
**Intergovernmental Group of Experts on Consumer Law and Policy
(IGE Consumer)**

4th SESSION

8-9 July 2019

Room XVII, Palais des Nations, Geneva

Tuesday, 9 July 2019

**The Contribution of Consumer Protection to Sustainable Consumption
The Case of Algeria**

**Contribution by The Competition Council - The People's Democratic Republic of
Algeria**

This material has been reproduced in the language and form as it was provided. The views expressed are those of the author and do not necessarily reflect the views of UNCTAD.

CONSEIL DE LA CONCURRENCE –ALGERIE

**Quatrième session du Groupe intergouvernemental d'experts
(GIE) du droit et de la politique de protection du consommateur
8-9 juillet 2019- CNUCED-Palais des Nations -Genève**

-

**« La Contribution de la protection des consommateurs à la
consommation durable-cas de l'Algérie »**

**Contribution écrite du Conseil de la Concurrence d'Algerie élaborée par Monsieur
Djilali SLIMANI Membre Permanent du Conseil de la concurrence**

Juin 2019

Sommaire

INTRODUCTION

I-Le concept de consommation : un concept en évolution qui remet en cause le modèle de consommation en vigueur

I-1 : La problématique de la société de consommation ou du consumerisme

I-2 : Rappel historique de la protection des consommateurs un premier pas vers la consommation durable

I-3 Le bien être du consommateur comme objectif des politiques de concurrence, de protection du consommateur et de son environnement

II-L'état actuel de la législation Algérienne portant sur la protection du consommateur et sa relation avec le facteur de « durabilité de la consommation »

2-1 définition de la consommation durable

2-2 l'intégration de la consommation durable dans la politique et lois sur la protection des consommateurs

III-Existe-t-il en ALGERIE un dispositif d'évaluation d'actions en matière de consommation durable ?

3-1 : Problématique de prise en charge de la consommation durable par un département ministériel

3-2 :Etat des lieux de la consommation durable telle qu'elle est perçue par le CNTPP

CONCLUSION

I-INTRODUCTION

Lors de la troisième session du Groupe Intergouvernemental d'Experts du droit et de la politique de la protection du consommateur qui s'était tenue le 9-10 juillet 2018 au niveau de la CNUCED, j'avais présenté une contribution écrite portant sur le "Règlement des litiges et réparation dans le droit Algérien de la protection du consommateur".

Je me penchais principalement sur un des onze principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur adoptés par l'Assemblée générale dans sa résolution 70/186 du 22 décembre 2015 et notamment la section V paragraphe F portant « Règlement des litiges et réparation ».

J'introduisais la dite contribution écrite par les propos suivants : **« En fait le consommateur doit être protégé à trois niveaux :**

1. **Celui des pratiques déloyales : telles que le dénigrement, la désorganisation et l'ultime des pratiques déloyales en l'occurrence la contrefaçon. Le parasitisme et la confusion.**
2. **Celui des pratiques restrictives de concurrence : telles que la vente à perte et la prévenance de la rupture de contrats. Ce sont des conditions commerciales abusives imposée par une entreprise en position de domination qui se traduit par des reventes à perte, la rupture de relations commerciales, le refus de vente.**
3. **Celui des pratiques anti- concurrentielles : telles que l'abus de position dominante et les ententes (cartels) qui en fait sont la source des pratiques restrictives de concurrence »**

J'insistais sur le constat que l'intérêt des consommateurs se confondait en fait avec l'intérêt général et en conséquence, l'autorité de la concurrence ne peut observer de neutralité envers des pratiques commerciales abusives, lesquelles peuvent être le signal d'ententes (non justifiables) ou de positions dominantes (abusives) impactant négativement le bien être du consommateur.

Dans cette contribution je me dois de rappeler les objectifs (au nombre de huit) assignés aux principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur. Ils sont reproduits ci après intégralement :

- a) Aider les pays à assurer ou à maintenir une protection adéquate de leurs citoyens en tant que consommateurs ;

b) Faciliter des modes de production et de distribution adaptés aux besoins et aux souhaits des consommateurs ;

c) Encourager les personnes qui s'occupent de la production de biens et de services et de leur distribution aux consommateurs à adopter des normes de conduite strictes ;

d) Aider les pays à lutter, aux niveaux national et international, contre toutes les pratiques commerciales abusives des entreprises qui sont préjudiciables aux consommateurs ;

e) Faciliter la constitution d'associations de défense des consommateurs indépendantes ;

f) Promouvoir la coopération internationale dans le domaine de la protection du consommateur ;

g) Favoriser l'instauration sur le marché de conditions donnant aux consommateurs un plus grand choix à moindre prix ;

h) Promouvoir des modes de consommation durable.

Nous nous intéresserons à l'**objectif (h)** sus visé pour évaluer son degré de réalisation et ce, d'autant plus que cet objectif est dépendant du développement du pays et notamment de l'immersion de ce dernier dans l'économie de marché dans laquelle la consommation en représente le moteur.

