



# Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Distr. générale  
23 octobre 2012  
Français  
Original: anglais

---

**Conseil du commerce et du développement**  
**Commission du commerce et du développement**  
**Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs**  
Genève, 12 et 13 juillet 2012

## **Rapport de la Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs**

### **I. Conclusions concertées**

*La Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs,*

*Rappelant* les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur,

*Rappelant également* les dispositions relatives aux questions de protection du consommateur adoptées, dans le mandat de Doha, à la treizième session de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), notamment les dispositions des paragraphes 50 et 56 m) du mandat de Doha,

*Rappelant également* la résolution adoptée par la sixième Conférence des Nations Unies chargée de revoir tous les aspects de l'Ensemble de principes et de règles équitables convenus au niveau multilatéral pour le contrôle des pratiques commerciales restrictives, tenue à Genève du 8 au 12 novembre 2010,

*Réaffirmant* la contribution fondamentale des politiques de protection des consommateurs à un développement économique équitable et la nécessité de continuer de promouvoir l'application des Principes directeurs,

*Réaffirmant* que les Principes directeurs constituent un cadre général à l'intention des gouvernements pour l'action publique en matière de protection des consommateurs dans les huit domaines suivants: a) satisfaction des besoins élémentaires; b) sûreté; c) information; d) choix; e) représentation; f) réparation; g) sensibilisation; et h) environnement sain,

*Notant* qu'à sa treizième session, tenue à Doha du 21 au 26 avril 2012, la Conférence a abordé le thème d'une mondialisation centrée sur le développement,

*Soulignant* que tant les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur que l'Ensemble de principes et de règles équitables convenus au niveau multilatéral pour le contrôle des pratiques commerciales restrictives reconnaissent les liens entre les politiques de la concurrence et les politiques de protection des consommateurs,

*Conscient* que la politique de protection des consommateurs complète le droit et la politique de la concurrence s'agissant de répondre aux problèmes nationaux et mondiaux, et que les deux politiques se renforcent mutuellement,

*Conscient* que les politiques de la concurrence et les politiques de protection des consommateurs ont pour objectif commun de promouvoir et de protéger les intérêts des consommateurs,

*Conscient* que de nouvelles réalités et de nouveaux cadres théoriques imposent de réévaluer l'action publique dans le domaine de la protection des consommateurs,

*Conscient* que la coordination des politiques de la concurrence et de protection des consommateurs permet des résultats plus efficaces,

*Soulignant* qu'il importe de renforcer la position des consommateurs,

*Conscient* de la nécessité de défendre les intérêts des consommateurs, et de sensibiliser les consommateurs à leurs responsabilités et à leurs obligations,

*Notant avec satisfaction* le caractère approfondi et enrichissant des débats tenus lors de la Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs, et

*Notant* que depuis l'adoption des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur par l'Assemblée générale en 1985, le marché a connu des changements radicaux,

1. *Décide* que les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur doivent être réexaminés, de façon à évaluer leur degré de pertinence dans le contexte actuel, et à déterminer s'ils ont abouti aux résultats voulus par leurs auteurs;

2. *Demande* au secrétariat d'élaborer un projet de rapport contenant des propositions pour une version révisée des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, pour examen à la treizième session du Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la concurrence, en ménageant un délai suffisant pour en permettre l'examen par les autorités chargées de la protection des consommateurs dans les États membres avant cette session;

3. *Recommande* que la CNUCED – compte tenu de l'expérience acquise dans le cadre de la Réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs – engage des discussions concernant la possibilité d'actualiser les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, sous les auspices du Groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de la concurrence;

4. *Recommande également* que la CNUCED – compte tenu de l'expérience acquise dans le cadre de la Réunion spéciale d'experts de la protection des consommateurs – entreprenne de collaborer sur la teneur des révisions possibles, ainsi qu'à des projets concernant l'application effective de la protection des consommateurs, le cas échéant, en particulier avec International Consumer Protection and Enforcement Network, Consumers International, et les organes compétents de l'Organisation de coopération et de développement économiques, et en consultation avec d'autres organismes de protection des consommateurs;

5. *Note avec satisfaction* la qualité de la documentation élaborée par le secrétariat de la CNUCED et les modalités d'organisation adoptées en vue de la réunion;

6. *Invite* à continuer de promouvoir la politique de protection des consommateurs en tant qu'instrument contribuant à améliorer la protection des consommateurs et favorisant la croissance économique, la transformation structurelle, le développement équitable et la réduction de la pauvreté; et *invite* les partenaires de

développement à soutenir les initiatives des pays en développement et des pays en transition en la matière;

7. *Note avec satisfaction* la coopération de la CNUCED avec d'autres instances internationales, notamment l'Organisation de coopération et de développement économiques et International Consumer Protection and Enforcement Network, ainsi qu'avec le secteur privé, l'enseignement supérieur, les organisations de consommateurs et les institutions régionales; et *note avec satisfaction* la poursuite des efforts du secrétariat pour tenir compte, dans ses publications et travaux, des contributions de ces acteurs et d'autres institutions compétentes.

## II. Débats

### A. Déclaration du Secrétaire général

1. Le Chef du Service du droit de la concurrence et des politiques de protection des consommateurs, M. Hassan Qaqaya, a prononcé la déclaration liminaire au nom du Secrétaire général<sup>1</sup>.

### B. Discours d'orientation

2. M<sup>me</sup> Connie Lau, Présidente du Conseil des consommateurs de Hong Kong (Chine) et membre du Conseil exécutif de Consumer International, a prononcé le discours d'orientation, intitulé «Perspectives de la protection des consommateurs». Elle a salué le fait qu'à l'heure actuelle, bon nombre d'organisations de consommateurs, tant gouvernementales que non gouvernementales, travaillaient de façon stratégique. Cependant, les obstacles qui ne manquaient pas de se présenter les obligeaient à se montrer de plus en plus imaginatives. Dès lors, le mouvement de défense des consommateurs comptait sur l'appui offert par les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, qui énoncent que les gouvernements doivent favoriser «une concurrence loyale et effective afin d'offrir aux consommateurs l'éventail le plus large possible de produits et des services au prix le plus bas». Ces principes, adoptés en 1985 et étendus en 1999, restaient valables aujourd'hui, mais il convenait peut-être de les étoffer davantage et de les actualiser pour tenir compte de l'évolution technologique et y inscrire de nouveaux objectifs et principes, comme le développement de la protection des consommateurs par rapport aux droits de propriété intellectuelle, et le renforcement des dispositions concernant la politique de la concurrence afin de remédier aux nouvelles formes de monopoles et de pratiques anticoncurrentielles.

