Conseil Consultatif National de la Consommation.

ARTICLE 167

Le Conseil Consultatif National de la Consommation est composé, de façon paritaire, des représentants des associations ou fédérations les plus représentatives des consommateurs et des fabricants, distributeurs ou vendeurs de biens ou de services.

ARTICLE 168

Le Conseil Consultatif National de la Consommation est présidé par le Ministre chargé des consommateurs.

Son secrétariat est assuré par le Directeur National de la Consommation ou un fonctionnaire de rang et compétence équivalents nommé par le Ministre chargé des consommateurs.

ARTICLE 169

Le Conseil Consultatif National de la Consommation est obligatoirement consulté par le Gouvernement ou par l'Assemblée Nationale sur tout projet de Décret ou d'Arrêté, tout projet ou proposition de loi concernant directement ou indirectement les consommateurs ou le développement humain.

ARTICLE 170

Le Conseil Consultatif National de la Consommation est un cadre d'échanges, de réflexion sur tout ce qui concerne la production, la vente, l'échange des biens et des services, la consommation et, notamment sur tout ce qui a un rapport direct ou indirect avec ces questions ou l'objet du présent Règlement.

Il propose, en tant que de besoin, à l'Assemblée Nationale et/ou au Gouvernement tous vœux de loi, de décret ou d'arrêté.

CHAPITRE 2 - FONCTIONNEMENT

ARTICLE 171

Le Conseil Consultatif National de la Consommation se réunit au moins deux fois par an et chaque fois que la majorité simple de ses membres en fait la demande en adressant une lettre signée par chacun d'entre eux au Président.

La lettre doit obligatoirement mentionner le projet d'ordre du jour sinon, il n'en est pas tenu compte par le Président.

Le Président peut décider de convoquer à tout moment le Conseil Consultatif.

ARTICLE 172

En l'absence du Président, le Conseil Consultatif National de la Consommation élit le plus âgé de ses membres présents comme Président ad hoc pour présider sa réunion.

ARTICLE 173

Les délibérations du Conseil Consultatif National de la Consommation font obligatoirement l'objet de procès verbaux établis dans un registre tenu à cet effet par son secrétaire.

Ils sont obligatoirement signés par le Président et le secrétaire de séance.

Les photocopies de ces procès-verbaux certifiés conformes doivent être délivrés par le Secrétaire à tout membre du Conseil qui le requiert par écrit mais à ses frais.

TITRE II - LA COOPERATIVE

CHAPITRE 1 - DEFINITION ET CARACTERES

ARTICLE 174

Les coopératives et leurs unions sont des groupements de personnes physiques ou morales de type particulier, fondées sur les principes d'union, de solidarité et d'entraide et dont les membres se sont volontairement regroupés pour atteindre un but économique et social commun par la constitution d'une entreprise gérée démocratiquement, à leurs avantages et risques communs, et au fonctionnement de laquelle ils participent activement.

ARTICLE 175

Les coopératives n'ont pas de but lucratif.
Elles agissent en qualité de mandataires de leurs membres.

ARTICLE 176

Le nombre d'adhérents et le montant du capital social sont variables.
Leur constitution est soumise à l'agrément de l'Autorité administrative compétente.

ARTICLE 177

Les coopératives sont régies par les principes de l'adhésion libre, de la gestion démocratique, de l'équité dans la répartition éventuelle des résultats économiques, de l'éducation et de l'inter-coopération.
Leurs statuts y font expressément référence.

CHAPITRE 2 - OBJET

ARTICLE 178

Les coopératives ont pour objet :

A - l'amélioration des conditions économiques et sociales de leurs membres par :

- l'effort commun et l'utilisation de tous les moyens techniques et économiques en vue de l'accroissement de leurs ressources financières, la réduction en leur faveur, du prix de vente ou de revient des matériaux, équipements, biens et services qui leur sont nécessaires pour leur consommation ou la réalisation de leurs objectifs communs

- un meilleur accès aux services techniques, sociaux, administratifs, de crédits et autres, de l'administration, des sociétés de développement, des établissements publics ou privés
- la promotion de l'épargne à des fins utiles, constructives, économiques et sociales
- l'exercice de toutes autres activités économiques ou sociales qui répondent aux besoins communs des membres

B - et/ou la participation aux efforts de développement économique et social par la contribution qu'elles peuvent fournir :

- à la rationalisation des circuits intérieurs de distribution et d'approvisionnement
- au développement du potentiel des ressources humaines facilitant la participation des populations

ARTICLE 179

L'objet précis de chaque coopérative est déterminé par ses statuts.

CHAPITRE III - REGIMES JURIDIQUE ET FISCAL

ARTICLE 180

Les coopératives ou leurs unions acquièrent la personnalité juridique dès leur agrément ainsi que l'autonomie financière.
Elles peuvent effectuer toutes opérations en rapport avec leurs objectifs sociaux.
Elles sont habilitées à recevoir des dons et legs.

ARTICLE 181

La durée de la coopérative est fixée par ses statuts lesquels précisent le ressort territorial de ses activités ainsi que son siège social qui doit y être localisé.
Il ne peut être reconnu dans le même ressort territorial deux coopératives ayant les mêmes buts.

ARTICLE 182

En raison de leurs objectifs et de leur régime juridique particulier, les coopératives doivent bénéficier obligatoirement de l'aide de l'Etat, des Collectivités, des Etablissements publics, notamment sous forme de subventions, de prêts à intérêts réduits, d'avals de prêts, d'équipements.

ARTICLE 183

La raison sociale de chaque coopérative indique la nature de ses activités et comporte la mention "Coopérative" ou "Union" ou "Fédération" de Coopératives, selon le cas.

Les coopératives dûment agréées peuvent se constituer en unions ou fédérations.

ARTICLE 184

Les coopératives sont exonérées, dans le cadre de la législation et de la Réglementation en vigueur, de la fiscalité appliquée à l'activité industrielle ou commerciale.

ARTICLE 185

Les membres d'une association ou fédération des associations de consommateurs peuvent être membres d'une coopérative de consommation, d'habitat ou autre.

Septembre 2005
Graphisme et impression : DIGIT'ART



Programme Qualité UEMOA

Parce qu'elles soulèvent des problèmes concrets (accès à l'eau potable, au transport public, à l'électricité, aux soins de santé) auxquels les Etats sont obligés d'apporter des réponses urgentes et claires, les associations de consommateurs sont souvent suspectées de subversion.

Parce qu'elles organisent des campagnes de dénonciation de produits impropres à la consommation, souvent relayées par les médias, ces associations sont redoutées par les entreprises qui les considèrent comme des obstacles à leur image de marque.

Depuis janvier 2003, le Programme Qualité UEMOA travaille patiemment à mieux outiller les associations des consommateurs afin qu'elles deviennent de véritables partenaires des Etats et des entreprises dans l'espace UEMOA.

DIGITART

04 B.P. 8904 Ouagadougou 04 - Burkina Faso
Tél.: (226) 76 65 85 65 - Courriel : trisansudre@mac.com