Cet objectif (h) introduit en fait une nouvelle dimension au concept de protection du consommateur puisque en plus des deux dimensions sus visées et que sont :

- La dimension protection sanitaire et sécuritaire (normes de qualité, de poids et de mesures, d'hygiène etc...) ;
- La dimension protection du pouvoir d'achat (règlement des litiges et réparation en liaison, notamment, avec les pratiques restrictives de concurrence) ;

vient s'ajouter la troisième dimension qu'est la contribution à la consommation durable » qui reste pour les pays en développement encore un concept nouveau sur lequel beaucoup de communication reste à faire.

Pour le cas de l'Algérie nous traiterons de la « contribution de la protection des consommateurs à la consommation durable » en passant en revue les volets suivants :

- 1- **Le concept de consommation : un concept en évolution qui remet en cause le modèle de consommation en vigueur**
- 2- **L'état actuel de la législation Algérienne portant sur la protection du consommateur et sa relation avec le facteur de « durabilité de la consommation »**
- 3- **Existe-t-il en ALGERIE un dispositif d'actions en matière de consommation durable ?**

I--Le concept de consommation : un concept en évolution qui remet en cause le modèle de consommation en vigueur :

I-1 : La problématique de la société de consommation ou du consumerisme :

Il ne peut être traité du concept de « consommation » sans évoquer le concept de « **société de consommation** », en effet ce concept renvoie à l'idée d'un système économique et social fondé sur la création et la stimulation d'un besoin (demande) de profiter de biens de consommation et de services dans des proportions toujours plus importantes.

Dans ce cadre le marketing et la publicité sont les outils entre les mains des entreprises qui sont utilisés pour pousser les consommateurs à acheter souvent au-delà de leurs besoins alors qu'en parallèle les produits sont conçus pour avoir une courte durée de vie, de sorte à renouveler en permanence la production (tels que l'obsolescence programmée en matière d'équipements) .

Dans cette définition de la consommation, le concept de "société de consommation" est associé à une conception du monde purement matérialiste, individualiste et marchande, privilégiant **les intérêts à court terme** au détriment de l'environnement et des relations sociales et économiques.

Ces modèles sociétaux caractérisent notamment les pays occidentaux, qui en sont les précurseurs, même si, aujourd'hui sous l'effet de la mondialisation, des pays émergents aspirent au même modèle surtout depuis que l'idéologie communiste et socialiste (ou de gauche) n'arrive plus à concurrencer l'idéologie capitaliste.

Est définie alors comme **société de consommation** une société dans laquelle l'achat de biens de consommation constitue la finalité de la société. Son symbole est l'objet « consommable » voire « jetable ».

S'il est possible de produire des objets plus résistants, cela augmenterait leur coût et leur durée de vie, ce qui nuirait alors à la consommation érigée comme principe sociétal, d'un point de vue économique, politique et social.

Le concept moderne de durabilité de la production et de la consommation en sont bannis donc de l'idéologie consumeriste.

C'est à travers les implications concrètes de la consommation en termes de production, transport et distribution et, notamment, leur impact sur les conditions de travail, les conséquences sur l'environnement, les ressources naturelles et la santé que l'idéologie consumeriste est battue en brèche de nos jours.

Le rapport entre le niveau de consommation finale avec la capacité terrestre de production de ressources naturelles et d'absorption de la pollution a conduit à l'avènement du concept de surconsommation.

Le mode de développement de type occidental n'apparaît donc plus comme étant généralisable à l'échelle de notre planète aussi bien au plan de l'écologie qu'au niveau des ressources disponibles.

Sur le plan scientifique est mise en relief l'empreinte écologique de la consommation qui se manifeste par l'insuffisance de traitement de nos déchets, l'épuisement de certaines ressources naturelles ou en voie de l'être et la réduction de la biodiversité sous l'effet d'une agriculture intensive..

En résumé la critique du consumérisme est une remise en cause du « tout quantitatif » (productivisme, standardisation, esprit de concurrence agressive) au détriment de la « diversité qualitative » (biodiversité, développement durable, qualité de vie) .

Les critiques les plus récentes font valoir le fait qu'une économie basée sur une croissance exponentielle et continue de biens matériels régulièrement renouvelables ainsi que l'encouragement à la consommation au-delà des besoins raisonnables (et dont une bonne partie de la production non consommée est jetée), n'est pas compatible avec les limites de la biosphère et l'échéance écologique que représente le réchauffement climatique, d'où la nécessité de réfléchir à de possibles alternatives viables.