3. Il fallait encore renforcer les droits élémentaires (alimentation et logement) au plan de l'accès à l'information, tandis que de nouveaux problèmes étaient apparus en ce qui concerne, à titre d'exemple, le commerce électronique – le droit à la confidentialité des données personnelles, en particulier – et les services financiers. S'il est vrai que la politique de la concurrence et la protection des consommateurs avaient des effets bénéfiques complémentaires, une supervision directe s'avérait également nécessaire dans bien des cas. C'était le cas de marchés complexes comme les télécommunications et les produits financiers, où il était difficile, si ce n'est impossible aux consommateurs de comparer les prix de différents produits.

---

<sup>1</sup> [http://unctad.org/meetings/en/Presentation/ciclp2012\\_Opening\\_Qaqaya\\_en.pdf](http://unctad.org/meetings/en/Presentation/ciclp2012_Opening_Qaqaya_en.pdf).

4. Dans le secteur financier, les responsables du Groupe des 20 avaient approuvé récemment un nouvel ensemble de principes internationaux sur la protection des consommateurs et recommandé la création d'une nouvelle organisation internationale pour soutenir la protection des consommateurs en matière de banque et de crédit, comme cela avait été préconisé par Consumers International. Il restait encore à faire cependant en ce qui concerne, notamment, la comparabilité des produits, la portabilité des numéros de compte et d'autres mécanismes permettant de changer de compte plus facilement, et des problèmes nouveaux de position de marché dominante suscités par les mesures adoptées au lendemain de la crise financière mondiale. Dès lors, Consumers International avait continué de recommander moins de concentration et plus de concurrence dans le secteur.

5. Le droit à la confidentialité sur Internet devait être reconnu au même titre que d'autres droits du consommateur. Certaines initiatives avaient été prises dans ce domaine, telle que celle du Dialogue transatlantique des consommateurs (Transatlantic Consumer Dialogue – DACT) à l'égard de Google en 2012. La révision des Principes directeurs devait examiner si la question de la confidentialité devait figurer en tant que principe distinct.

6. Les Principes directeurs devaient aussi se référer expressément au financement des activités de défense des consommateurs.

### **C. Séance I**

#### **Liens entre les questions de concurrence et de protection des consommateurs**

7. Cette séance a été animée par M. Peter Avery de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et M<sup>me</sup> Seema Gaur de la Commission indienne de la concurrence.

8. Le secrétariat de la CNUCED a fait un exposé sur la note théorique consacrée au sujet de la réunion. Les politiques de la concurrence et de protection des consommateurs, qui avaient pour objet de promouvoir et de protéger les intérêts des consommateurs, étaient complémentaires. Des nouvelles réalités et de nouveaux cadres théoriques amenaient à réévaluer le rôle de l'action publique dans le domaine de la protection des consommateurs. Les liens entre protection des consommateurs et politiques de la concurrence étaient reconnus aussi bien par les Principes directeurs que par l'Ensemble de principes et de règles équitables convenus sur le plan multilatéral pour le contrôle des pratiques commerciales restrictives.

9. M. Avery a souligné l'objectif commun des politiques de protection des consommateurs et de la concurrence, qui était de faire en sorte que les marchés fonctionnent correctement pour les consommateurs, en promouvant et en protégeant leurs intérêts, tout en veillant à ce que les entreprises soient loyales et compétitives. Le champ d'application des deux politiques était différent, mais se recouvrait en partie; les deux s'intéressaient au comportement des entreprises. Coordonner ces politiques permettait des résultats plus efficaces et aidait à ne pas prendre de mesures contre-productives. En effet, les liens institutionnels importaient et jouaient un rôle dans le résultat final. L'intervenant a aussi présenté un aperçu du guide pratique de l'OCDE sur la politique de protection des consommateurs. Les mesures visant à renforcer la position des consommateurs étaient importantes, et des progrès avaient été accomplis en économie comportementale, dont on pouvait éventuellement tirer parti pour améliorer la conception des politiques publiques dans ces deux domaines d'action.

10. M<sup>me</sup> Gaur a présenté une vue d'ensemble du cadre juridique et institutionnel du régime appliqué en matière de concurrence et de protection des consommateurs en Inde, où deux autorités distinctes étaient chargées d'appliquer le droit de la concurrence et la loi sur la protection des consommateurs adoptée en 1986 afin que les recours soient rapides et abordables. Les deux instances étaient rattachées à deux ministères distincts. S'il existait un processus de consultation entre les deux, aucun mécanisme de renvoi n'était prévu dans la législation pertinente. L'intervenante a estimé comme les orateurs précédents que de fortes complémentarités existaient entre la concurrence et la protection des consommateurs, l'une et l'autre ayant pour objet de promouvoir les intérêts des consommateurs. La protection des consommateurs exerçait une action directe individuelle, tandis que le droit de la concurrence atténuait les distorsions du marché et s'adressait aux consommateurs dans un sens plus large.

11. Au cours du débat qui a suivi, les représentants ont souvent souligné l'importance de la protection des consommateurs et le fait que les politiques de protection de consommateurs et de la concurrence sont complémentaires. La coopération et la coordination entre les autorités chargées des deux domaines étaient indispensables.

12. Certains représentants ont décrit les lois et les institutions de leur pays en matière de protection des consommateurs. L'un d'entre eux a estimé que le droit de la concurrence permettait de protéger les consommateurs et de défendre leurs droits. Selon une autre représentante, le droit de la concurrence avait une portée plus vaste que la protection des consommateurs, celui-ci visant les entreprises et les consommateurs tandis que celle-là s'intéressait seulement à la protection des consommateurs. Elle s'est interrogée sur les moyens de détecter les problèmes de protection des consommateurs existant sur un marché donné. Un autre représentant a souligné l'importance de mécanismes permettant, à l'image de la réunion en cours, d'échanger des bonnes pratiques. Une représentante a fait observer que dans certains pays, le droit de la concurrence était effectivement appliqué, et que la même autorité était chargée de faire respecter la législation relative à la protection des consommateurs. Une telle stratégie ne signifiait pas pour autant que le modèle soit valable pour tous les pays, a indiqué l'intervenante, soulignant l'importance de la coopération entre les institutions responsables dans les pays où les compétences résidaient dans des institutions distinctes.

13. Une représentante a indiqué que la protection des consommateurs était une préoccupation plus importante dans son pays du fait que les droits des consommateurs étaient reconnus par la Constitution et, de ce fait, étaient perçus comme des droits fondamentaux. Un autre représentant a estimé que l'on insistait trop sur les droits des consommateurs, et a rappelé que ces derniers avaient des responsabilités et des obligations. Les activités de sensibilisation étaient nécessaires dans le domaine de la protection des consommateurs et des ressources devaient être mobilisées pour la création d'organismes de protection des consommateurs, en particulier dans les petits pays.

14. Les intervenants ont formulé des observations finales et répondu aux questions posées par certains représentants. Sur la manière de détecter les problèmes de protection des consommateurs, M. Avery a donné l'exemple de l'Union européenne; les plaintes étaient l'une des principales sources d'information sur ces problèmes. Quand les autorités avaient connaissance d'un problème, elles devaient déterminer l'organisme responsable et renvoyer l'affaire à celui-ci. M<sup>me</sup> Lau a souligné que la stabilité financière ne pouvait pas être obtenue sans protection des consommateurs, comme on l'avait vu au lendemain de la crise financière de 2008. Si des dispositions en matière de sûreté des produits existaient dans toutes les lois sur la protection des consommateurs, il n'y avait pas de règles ou de dispositions en la matière s'agissant des produits financiers. Pour ce qui est des moyens d'action, les consommateurs disposaient de deux types de recours: les plaintes pénales, d'une part, et les plaintes civiles, d'autre part. À Hong Kong (Chine), cette responsabilité

revenait dans le premier cas à une institution spécialisée, et dans le deuxième cas aux tribunaux. En outre, un tribunal de première instance était chargé des problèmes de protection des consommateurs de moindre importance et n'exigeait pas de représentation légale. Le Gouvernement étudiait la possibilité d'une procédure d'action collective. M<sup>me</sup> Gaur a appelé l'attention sur la nécessité de sensibiliser les consommateurs au sujet de leurs responsabilités et de leurs droits.

#### **D. Séance II**

##### **Questions nouvelles dans le domaine de la protection des consommateurs: nouveaux cadres théoriques**

15. Lors d'un exposé sur le thème «Le droit des consommateurs: un repère fondamental et méconnu pour l'économie de marché», le premier intervenant, M. Henri Temple, professeur à Montpellier (France), a présenté son point de vue sur le droit des consommateurs comme moyen de rendre les marchés plus efficaces et humains, inscrivant son discours dans le contexte actuel de crise de l'économie de marché.

16. L'intervenant a dit que l'économie avait pour objectifs de créer des emplois et de satisfaire les besoins des consommateurs. Or, à l'heure actuelle, 20 % de la population européenne âgée de moins de 25 ans souffrait du chômage, et le niveau de vie baissait, tant quantitativement que qualitativement. Pour la première fois depuis des décennies, l'Europe connaissait une situation où les enfants grandissaient dans des conditions moins favorables que celles de leurs parents. L'explication de cet échec était liée à la croyance fautive selon laquelle des marchés encadrés par un droit de la concurrence efficace permettaient de se passer des autres types de réglementation et d'intervention publique, et qui avait fini par mener à la crise des prêts hypothécaires à risque, avec les conséquences que l'on sait pour l'économie financière et l'économie réelle. Parmi les lacunes du droit de la concurrence, celui-ci ne traitait pas les relations entre les entreprises et les consommateurs, n'abordait pas suffisamment la corruption et ne permettait pas des dommages-intérêts suffisants. Trop faibles, les règles de protection des consommateurs appliquées au marché immobilier avaient contribué à la crise.

17. Les lois sur la protection des consommateurs pouvaient rendre les marchés plus efficaces et humains. Le droit de la consommation avait un caractère transversal, en ce sens qu'il se composait souvent de dispositions très nombreuses réparties dans différents textes, notamment les réglementations sectorielles sur la sûreté des produits et les dispositions spéciales du droit civil. Les droits de la consommation étaient souvent plus récents que les droits de la concurrence. Les Principes directeurs des Nations Unies sur la protection du consommateur étaient en partie à l'origine des législations actuelles sur la protection des consommateurs, qui avaient traduit les droits formulés dans ces principes en obligations pour les producteurs. Notant l'importance économique de la protection des consommateurs, l'intervenant a estimé que protéger les consommateurs revenait à protéger la demande. Les lois sur la consommation avaient recours à plusieurs instruments pour remédier aux problèmes d'asymétrie de l'information entre la demande et l'offre, notamment la réglementation de la publicité, de l'étiquetage et de la formulation des contrats de consommation. Si ces lois pouvaient prévoir des sanctions civiles et pénales, celles-ci avaient un caractère surtout administratif. En soumettant tous les acteurs aux mêmes conditions, les lois sur la consommation imposeraient les mêmes règles du jeu aux entreprises, favorisant ainsi une concurrence fondée sur le mérite. Ces lois avaient aussi une fonction structurante: ainsi de l'obligation pour les détaillants de se conformer à la réglementation en matière de sécurité alimentaire. Pour respecter la réglementation, les détaillants s'approvisionneraient uniquement auprès des vendeurs de gros qui observent eux-mêmes ces règles. Pour leur part, ces derniers demanderaient aux transformateurs et

aux producteurs de produits alimentaires de faire de même. Une «autorégulation» effective de l'économie pourrait ainsi être instituée. Le droit de la concurrence et le droit de la consommation constituaient l'un comme l'autre des axes directeurs pour l'économie de marché. On avait accordé trop peu d'attention cependant à ce rôle du droit de la consommation. Il était donc essentiel de renforcer ce droit pour offrir un meilleur cadre juridique à l'économie de marché.

18. Le deuxième intervenant, M. Andrew Pickering, de l'Office of Fair Trading (Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord), a consacré son exposé à l'économie comportementale, nouvelle discipline située au croisement du droit de la concurrence et du droit de la protection des consommateurs. Il a souligné les synergies possibles entre politiques de protection des consommateurs et politiques de la concurrence en citant certains des avantages que les premières pouvaient apporter aux secondes, et inversement. Une concurrence vigoureuse incitait les entreprises à produire ce que demandaient les consommateurs de la façon la plus efficace et inventive possible, tandis que des consommateurs efficaces jouaient un rôle décisif pour susciter une concurrence vigoureuse entre les entreprises. Pour diverses raisons, les consommateurs n'avaient pas un comportement aussi rationnel que ce que pouvait anticiper le législateur; ils se caractérisaient cependant par une «rationalité limitée». Répondant à la question de l'amélioration du processus décisionnel des consommateurs, l'intervenant a distingué trois phases différentes: accès à l'information, évaluation de l'information et prise de décisions en fonction de cette information. Il a indiqué en quoi des politiques qui tendaient à promouvoir la concurrence, la sensibilisation des consommateurs, la normalisation et la réglementation de l'information pouvaient contribuer à atténuer les biais comportementaux.