I-2 Rappel historique de la protection des consommateurs un premier pas vers la consommation durable

Il y a plus de cinquante ans, soit le 15 mars 1962, le président John F. Kennedy définissait les droits des consommateurs dans un message adressé au Congrès des États-Unis sur la protection des intérêts des consommateurs, en ces termes :

"Si les consommateurs se voient offrir des produits inférieurs, si les prix sont exorbitants, si les médicaments sont dangereux ou sans valeur, si le consommateur est incapable de choisir en connaissance de cause, son dollar est gaspillé, sa santé et sa sécurité menacées et l'intérêt national souffred'un autre côté, des efforts accrus pour utiliser au mieux leurs revenus peuvent contribuer davantage au bien-être de la plupart des familles qu'à des efforts équivalents pour augmenter leurs revenus»,

Selon la CNUCED « depuis lors, la protection du consommateur est devenue une entreprise mondiale et une pierre angulaire dans la lutte pour mettre fin à la pauvreté, réduire les inégalités et rendre les modes de consommation plus durables. Et les lois et règlements ont dû s'adapter car le shopping est devenu de plus en plus une activité en ligne ».

Vingt années après la déclaration du Président des États Unis, soit en 1985, l'Assemblée générale des Nations Unies a adopté les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection des consommateurs (résolution 39/248).

Dans cette résolution intégrant les principes directeurs il était demandé aux pays membres de l'ONU de concevoir une législation de protection des consommateurs et la mise en place d'institutions d'application efficaces, **en tenant compte des différentes situations économiques, sociales et environnementales des pays.**

Les principes directeurs ont ensuite été révisés une première fois en 1999 puis une dernière fois en décembre 2015 (résolution 70/186) afin de refléter l'essor du commerce électronique et de garantir la protection des consommateurs sur les marchés numériques.

I-3 Le bien être du consommateur comme objectif des politiques de concurrence ,de protection du consommateur et de son environnement :

« Lorsque j'ai besoin de définir le champ de l'économie dans mes cours, je dis que c'est l'art et la manière d'utiliser au mieux des ressources limitées, qu'il

s'agisse de matières premières, de travail, de technologies, afin de satisfaire au mieux les besoins des consommateurs » affirmait Patrick REY Directeur de l'Institut d'économie industrielle (IDEI) Professeur, Université de Toulouse lors d'une conférence portant sur le rapport entre politique de la concurrence et politique de protection du consommateur .

Dans le même esprit, les différents instruments de réglementation économique, qu'il s'agisse de la politique de la concurrence, des réglementations sectorielles, des mesures de protection des consommateurs, concourent, chacun à sa façon, à promouvoir le bien-être des consommateurs.

Si la promotion du bien être du consommateur est l'objectif principal, y compris dans la législation Algérienne portant sur la concurrence , (*l'article 1er de l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence (ALGERIE) précise « la présente ordonnance a pour objet de fixer les conditions d'exercice de la concurrence sur le marché, de prévenir toute pratique restrictive de concurrence et de contrôler les concentrations économiques afin de stimuler l'efficacité économique et **d'améliorer le bien être des consommateurs** »*), une nouvelle intersection va se manifester entre le droit de la concurrence et le droit de la consommation , il s'agit de la protection de l'environnement.

Pour rappel, dans notre contribution écrite de la troisième session du Groupe Intergouvernemental d'Experts du droit et de la politique de la protection du consommateur qui s'était tenue le 9-10 juillet 2018 j'affirmais que le droit de la concurrence et le droit de la consommation poursuivent des finalités différentes, pourtant chaque corps de règles concourt au renforcement de l'autre. Ceci a justifié que certains Etats aient considéré que les deux corps devaient être rassemblés sous une seule agence (AUSTRALIE-PAYS BAS-POLOGNE ...).

La protection du consommateur contre les tromperies ou les comportements abusifs de certains professionnels (désignés sous le vocable d'intervenants selon la loi Algérienne de protection du consommateur n° 09-03 du 25 février 2009) protègent en même temps les concurrents qui n'usent pas des mêmes procédés.

Inversement, le développement d'une concurrence loyale et non faussée entre les entreprises les incite à mettre sur le marché des produits et services de meilleure qualité et au meilleur prix, dans l'intérêt du consommateur.

Pour en assurer le respect, il est fondamental qu'une relation permanente et soutenue soit établie entre l'autorité de la concurrence et les associations de protection des consommateurs.

C'est en outre , à ce titre que l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 modifiée et complétée relative à la concurrence a prévu l'inclusion de deux représentants des

associations de protection des consommateurs en qualité de membres du Conseil de la concurrence .

C'est aussi dans ce même cadre que l'alinéa 2 de l'article 35 ainsi que l'alinéa 1 de l'article 44 de l'ordonnance sus visée, donnent la possibilité de saisine et de consultation du Conseil de la concurrence aux associations de protection des consommateurs.

Il convient de souligner enfin que la nécessité de l'existence d'un droit séparé de la consommation tient au fait que le droit des consommateurs inclut de nombreuses questions qui sont étrangères au droit de la concurrence, comme la santé et la sécurité des consommateurs.