19. L'intervenant a donné quelques exemples de la façon dont l'Office of Fair Trading avait mis en pratique certaines idées issues de l'économie comportementale. En 2010, il avait publié une étude consacrée à l'incidence des structures de prix sur les décisions des consommateurs. Il avait constaté que parmi les différentes formes de structures de prix, la sous-indication du prix était celle dont l'effet était le plus flagrant. Procédé souvent employé dans le contexte des achats sur Internet, la sous-indication consistait à ne pas inclure la totalité des frais et des coûts supplémentaires dans le premier prix indiqué, qui était donc sensiblement différent du prix final que le consommateur devait payer. En raison d'un effet d'ancrage, les consommateurs prenaient leur décision en fonction du premier prix annoncé et ne revenaient pas sur celle-ci une fois informés du prix final. Ainsi, nombre de consommateurs achetaient des biens et des services à des prix qu'ils n'auraient pas accepté nécessairement de payer s'ils en avaient été informés d'emblée. En outre, le risque de telles pratiques était que les entreprises ne se fassent pas concurrence sur les aspects où cela serait souhaitable. Grâce à l'action de l'Office of Fair Trading, 12 compagnies aériennes avaient accepté de modifier les informations de prix de leur portail en ligne et indiquaient désormais le prix final, y compris les frais de cartes de crédit. Le deuxième exemple avait trait aux comptes bancaires privés. Une étude de marché réalisée en 2008 par l'Office avait révélé que les consommateurs étaient très réticents à transférer leur compte personnel d'une banque à une autre, même s'ils devaient y gagner financièrement. Une des explications était que les clients appréhendaient les démarches à effectuer et les risques éventuels associés à un changement de compte. En conséquence, l'Office avait pris des dispositions pour faciliter les changements de compte de façon à obliger les banques à offrir des conditions plus compétitives pour les comptes personnels.

20. Des observations ont été faites par les participants au sujet de l'autorégulation, que l'intervenant a décrit comme une tendance récente du droit de la consommation. Si l'autoréglementation du secteur était généralement perçue très favorablement en tant que solution de marché à certaines lacunes, elle présentait des limites dans le domaine financier. À titre d'exemple, la réglementation des cartes de crédit ne se prêtait pas à l'autorégulation. Lors de réformes économiques et juridiques, la création d'un système de protection des

consommateurs devait aller de pair avec les traditions nationales. Dans ce contexte, les représentants ont évoqué leur expérience concernant l'interaction institutionnelle entre les autorités de concurrence, les autorités de protection des consommateurs et les organismes de contrôle sectoriels.

21. Un autre aspect du débat concernait l'économie politique des politiques de concurrence et de protection des consommateurs, et la répartition des richesses dans les pays en transition. Le représentant d'un pays émergent a demandé quel était le meilleur moyen de faire en sorte que tous les consommateurs profitent de la croissance économique.

22. Les participants ont débattu du rôle des autorités judiciaires dans la révision des prix indiqués sur les contrats de produits de consommation. Les révisions de prix concernant ces contrats constituaient-elles une atteinte à la liberté des prix, ou une mesure nécessaire pour lutter contre les abus?

## **E. Séance III**

### **Questions nouvelles en matière de protection des consommateurs: complémentarités et points de tension**

23. La séance a été ouverte par M<sup>me</sup> Cynthia Zapata, de l'Agence costaricienne de protection des consommateurs, qui était accompagnée de trois intervenantes: M<sup>me</sup> Ayesha Budd, de l'Autorité néerlandaise de la concurrence, M<sup>me</sup> Martha Kisyombe, de la Commission tanzanienne de la concurrence, et de M<sup>me</sup> Deon Woods-Bell, de la Federal Trade Commission des États-Unis d'Amérique.

24. M<sup>me</sup> Zapata a décrit certaines des dispositions prises par l'Agence costaricienne de protection des consommateurs dans des affaires – deux en particulier – de portée importante pour la concurrence. La première affaire concernait les ventes forcées d'un fournisseur monopolistique dans le secteur des assurances. Ce fournisseur avait réagi aux poursuites engagées par l'Agence en différenciant ses prix puis en les augmentant, ce qui avait entraîné des protestations de consommateurs. Cependant, d'autres concurrents avaient fini par entrer sur le marché et les prix étaient devenus plus compétitifs. La deuxième affaire avait trait à la mise en place d'observatoires des prix par l'Agence, sujet sensible au regard du droit de la concurrence étant donné le risque de collusion, même si cela ne s'était pas produit. L'intervenante a estimé que le temps était venu d'étudier l'incidence des pratiques anticoncurrentielles sur les intérêts des consommateurs. La coopération interinstitutions pouvait faciliter la détection et la poursuite des pratiques anticoncurrentielles, en particulier des pratiques transfrontières; la coopération internationale était donc déterminante.

25. M<sup>me</sup> Woods-Bell a indiqué en quoi la protection des consommateurs et la concurrence étaient étroitement liées sur le plan théorique, l'une étant centrée sur la demande et l'autre sur l'offre, même si elles existaient souvent dans deux mondes séparés au niveau opérationnel dans bon nombre de pays. Elle a présenté l'historique des deux disciplines aux États-Unis et leurs différents scénarios d'application. La Federal Trade Commission cherchait à trouver le juste équilibre entre l'intervention sur les marchés pour protéger les consommateurs et la préservation d'une économie de marché dynamique. Les deux théories juridiques pouvaient être utilisées pour trouver cet équilibre. La protection du consommateur avait favorisé la concurrence en aidant à mieux comprendre le fonctionnement des marchés, en offrant des critères pour justifier les restrictions en matière de concurrence, en apportant des données d'expérience en matière de recours et en renforçant l'adhésion du public à l'économie de marché. L'intervenante a aussi évoqué certaines des affaires traitées par la Commission, concernant notamment Google Buzz (utilisation illégale de données à caractère privé) et Intel (pratiques dolosives).