Le droit de la concurrence est tout autant indifférent aux problématiques portant sur la contre façon, la publicité mensongère, les infractions sur les poids et les mesures etc...

Le droit de la concurrence, bien que protégeant souvent le consommateur, n'est pas suffisant à sa protection, car il n'est pas de son rôle d'aborder toutes les problématiques afférentes au consommateur et à sa défense.

Pour cela plusieurs pays, dont l'Algérie, ont opté pour la spécialisation des autorités de régulation (une pour la concurrence et l'autre pour la protection des consommateurs).

Cependant ce type d'organisation n'est pas encore envisagé en ALGERIE sachant que l'autorité de la protection des consommateurs n'a pas été créée dans l'élan des réformes des années 1980-1990 et ses missions demeurent confiées à ce jour, à une structure administrative du Ministère du commerce.

La problématique d'interférence de la politique de la concurrence avec celle de la protection du consommateur vient donc se renforcer de nos jours en intégrant l'aspect protection de l'environnement car il est question de consommation durable et non plus de consommation pure et simple.

Cela nous amène à interroger particulièrement les textes Algériens sur la protection du consommateur en ce qu'ils pourraient comporter d'éléments se rapportant à la consommation durable

2-L'état actuel de la législation Algérienne portant sur la protection du consommateur et sa relation avec le facteur le facteur de « durabilité de la consommation»

2-1 définition de la consommation durable

Selon le dictionnaire de l'environnement et du développement durable, la consommation durable désigne « un mode de consommation basé sur l'utilisation de services et/ou de produits qui répondent à des besoins fondamentaux et améliorent la qualité de vie, tout en réduisant au minimum l'utilisation de ressources naturelles et de matières toxiques, ainsi que les rejets de déchets et de polluants durant le cycle de vie du service ou du produit. L'objectif est de ne pas compromettre les besoins des générations futures. »

Selon la CNUCED qui reprend la définition adoptée durant le Symposium d'Oslo en 1994, la Consommation durable est : « une consommation de biens et de services qui satisfait les besoins élémentaires et améliore la qualité de vie, tout en minimisant l'exploitation des ressources naturelles, l'emploi de matériaux toxiques et les émissions de déchets et de substances polluantes tout au long du cycle de vie des produits et des services consommés, de façon à ne pas mettre en danger la satisfaction des besoins des générations futures » .

Selon le paragraphe 49 des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur : « La consommation durable vise à satisfaire les besoins en biens et services des générations actuelles et futures de façon viable à long terme du point de vue économique, social et environnementa ».

Autant de définitions qui se rejoignent sur le fond et qui ont un dénominateur commun : **les générations actuelles et futures.**

2-2 l'intégration de la consommation durable dans la politique et lois sur la protection des consommateurs

Nous examinerons cette intégration à travers deux volets : le volet politique publique et le volet textes législatif et réglementaires.

2-2-1 Au niveau de la politique publique

Toujours dans la contribution écrite du troisième GIE du droit et de la politique de protection des consommateurs j'évoquais la nécessité pour notre pays de concevoir une politique publique explicite de protection du consommateur et ce d'autant plus que dans l'article 43 de la Constitution Algérienne de 2016 il est clairement stipulé : « — La liberté d'investissement et de commerce est reconnue. Elle s'exerce dans le cadre de la loi. L'Etat œuvre à améliorer le climat des affaires. Il encourage, sans discrimination, l'épanouissement des entreprises au service du développement économique national. L'Etat régule le marché. **La loi protège les droits des consommateurs.** La loi interdit le monopole et la concurrence déloyale ».

De ce principe Constitutionnel : « La loi protège les droits des consommateurs », devrait découler la conception d'une politique publique de la protection du consommateur claire, explicite et formalisée par le pouvoir exécutif et notamment par le Ministère chargé de la protection du consommateur..

Par politique publique il faut entendre :

- L'énoncé des orientations et des objectifs d'un gouvernement ou d'une collectivité sur un sujet d'intérêt public;
- Une prise de position qui peut être implicite et/ou explicite;
- Une orientation influencée par divers facteurs sociaux;
- Un instrument étatique qui se distingue d'une loi ou d'un programme public.

Selon les définitions admises, les politiques publiques peuvent être explicites et/ou implicites. **On dira d'une politique qu'elle est explicite lorsqu'elle est clairement énoncée par un gouvernement grâce à la publication d'un document officiel**, par exemple. À l'inverse, une politique publique peut être qualifiée d'implicite lorsque elle est exprimée de façon indirecte et sous-entendue par le biais de certaines mesures ou activités.

Lorsqu'une politique publique est explicite, celle-ci est habituellement exposée dans un document qui :

1. Présente un cadre de valeurs et d'action sur un sujet donné;
2. Détermine les orientations de certains programmes publics;
3. Expose la répartition des pouvoirs de décision, le partage des responsabilités et les grands principes d'organisation et d'administration

Rares sont les pays disposant en matière de protection du consommateur de politique publique explicite de laquelle découleraient en principe des programmes et des plans d'action.

Nous pouvons affirmer sans risque de nous tromper qu'aucun pays du MENA n'en dispose.

Il en ressort que tous les pays du MENA , dont l'Algérie, se sont dotés d'un droit de la consommation (lois et réglementation en matière de protection des consommateurs) sans pour autant ériger ce droit à partir d'un socle ferme que constituerait la politique publique en la matière. Il en est de même en ce qui concerne le droit de la concurrence.

C'est à notre avis une carence importante qu'il convient de corriger dans nos pays (MENA) sans quoi le cap de gouvernance ne sera pas fixé tout en laissant la possibilité

de rétractation aisée au pouvoir exécutif quant à la poursuite des politiques ou des réformes en la matière.

Il s'agirait à notre avis de transformer la politique publique implicite de protection du consommateur en une politique publique explicite, de sorte que l'irréversibilité de cette même politique publique soit garantie.

En l'Etat actuel des textes en vigueur nous pouvons confirmer qu'en l'absence d'une politique publique de protection du consommateur, il ne peut y avoir d'intégration ou **prise en charge formelle** de la consommation durable.

2-2-2 Au niveau des textes législatif et réglementaires

Nous avons examiné le contenu des textes régissant la protection du consommateur pour y déceler autant que possible une relation avec la consommation durable. Nous présentons succinctement ci-après les différents textes :

a-La loi n°09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes:

Six (06) chapitres sont consacrés à la protection du consommateur :

- L'obligation d'hygiène, de salubrité et d'innocuité des denrées alimentaires ;
- L'obligation de la sécurité des produits ;
- L'obligation de la conformité des produits ;
- L'obligation de la garantie et du service après vente ;
- L'obligation de l'information du consommateur ;
- Intérêts matériels et moraux des consommateurs.

Dans aucun des chapitres il n'est fait allusion à la consommation durable même si le chapitre inhérent à l'obligation de l'information du consommateur et notamment son article 17 laissait une porte ouverte en précisant « les conditions et les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire ».

Cependant la lecture du décret exécutif n° 13-378 du 5 Moharram 1435 correspondant au 9 novembre 2013 fixant les conditions et les modalités relatives à l'information du consommateur publié quatre années après la loi 09-03 susvisée ne permet pas de relever non plus une référence à la consommation durable.

Par ailleurs il est étonnant que le législateur ait limité dans la loi 09-03 « les intérêts matériels et moraux des consommateurs » aux services (article 19) et particulièrement au « crédit à la consommation » (article 20).

b-La Loi n°18-09 du 25 Ramadhan 1439 correspondant au 10 juin 2018 modifiant et complétant la loi n° 09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes

Cette loi modifiant et complétant la loi n°09-03 du 25 février 2009 se singularise essentiellement par l'introduction du droit de rétractation pour toute vente de produits dans le cadre du contrat de consommation et ce, à l'instar des normes internationales en la matière.

Cependant cette loi modifiant et complétant la loi 09-03 du 25 février 2009 a renvoyé à la voie réglementaire la fixation du délai de rétractation et la liste des produits concernés.

Les dispositions de cette loi ne font pas allusion non plus à la consommation durable.

c-Loi n° 18-05 du 24 Chaâbane 1439 correspondant au 10 mai 2018 relative au commerce électronique

Ce texte juridique donne, désormais, une assise légale à l'activité du e-commerce qui a connu une évolution remarquable ces dernières années.

.Après plusieurs années d'attentes, l'activité de e-commerce dispose, à présent, d'un cadre juridique spécifique, à la faveur de la promulgation en juin dernier d'un texte de loi, fixant les règles générales du commerce électronique des biens et des services.

Du côté des webmarchands, la promulgation de la loi relative au commerce électronique met en place un cadre légal et comble enfin le vide juridique qui pesait sur cette activité, qui pourtant est en pleine expansion et qui compte aujourd'hui plusieurs acteurs en Algérie

.La loi relative au commerce électronique énonce une série de dispositions qui définissent les droits et obligations des webmarchands et des e-consommateurs. Elle instaure en outre certaines conditions pour l'exercice de cette activité.

Toutefois ce texte ne fait aucune allusion au concept de « consommation durable ».

Or, l'essor du commerce électronique et de l'économie numérique a remis en cause les modèles économiques traditionnels, multiplié les canaux de communication et renforcé les campagnes d'éducation et de sensibilisation. L'utilisation des réseaux sociaux peut être un moyen de communication

efficace, car pouvant toucher un large public, et en particulier celui de la génération née entre 1980 et 2000 et qui sont nombreux dans les TPE –PME .