Quel que soit le mode d'organisation institutionnelle, il était impératif que les autorités chargées de la protection des consommateurs et de la concurrence coopèrent.

26. M<sup>me</sup> Kisyombe a donné un aperçu général de l'interaction entre les deux ensembles législatifs en vigueur en République-Unie de Tanzanie, soulignant les effets de l'asymétrie de l'information dans les deux domaines. Elle a présenté les mécanismes de protection des consommateurs et de concurrence du pays, sur les plans juridique et institutionnel, en précisant que la loi type et les Principes directeurs des Nations Unies avaient été intégrés. Les problèmes nouveaux en matière de protection des consommateurs concernaient notamment les produits d'assurance et d'épargne, les systèmes d'envoi de fonds comme le M-PESA, les contrefaçons de médicaments et les produits de consommation dangereux. Dans tous ces cas, les conséquences pour les consommateurs avaient été significatives. À titre d'exemple, la contrefaçon était un problème sérieux pour le pays, en particulier les contrefaçons de médicaments, qui présentaient des risques graves pour la santé. La République-Unie de Tanzanie avait recours à des mesures tant juridiques que non juridiques pour remédier aux problèmes nouveaux liés aux contrefaçons de produits et de médicaments, aux produits de consommation dangereux et aux produits d'assurance et d'épargne. S'agissant des mesures juridiques, la question des produits de consommation dangereux était traitée en détail aux parties VII, VIII et IX de la loi sur la concurrence loyale de 2003.

27. D'après les modifications apportées en 2007 à la loi de 1963 sur les marques commerciales, toute personne reconnue coupable de négoce de produits contrefaits (y compris les médicaments) était passible d'emprisonnement, d'amende ou de l'une et l'autre peine. En outre, les biens étaient saisis et détruits aux frais de leurs propriétaires.

28. Les organismes de concurrence étaient censés œuvrer pour les consommateurs, mais mentionnaient rarement ces derniers dans leurs décisions. Ainsi, dans le contexte néerlandais, le problème était de permettre aux autorités chargées de la concurrence et de la protection des consommateurs d'échanger des idées dans le cadre d'un dialogue véritable. Les deux organismes étaient en cours de regroupement à l'heure actuelle, ce qui devrait faciliter ce processus. Pour la nouvelle institution unique, les avantages seraient les suivants: information complète et exacte, une transparence accrue, amélioration des règles pour les nouveaux entrants, règles du jeu équitables, visibilité médiatique et moyens d'action élargis. La possibilité de parler d'une seule voix sur ces sujets devrait donner plus de poids à ses initiatives en matière de protection des consommateurs et de concurrence.

29. Le Président a proposé une procédure novatrice consistant à ce que certaines mesures soient proposées, et à ce que les participants votent selon leur accord ou leur désaccord, à titre d'exemple: «des solutions par la concurrence aux problèmes de marché peuvent être défavorables au consommateur à court terme, si elles sont avantageuses à long terme» (accord de la plupart); «les objectifs des autorités de protection des consommateurs et des autorités de concurrence sont souvent divergents, ce qui crée des problèmes sur le marché» (désaccord de la plupart). Cela a donné lieu à un débat animé entre les participants.

## **F. Séance IV**

### **Problèmes nouveaux en matière de protection des consommateurs: services financiers**

30. Le discours liminaire a été prononcé par Sothi Rachagan (Malaisie). Les intervenants ci-après ont aussi pris la parole: Robin Simpson (Consumers International) et Philip Evans (Commission de la concurrence du Royaume-Uni et Fipra International).

31. M. Rachagan a évoqué notamment les sujets suivants: prévention des défaillances systémiques, inclusion des services financiers, sensibilisation et évaluation des capacités. Bon nombre des présupposés qui avaient cours avant la crise étaient en fait erronés, mais cela n'avait été admis largement qu'à la faveur de la crise. L'autoréglementation des services financiers était un aspect important du problème. L'autoréglementation était importante et avait encore un rôle à jouer dans les services financiers, même si l'organisme réglementaire devait avoir compétence à l'échelle du secteur et être responsable en contrepartie en temps de crise. Il était impératif, a-t-il indiqué, de trouver une solution politiquement acceptable à une culture dont on ne savait pas au juste si elle servait le marché et les consommateurs avec qui elle traitait. En outre, l'évolution du rôle des consommateurs qui, d'épargnants et d'emprunteurs, devenaient des investisseurs, devait être reconnue, et l'autorité compétente devait décider quel était le statut des consommateurs par rapport à ce nouveau modèle. Il était essentiel que les consommateurs prennent part au processus réglementaire des services financiers. Il convenait de revoir les Principes directeurs en fonction de l'évolution du paysage financier et de promouvoir des conditions justes pour le consommateur. L'acquisition généralisée de compétences financières étant un objectif pratiquement impossible, une grande partie de l'architecture des services financiers devait évoluer.

32. M. Simpson a décrit les services financiers comme un service public auquel chacun devrait avoir accès, y compris dans des pays en développement.

33. Consumers International avait examiné la question des services financiers au regard des Principes directeurs. Les lignes directrices de haut niveau de l'OCDE de 2011 étaient décevantes car elles avaient un caractère facultatif et comportaient de trop nombreuses restrictions; elles décrivaient le rôle possible de Principes directeurs révisés. Si les Principes directeurs cadraient assez bien avec les souhaits de Consumers International sur les questions de transparence, la comparabilité dans le contexte des services financiers avait toujours été une question difficile. Il convenait d'inclure dans les Principes directeurs une nouvelle sous-section H sur les services financiers de façon à couvrir l'accès, la stabilité et la concurrence. En outre, les Principes directeurs devaient englober les services financiers en tant que produits ou que biens et services, et aborder des aspects comme les normes minimum et les procédures de rappel de produits. Assurément, les consommateurs devaient avoir voix au chapitre en ce qui concerne les processus réglementaires et les recours, et les Principes directeurs devaient aller dans ce sens. Étant donné les mesures de renflouement dont les services financiers avaient bénéficié, les consommateurs étaient en droit d'attendre une contrepartie.