Des messages bien ciblés, en matière de consommation durable portés notamment par les associations de consommateurs constituent le meilleur moyen pour les gouvernements, les organisations de consommateurs et les organisations de la société civile d'éduquer et d'informer les consommateurs

2-2-3 Au niveau des instances spécialisée et créées aux fins de protection des consommateurs

Deux instances créées par la loi sus visée revêtent une grande importance et sont à mettre à l'actif du législateur bien que l'installation de ces instances ne s'est effectuée que récemment (2018) en ce qui concerne la commission des clauses abusives, et 2019 en ce qui concerne le Conseil national de protection des consommateurs.

- **Le Conseil national de protection des consommateurs (decret n°12-355 JO n°56 du 11 octobre 2012)**

C'est un organe consultatif, installé auprès du ministre du commerce, appelé à donner son avis et à proposer des mesures à même de contribuer au développement et à la promotion de la politique de protection du consommateur. Le conseil est composé de représentants : au titre des ministères, des organismes et établissements publics, du mouvement associatif et au titre de personnalités expertes

Plus précisément, le conseil émet des avis et propose des mesures qui se rapportent, notamment à la contribution, à l'amélioration de la prévention des risques que peuvent engendrer les produits mis sur le marché, en vue de sauvegarder la santé et les intérêts matériels et moraux des consommateurs.

Il propose des mesures relatives aux projets de lois et de réglementations susceptibles d'avoir une incidence sur la consommation ainsi que sur les conditions de leur application, aux programmes annuels de contrôle de la qualité et de la répression des fraudes, à la stratégie de promotion de la qualité des produits et de protection des consommateurs.

Le conseil peut aussi intervenir dans la collecte, l'exploitation et la diffusion de l'information spécifique au domaine de la protection des consommateurs. Il émet également des avis concernant les programmes et projets d'assistance retenus au profit des associations de consommateurs, les mesures préventives pour réguler le marché et les mécanismes de protection du pouvoir d'achat des consommateurs.

Ce conseil est d'installation très récente (2019) et semble être l'instance la plus indiquée pour intégrer le concept de consommation durable dans son programme de travail.

- **La commission des clauses abusives (décret exécutif n° 06-306 du 10 septembre 2006, modifié et complété)**

C'est l'article 6 du décret exécutif n° 06-306 du 10 septembre 2006 qui crée, auprès du ministre du commerce, une commission dite des clauses abusives.

Cette commission à caractère consultatif, est chargée de : «rechercher dans tous les contrats appliqués par les agents économiques aux consommateurs les clauses qui peuvent présenter un caractère abusif et formule des recommandations au ministre chargé du commerce et aux institutions concernées ; ...».

La commission est composée des représentants des ministères du commerce et de la justice, d'un membre du conseil de la concurrence, de deux représentants des opérateurs économiques et de deux représentants des associations de protection des consommateurs

Cependant l'installation de la commission des clauses abusives ne s'est concrétisée que le 20 février 2018.

Si ce texte est venu apporter une protection supplémentaire aux consommateurs lors de leurs contrats d'achats (à rappeler qu'il s'agit de contrats d'adhésion), il n'en demeure pas moins que nous sommes loin de l'introduction de clauses contractuelles tenant compte d'une consommation durable. Il suffit pour cela de lire la liste des clauses considérées comme abusives au sens du dit décret pour l'admettre.

- **Le mouvement associatif pour la protection du consommateur**

Les associations de protection des consommateurs sont en Algérie un instrument de défense des consommateurs à travers les missions qui leur sont confiées (sensibilisation ; orientation et représentation des consommateurs).

Elles sont au nombre de soixante et onze (71) disséminées à travers le territoire national dont six (06) à envergure nationale et le reste réparties entre les Wilayas (ex départements) et communes.

Nous avons tenté de recenser celles couvrant le volet « environnement » dans leur identification ou dénomination. Il en ressort que sur les 71 associations, onze s'identifient par les termes : association de protection du consommateur et de l'environnement.

Nous avons enfin tenté d'examiner leurs bilans ou programmes d'actions pour en déceler les actions ayant porté ou portant sur l'aspect environnemental dans sa conception « consommation durable ».

Force est de constater qu'à l'exception de L'APOCE Alger fondée en septembre 2011 (Association pour la Protection et l'Orientation du Consommateur et son Environnement) qui précise parmi ses objectifs « d'assurer un environnement sain pour la vie du consommateur, et la vie des gens qui prennent soin d'eux » (voir site web de l'APOCE), aucune autre association ne l'indique explicitement.

Par ailleurs y compris en ce qui concerne l'APOCE aucune activité liée à la consommation durable (dont la sensibilisation et l'information du consommateur) n'est enregistrée sous forme de rapport d'activité ou de programmes d'actions.

C'est dire que les associations de protection des consommateurs en Algérie se concentrent exclusivement sur les missions qui leur sont conférées dans le cadre de la loi n°09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, qui se focalisent sur les aspects sanitaires et sécuritaires des biens et services avec en arrière plan la préservation des intérêts matériels et moraux des consommateurs

La protection des consommateurs étant par ailleurs assurée par la Direction de la qualité et de la protection du consommateur au niveau du Ministère du Commerce, nous a amené à consulter le site Web du Ministère dans l'espoir d'y trouver un rapport direct ou indirect avec la consommation durable. Force est de constater qu'aucun indice en la matière n'y figure.

3-Existe-t-il en ALGERIE un dispositif d'actions en matière de consommation durable ?

3-1: Problématique de prise en charge de la consommation durable par un département ministériel

Il existe bel et bien un dispositif d'actions en matière de consommation durable. Cependant il est dilué à l'intérieur du secteur de la protection de l'environnement et rattaché aux services du Ministère de l'environnement et des énergies renouvelables

Est-ce à dire que le Ministère chargé de la protection des consommateurs a été déchargé de la mise en place de la consommation durable ou n'est ce pas que la consommation durable étant un concept transversal qu'un certain nombre de départements ministériels sont tenus de prendre en charge (dont entre autres le commerce, l'énergie, l'industrie, l'agriculture...), il a été préférable de le confier à un Ministère qui par essence est transversal, en l'occurrence le Ministère de l'environnement et des énergies renouvelables ?

La deuxième supposition nous paraît la plus probable, néanmoins se pose inéluctablement la question d'une bonne coordination interministérielle et surtout de son efficacité lorsqu'elle est confiée à un Ministère au lieu d'un premier Ministère.

Dans nos recherches nous avons pu trouver un « état des lieux des modes de consommation et de production durables en Algérie » élaboré par le Centre National des Technologies de production plus Propre (CNTPP) , organisme relevant du Ministère de l'environnement et des énergies renouvelables.

Cette étude vise l'élaboration d'un plan national d'action pour le développement de modes de consommation et de production durables (MCPD), et porte sur l'état des lieux en la matière.

L'élaboration de plan national d'action MCPD intervient aussi dans un contexte marqué par des échéances internationales importantes plaçant le développement durable au centre des préoccupations. Il s'agit en particulier du lancement des Objectifs de Développement Durable (dont l'objectif 12 porte le développement des MCPD)

Il n'est pas dans notre objet de traiter de la production durable , nous nous intéresserons essentiellement à l'état des lieux en matière de consommation durable telle qu'il ressort de l'étude sus visée.

3-2 :Etat des lieux de la consommation durable telle qu'elle est perçue par le CNTPP

Selon l'analyse du CNTPP, la consommation durable est encore un concept nouveau sur lequel beaucoup de communication doit être faite.

3-2-1 : La problématique des subventions des produits et services

L'un des freins au développement de la consommation durable reste le niveau important des subventions directes et indirectes accordées aux entreprises et aux ménages, subventions qui entretiennent un faux sentiment de richesse et qui amènent au gaspillage.

Dans ce sens un certain nombre de pistes d'amélioration méritent d'être explorées comme :

- La faiblesse de recouvrement des taxes sur les ordures ménagères et leur faible niveau.
- La tarification de l'eau de l'électricité et des carburants
- Le soutien effectif aux activités vertes par les différents dispositifs
- L'inefficacité des dispositifs de collecte et de gestion des déchets, y compris le développement du tri sélectif
- Les faiblesses des modes de promotion de l'usage des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique, y compris au niveau des ménages

En effet , en raison du caractère apparemment gratuit ou quasi-gratuit des biens collectifs, les usagers pourront être amenés à avoir des comportements indésirables : un comportement de gaspillage (la gratuité d'une part, la méconnaissance du coût réel d'autre part, conduisent l'individu à en avoir une utilisation excessive : exemple de la surconsommation de soins médicaux ; un comportement de passager clandestin (la gratuité pousse certains usagers à essayer d'obtenir ce bien sans en supporter le coût)..

3-2-2. Responsabilité du fait de la commande publique

Le code des marchés publics algériens fait référence aux textes de lois notamment la loi relative à la protection de l'environnement dans le cadre du développement durable mais aucun texte d'application ne permet de mettre en oeuvre des politiques d'achats responsables de la part de l'administration publique.

il y aurait lieu de travailler sur des textes d'application ou des recommandations permettant de promouvoir les achats durables dans la chaîne de valeur de la commande publique, au travers de l'adaptation des cahiers des charges.

3.2.3. Utilisation durable des ressources :

L'Algérie amorce une dynamique d'économie verte en lançant plusieurs programmes ambitieux de développement des énergies renouvelables (EnR) et d'efficacité énergétiques et de préservation des ressources naturelles. Cette vision s'appuie sur une stratégie axée sur la mise en valeur des ressources inépuisables comme le solaire et leur utilisation pour diversifier les sources d'énergie et préparer l'Algérie de demain.