34. M. Evans a parlé de l'application de l'économie comportementale aux services financiers et de ce que cela suppose pour les consommateurs. En particulier, les modèles classiques fondés sur le choix des consommateurs ne tenaient pas compte du problème des limites s'agissant de la rationalité, de la volonté ou de l'intérêt personnel, dont les effets pouvaient être considérables quand l'information était présentée de manière opaque. Le fait que les services et les produits financiers soient complexes et nombreux justifiait une approche comportementale, d'autant que les erreurs pouvaient avoir un coût élevé pour le consommateur et mettaient longtemps à être découvertes. Par ailleurs, des mécanismes comme les indicateurs supplétifs et les éditeurs de choix qui visaient à aider les consommateurs devaient être conçus judicieusement, du fait, en particulier, que des erreurs collectives pouvaient entraîner des crises. Afin qu'il soit remédié à ces problèmes, l'information devait être claire et honnête, les consommateurs devaient être en mesure de se familiariser avec le marché, et les coûts pour le consommateur devaient être atténués autant que possible.

35. Plusieurs représentants ont estimé aussi que les services financiers étaient complexes, et ont souligné la nécessité de sensibiliser les consommateurs et de formuler clairement les publicités, les contrats et les coûts. Il importait également que les autorités réglementaires et les organismes chargés de la protection des consommateurs coopèrent.

36. Un représentant a évoqué le cas des petits pays émergents, où les petits investisseurs étaient ceux qui perdaient le plus lors des crises financières. D'autres représentants ont évoqué le coût d'opportunité des mesures de renflouement des établissements financiers du point de vue des investissements dans la santé et l'éducation auxquels il avait fallu renoncer, et les problèmes posés aux petits pays par un secteur bancaire fortement concentré échappant à leur juridiction. Étaient en outre nécessaires des services financiers intègres et transparents.

37. Un représentant a évoqué la nécessité d'un dispositif permettant de sensibiliser les utilisateurs de manière facilement compréhensible, dans la mesure où des millions d'investisseurs avaient une compréhension limitée des services et des risques financiers.

38. Le point qu'il fallait garder à l'esprit, d'après M. Rachagan, était la nécessité d'une réglementation à deux niveaux: nationale et mondiale. Une architecture mondiale était très importante pour garantir l'intégrité de même que son emplacement – ONU ou Organisation mondiale du commerce, par exemple. On ne pouvait, en effet, laisser la situation revenir au statu quo.

39. En réponse aux observations faites par un représentant, M. Simpson a évoqué la possibilité de limiter l'accès à certains produits financiers, car le bon sens était important; l'information ou la sensibilisation ne sauraient suffire à elles seules. La solution proposée était que les produits eux-mêmes soient réglementés; s'ils étaient trop complexes ou risqués, ils ne devaient pas se trouver sur le marché. En outre, les Principes directeurs devaient être plus précis au sujet des services financiers et devaient être revus en fonction des évolutions mondiales.

40. M. Evans a clos la séance en notant la nécessité de faire preuve de souplesse et la volonté de s'attaquer au problème des produits «dangereux».

## **G. Séance V**

### **La nécessité de réviser les Principes directeurs des Nations Unies sur la protection du consommateur**

41. Le discours liminaire a été prononcé par M. Ricardo Maguiña (Programme d'assistance technique sur les politiques de la concurrence et de protection des consommateurs pour l'Amérique latine (COMPAL), Commission péruvienne pour la protection des consommateurs (INDECOPI)). Sont intervenus ensuite M<sup>me</sup> Indrani Thuraisingham (Consumers International), M. Bob Boelema (Autorité néerlandaise de protection des consommateurs), M. Pradeep Singh Mehta (CUTS International) et M<sup>me</sup> Ligia Valderrama (Direction de l'industrie et du commerce – Colombie).

42. M. Maguiña a présenté les résultats d'une enquête menée dans les pays d'Amérique latine participant au programme COMPAL et a formulé des idées de révision éventuelle pour les Principes directeurs. Les Principes directeurs avaient aidé bon nombre de pays du monde à élaborer leur législation en matière de protection des consommateurs et les pays d'Amérique latine réfléchissaient à de prochaines étapes pour le développement de la protection des consommateurs. Une possibilité consisterait à mettre au point une formule analogue à celle de la loi type sur la concurrence. Les questions pertinentes en ce qui concerne la région de l'Amérique latine et des Caraïbes étaient notamment les services

financiers peu sûrs, le respect de la loi et les sanctions, et le renforcement de la position des consommateurs et de leurs associations.

43. M. Mehta a présenté des renseignements utiles sur CUTS International, dont l'un des principaux produits était l'indice de protection des consommateurs. Plutôt que de parler de meilleures pratiques, l'organisation avait défini une notion plus utile et pratique, celle de bonnes pratiques, qui permettait d'adapter les pratiques au contexte social et économique particulier. Les Principes directeurs avaient été modifiés en 1999 pour inclure le principe de consommation durable. Accueillant favorablement le projet de révision supplémentaire des Principes directeurs, il a appelé l'attention sur sept points à prendre en considération dans ce cadre:

a) Dans nombre de pays, l'accès à des services universels avait été réduit du fait de la privatisation ou de la déréglementation. Les Principes directeurs devaient donc répondre au problème en indiquant que l'accès à des services universels doit être accordé à des prix raisonnables;

b) La représentation des consommateurs était indispensable pour faire en sorte que l'intérêt du public soit pris en considération;

c) La politique de la concurrence devait faire en sorte que les avantages de la mondialisation et de l'intégration régionale bénéficient au consommateur;

d) Les services financiers étaient très importants mais leur accès était limité dans les pays en développement;

e) Les dispositions concernant l'accès à l'information devaient être développées;

f) De plus en plus, l'accès à la justice avait pour cadre la médiation et la conciliation plutôt que les tribunaux, et cela devait apparaître clairement dans les Principes directeurs;

g) Les Principes directeurs devaient promouvoir des normes régionales de base fondées sur les normes optimales existant entre les partenaires, plutôt qu'en diminuer la portée.

44. M<sup>me</sup> Thuraingham a dit que la situation avait beaucoup changé depuis l'adoption des Principes directeurs en 1985. Les outils de télécommunication modernes et les médias sociaux n'existaient pas à cette époque. Si de nouveaux problèmes de consommation étaient apparus dans ces domaines, d'autres problèmes restaient identiques, comme l'accès des pauvres à des services essentiels tels que l'eau et l'assainissement. En conséquence, les Principes directeurs devaient aborder les trois points suivants:

a) Les progrès technologiques, qui nécessitaient une nouvelle section sur les consommateurs à l'ère numérique;

b) La distinction entre les consommateurs et les non-consommateurs, qui souffraient de pauvreté extrême, et pour qui l'accès aux services essentiels était capital;

c) Le principe de l'accès aux biens et services répondant aux besoins essentiels, qui devait être intégré dans l'article 3 des Principes directeurs.

45. Au sujet des questions de concurrence, M<sup>me</sup> Thuraingham a estimé que bon nombre de problèmes de concurrence se situaient en amont du consommateur final. Néanmoins, il convenait aussi de tenir compte du fait que les producteurs de produits alimentaires, notamment les agriculteurs, étaient aussi des consommateurs. Ainsi, certaines mesures, notamment les subventions à l'exportation accordées dans les pays développés, qui avaient une incidence sur le niveau de revenu des agriculteurs des pays en développement, étaient aussi liées à la consommation. Le rôle des organisations de

consommateurs pouvait être développé dans les Principes directeurs en ce qui concerne la formulation des politiques et la réglementation, car au cours des quinze dernières années, nombre d'entre elles avaient représenté les intérêts des consommateurs dans le processus d'élaboration des politiques, et joué un rôle important dans les plaintes de consommateurs. Il importait donc d'examiner la question de l'appui financier des gouvernements aux organisations de consommateurs.

46. M. Boelema a indiqué que l'Autorité néerlandaise de protection des consommateurs devait être fusionnée avec l'Autorité chargée de la concurrence. Au premier abord, ce regroupement aurait pu inquiéter, du point de vue de la protection des consommateurs, mais l'objectif était de permettre une compréhension globale des problèmes de marché et de tirer parti des études économiques de l'Autorité chargée de la concurrence. L'Autorité chargée de la protection des consommateurs avait assumé il y a quelque temps la présidence d'International Consumer Protection and Enforcement Network. Sous la présidence néerlandaise, la CNUCED avait obtenu le statut d'observateur auprès de ce réseau. Les principes fondamentaux de la protection des consommateurs étaient la protection et le renforcement de la position des consommateurs, et la représentation des intérêts des consommateurs par les associations civiles. Les associations civiles et les mécanismes de règlement privés étaient déterminants pour que la puissance publique ait moins à intervenir. Aux Pays-Bas, les autres instances de règlement des différends représentaient plus de 50 comités de plaintes. Les décisions de ces comités de plaintes privés étaient contraignantes pour les entreprises qui en étaient membres. Si les entreprises ne donnaient pas suite aux décisions pertinentes tout en utilisant la marque du comité, cela était considéré comme une pratique commerciale déloyale qui pouvait être sanctionnée d'une amende. La division chargée de l'application s'occupait uniquement des intérêts collectifs des consommateurs, le principe étant que la puissance publique intervenait lorsque les mécanismes privés ne parvenaient pas à régler les problèmes. Bon nombre d'aspects étaient couverts dans les Principes directeurs. Dans le domaine de l'application, mentionné uniquement à l'article 17 des Principes directeurs, les principes essentiels dans ce domaine devaient être incorporés, car sans système approprié pour le respect des normes, les consommateurs ne bénéficieraient d'aucune des possibilités de protection offertes par le système.

47. Les points ci-après devaient être étudiés en vue de leur insertion dans les Principes directeurs: législation compréhensible et claire; mandat clair (responsabilités et tâches); ressources suffisantes; personnel qualifié; pouvoirs suffisants pour obtenir les informations indispensables et mettre un terme effectif aux infractions; coopération des organismes publics dans l'intérêt des consommateurs et coopération internationale à titre bilatéral ou ponctuel face aux problèmes de consommation ayant une dimension internationale. Le renforcement de la position des consommateurs était un aspect à privilégier car plus la position des consommateurs était forte, moins la puissance publique devait intervenir.

48. M<sup>me</sup> Valderrama a estimé que la révision des Principes directeurs était opportune, car ils n'avaient pas apporté de réponse sur deux points. En premier lieu, tout système de protection des consommateurs devait être relié à la réalité politique, faute de quoi les lois en place seraient anachroniques. Dans le commerce électronique, la probabilité d'une asymétrie de l'information résultant du contact indirect entre vendeurs et acheteurs était très élevée, car le consommateur n'avait pas la possibilité de vérifier la qualité du produit, par exemple. En outre, le commerce électronique exposait les enfants à un certain nombre de produits électroniques comme les vidéos. Les mécanismes de paiement en ligne créaient un certain nombre de facteurs d'aggravation des risques pour les consommateurs, et d'incertitudes concernant les lois applicables et l'autorité judiciaire compétente pour obtenir un recours effectif. En outre, le principe de neutralité technologique devait être pris en considération dans les Principes directeurs. En deuxième lieu, il était nécessaire de protéger les enfants qui utilisaient le commerce en ligne. Bien souvent, les enfants étaient

des consommateurs, qui avaient accès non seulement aux marchés traditionnels, mais aussi aux nouveaux marchés. Des types de protection spéciaux pour les consommateurs vulnérables, notamment les enfants, seraient donc nécessaires. Les Principes directeurs devaient demander aux gouvernements de protéger les enfants efficacement conformément à l'article 17 de la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant; ils seraient ainsi conformes aux autres dispositions du droit international.

49. Au cours du débat qui a suivi, les participants ont abordé l'organisation institutionnelle des autorités de protection des consommateurs, le financement privé des associations privées de défense des consommateurs et l'importance de la coopération et de l'intégration régionales pour les consommateurs. Il convenait de réglementer la publicité pour des produits destinés aux enfants et de promouvoir efficacement les questions de protection des consommateurs.

50. M. Maguiña a estimé que la question de l'application devait figurer dans les Principes directeurs. À cet égard, l'OCDE pouvait jouer un rôle efficace. Il s'est demandé si l'autofinancement pouvait être une option pour le financement des activités de protection des consommateurs par la puissance publique. Certaines associations de consommateurs faisaient un très bon travail sans financement public. Ce n'était pas le cas toutefois en Amérique latine. M<sup>me</sup> Thuraisingham a indiqué que les activités de collecte de fonds des organisations de consommateurs variaient d'un pays à l'autre, selon leur niveau respectif de développement institutionnel. Dans les pays en développement, les associations de consommateurs luttent pour financer leurs activités de façon autonome, tandis que les organismes des pays développés étaient parfois très indépendants. M. Boelema a réitéré l'idée qu'un équilibre devait être trouvé entre le rôle de la puissance publique et le renforcement de la position des consommateurs qui rendait ce rôle moins nécessaire.