L'intégration massive du renouvelable dans le mix énergétique constitue, en ce sens, un enjeu majeur en vue de préserver les ressources fossiles, de diversifier les filières de production de l'électricité et de contribuer au développement durable.

Toutes ces considérations justifient la forte intégration, dès aujourd'hui, des énergies renouvelables dans la stratégie d'offre énergétique à long terme, tout en accordant un rôle important aux économies d'énergie et à l'efficacité énergétique. Ce dernier volet permet, à travers une bonne maîtrise du rythme de croissance de la demande, une meilleure planification des investissements nécessaires à la satisfaction des besoins énergétiques.

Les autres ressources naturelles à préserver en priorité sont très certainement les ressources hydriques et le foncier agricole et forestier.

CONCLUSION :

IL est admis aujourd'hui **que** le caractère non durable de notre modèle de consommation impose la modification de nos comportements pour tendre vers une véritable « consommation durable ».

Les besoins des citoyens devront être satisfaits par des biens et services plus économes en ressources, moins polluants et contribuant au progrès social, mais aussi par des échanges dématérialisés (location, partage, troc) porteurs de réduction de la pollution et de déchets.

Cette évolution suppose la vision politique d'une société dans laquelle la consommation matérielle ne serait plus le facteur déterminant du bien-être et de la qualité de vie.

Si elle constitue donc un objet récent de politique publique, la consommation durable doit à présent devenir une priorité politique à part entière, traitée séparément de la production

Nous devons aujourd'hui réduire les pressions engendrées par nos modes de consommation sur les écosystèmes, diminuer nos émissions de gaz à effet de serre, notre consommation d'hydrocarbures et de ressources naturelles.

Le calcul de l'empreinte écologique mondiale(2) montre que nous utilisons des ressources équivalentes à 1,5 planète Terre, un chiffre qui a doublé depuis les années 1960. De plus, selon l'Agence internationale de l'énergie (AIE), seule une modification de nos modes de vie et de nos comportements permettra d'atteindre l'objectif mondial visant à diminuer par deux les émissions de gaz à effet de serre

Par ailleurs les inégalités d'accès aux ressources se renforcent, en effet .en Europe, chaque habitant consomme quotidiennement en moyenne quatre fois plus de ressources qu'en Afrique, un plus grand écart est enregistré quand le rapport s'effectue avec les Etats Unis.

En ce qui concerne les pays en développement et si l'on prend comme exemple l'Algérie, les ressources énergétiques occupent une place prépondérante dans le développement socio-économique, notamment à travers les exportations des hydrocarbures qui constituent la principale source de devises.

Les fortes incertitudes sur les marchés pétroliers et la baisse des prix des hydrocarbures expliquent pourquoi notre pays fait face à des difficultés,

accentuées par la forte évolution de la demande interne qui est, elle-même, tirée par l'accroissement rapide de la démographie..

Les difficultés que connaissent les pays de la région MENA peuvent amener à penser que les préoccupations liées à l'environnement et au développement durable soient reléguées au second plan.

Ce n'est pas tout à fait le cas car même si cela paraît paradoxal à première vue, les objectifs de développement durable ne pourront être réalisés sans une augmentation substantielle de la consommation énergétique dans ces pays émergents.

En effet, dans tout pays, l'accès à l'énergie et les services énergétiques en général participent à la prospérité économique, au bien-être social ainsi qu'à la sécurité et au développement durable.

C'est la croissance économique qui générera les ressources pour supporter les coûts du développement durable et de l'accès de tous à 'une énergie propre.

Le défi consiste en conséquence à couvrir cette demande, à continuer à créer de la richesse et des emplois, à réaliser les investissements pour assurer le développement économique et industriel de ces pays sans pour autant augmenter gravement les émissions de gaz à effets de serre au niveau mondial

.Les Principes directeurs précisent que les États membres doivent élaborer et mettre en oeuvre des politiques de protection du consommateur, en fixant chacun ses « propres priorités dans le domaine de la protection du consommateur **en fonction de la situation économique, sociale et environnementale du pays et des besoins de la population** et en ayant présents à l'esprit les coûts et avantages des mesures proposées

Sur un autre plan, nous avons soulevé plus haut la préoccupation relative à une coordination insuffisante des politiques entre le ministère de l'environnement et des énergies renouvelables avec les autres Ministères, situation qui peut contribuer à réduire les gains. Ceux-ci seraient en effet plus élevés si cette coordination était renforcée de telle manière que la promotion des mesures de protection du consommateur aille de pair avec la promotion de modes de consommation durables.

Enfin il convient pour nos pays en développement de travailler et de rechercher les voies et moyens de transposition de la promotion de modes de consommation durable dans nos législations

Dans ce cadre la coopération internationale, notamment par l'intermédiaire des organismes des Nations Unies et d'autres organisations internationales, peut contribuer à une promotion plus rapide des modes de consommation durable.