## H. Séance plénière de clôture

51. Le représentant des États-Unis d'Amérique a exprimé une réserve au sujet du point 4 du projet de conclusions concertées distribué en salle. S'il existait de nombreux organismes de consommateurs, un seul avait été mentionné expressément dans le texte. Le représentant du Suriname a souscrit à cette réserve, estimant que d'autres organisations pouvaient aussi être utiles aux travaux futurs.

52. Le représentant du Consumers International a indiqué que son organisation, qui comptait 225 membres dans 120 pays, était la seule fédération mondiale d'organismes de consommateurs. Depuis sa création en 1960, elle défendait les Principes directeurs. Le représentant de la Malaisie a dit que Consumers International avait joué un rôle important dans l'adoption des Principes directeurs et leur élargissement en 1999. L'organisation mériterait de ce fait d'être mentionnée expressément dans les conclusions concertées.

53. Le représentant du Royaume-Uni a fait une observation au sujet du point 2 du projet de conclusions concertées distribué en salle. Si la version actuelle était libellée «Demande au secrétariat d'élaborer un projet de rapport contenant des propositions pour une version révisée des Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur», le libellé précédent se lisait «d'élaborer un projet de rapport contenant une proposition pour la révision des Principes directeurs». Il a demandé des éclaircissements au secrétariat sur ce point, et le point de savoir si les modifications proposées pour les Principes directeurs seraient examinées à la prochaine session du Groupe intergouvernemental d'experts du droit et des politiques de la concurrence. Le secrétariat a confirmé que tel était bien le cas.

### **III. Questions d'organisation**

#### **A. Élection du Bureau**

(Point 1 de l'ordre du jour)

54. À sa 1<sup>re</sup> séance plénière, le jeudi 12 juillet 2012, le Groupe d'experts a élu M<sup>me</sup> Cynthia Zapata (Costa Rica) Présidente.

#### **B. Adoption de l'ordre du jour et organisation des travaux**

(Point 2 de l'ordre du jour)

55. Le Groupe d'experts a adopté l'ordre du jour provisoire reproduit dans le document TD/B/C.I/EM/1. L'ordre du jour se lisait comme suit:

1. Élection du Bureau.
2. Adoption de l'ordre du jour et organisation des travaux.
3. Liens entre politique de la concurrence et politique de protection des consommateurs.
4. Consultation sur la nécessité de réviser les Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur.
5. Adoption des conclusions de la réunion.

#### **C. Adoption du rapport**

56. À sa séance plénière de clôture, le 13 juillet 2012, la réunion spéciale d'experts sur la protection des consommateurs a autorisé la Présidente à établir le rapport final de la réunion.

## Annexe

### Participation<sup>2</sup>

1. Les représentants des États membres de la CNUCED ci-après ont participé à la réunion d'experts:

Afrique du Sud	Mozambique
Angola	Namibie
Arménie	Niger
Bénin	Nigéria
Bhoutan	Oman
Botswana	Ouganda
Brunei Darussalam	Pakistan
Burkina Faso	Pays-Bas
Cambodge	Philippines
Cameroun	Pologne
Colombie	Portugal
Costa Rica	Qatar
Côte d'Ivoire	République de Corée
Égypte	République démocratique du Congo
Équateur	République démocratique populaire lao
États-Unis d'Amérique	République dominicaine
Fédération de Russie	République-Unie de Tanzanie
Gambie	Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord
Grèce	Rwanda
Guyana	Sainte-Lucie
Hongrie	Sénégal
Inde	Serbie
Iraq	Seychelles
Italie	Soudan
Jordanie	Suisse
Kazakhstan	Suriname
Kenya	Swaziland
Kosovo (Conformément à la résolution 1244 (1999) du Conseil de sécurité)	Thaïlande
Malaisie	Togo
Mali	Tunisie
Maroc	Turquie
Mongolie	Viet Nam
	Zambie
	Zimbabwe

2. Les observateurs ci-après étaient représentés à la réunion:

Territoire palestinien occupé

3. Les organisations intergouvernementales ci-après étaient représentées à la réunion:

Communauté des Caraïbes

Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest

Organisation de coopération et de développement économiques

<sup>2</sup> La liste des participants porte la cote TD/B/EM.1/INF.1.

Union africaine  
Union économique et monétaire ouest-africaine

4. Les institutions spécialisées et organisations apparentées ci-après étaient représentées à la réunion:

Organisation mondiale du commerce

5. Les organisations non gouvernementales ci-après étaient représentées à la réunion:

*Catégorie générale:*

Consumers International  
Consumer Unity and Trust Society (CUTS)  
Ingénieurs du monde  
Institut panafricain pour le développement

6. Les intervenants ci-après ont contribué à la session:

M<sup>me</sup> **Connie Lau**, Directrice du Conseil des consommateurs de Hong Kong (Chine)  
M. Peter **Avery**, Chef du Groupe des politiques de protection des consommateurs, OCDE  
M<sup>me</sup> **Seema Gaur**, Commission de la concurrence (Inde)  
M. Henri **Temple**, professeur à Montpellier (France)  
M. Andrew **Pickering**, Office of Fair Trading (Royaume-Uni)  
M<sup>me</sup> **Cynthia Zapata**, Directrice de l'Agence de protection des consommateurs (Costa Rica)  
M<sup>me</sup> **Ayesha Budd**, conseillère principale pour les questions internationales, Autorité néerlandaise de la concurrence  
M<sup>me</sup> **Martha Kisyombe**, Commission pour la concurrence loyale (République-Unie de Tanzanie)  
M<sup>me</sup> **Deon Woods-Bell**, Federal Trade Commission (États-Unis)  
M. Sothi Rachagan **Sinnathurai**, Commission de la concurrence (Malaisie)  
M. Robin **Simpson**, Conseiller principal pour les politiques, Consumers International  
M. Phil **Evans**, Commission de la concurrence du Royaume-Uni, consultant principal auprès de Fipra International  
M. Ricardo **Maguiña**, COMPAL et INDECOPI (Pérou)  
M<sup>me</sup> **Indrani Thuraisingham**, Directrice du Bureau régional pour l'Asie-Pacifique et le Moyen-Orient, Consumers International  
M. Bob **Boelema**, Affaires stratégiques et internationales, Autorité néerlandaise de protection des consommateurs  
M. Pradeep **Singh Mehta**, Secrétaire général, CUTS International  
M<sup>me</sup> **Carmen Ligia Valderrama**, avocate, Directrice adjointe à la protection des consommateurs, Direction générale de l'industrie et du commerce (Colombie)