

Le Coin du consommateur

La défense des intérêts du consommateur : une affaire de spécialistes

DANS la quête de son bien-être, un consommateur n'a sa raison d'être que lorsqu'il sait, justement consommer. Pour certains, une telle exigence ne se justifie pas, dans la mesure où, comme le soulignait le Président américain John Fitzgerald Kennedy en 1962, « nous sommes tous des consommateurs ». Pour d'autres, cette observation qui visait à cette époque-là, la mobilisation de tous autour des préoccupations des consommateurs mérite d'être revisitée en 2015.

En effet, l'atteinte des droits et des intérêts du consommateur est devenue un phénomène multiforme ; tout comme le sont les différentes techniques utilisées par les professionnels pour produire, fabriquer, transporter, stocker, présenter au public, et finalement vendre les multiples produits et services. Par conséquent, pour qu'elle soit fiable, cette protection doit aussi être multiforme à tous ces différents stades que je viens de citer. Comme quoi, autant les métiers des professionnels deviennent de plus en plus sophistiqués, autant les spécialistes de la défense des consommateurs doivent l'être aussi.

Pour des pays comme le Gabon, une telle problématique est difficile à résoudre pour plusieurs raisons : d'abord, le marché de

notre pays étant ouvert à la mondialisation, les professionnels qui y vendent des produits et des services n'attendent jamais que nous ayons des spécialistes de la défense du consommateur avant de s'y investir. Bien au contraire, le fait que le filet de la défense du consommateur soit percé de partout arrange plus d'un commerçant, dans la mesure où cette situation permet à qui le veut, de proposer n'importe quoi, sans crainte de réelle contestation.

Même lorsque les pouvoirs publics créent des structures responsables de ces questions, on se rend bien compte de la difficulté et les résultats en deçà des objectifs. La multiplication à l'infini des actions à mener par des spécialistes est une autre raison qui rend complexe la problématique de la défense du consommateur. voyons pourquoi. C'est que lorsqu'un professionnel veut vendre un produit, il se donne du temps pour réfléchir sur la nature, l'attractivité et les différents coûts à supporter, pour enfin, proposer un prix de vente accessible au consommateur visé.

Or, contrairement au professionnel, le consommateur ne dispose ni du même temps de réflexion ni des mêmes moyens pour organiser sa défense. Dès la mise sur le marché, il doit automatiquement consommer sans réfléchir. Pour y

faire face aux atteintes à ses droits, il n'a pas d'autre choix que de faire appel à des spécialistes à tous les stades.

Au niveau de la production industrielle par exemple, la détection des points critiques ne pourra être possible que grâce au regard critique d'un connaisseur, à même d'informer le public sur les défauts de fabrication nuisibles aux consommateurs. Dans des pays où ni la réglementation ni des personnalités indépendantes n'interviennent aux stades de production et d'industrie, ces derniers ne s'embarrassent pas de mettre sur le marché des produits dangereux pour la santé ou la sécurité des produits. Certes, certains industriels retirent parfois volontairement du marché des produits jugés défectueux, mais en réalité, une telle démarche relève beaucoup plus du marketing que tout autre chose.

À propos justement du marketing, lorsqu'un pays ne dispose pas des spécialistes pour la défense des consommateurs sur cette question, on y constate souvent une recrudescence des cas de publicités trompeuses. Autre secteur nécessitant de la connaissance pointue, celui de la science. Effectivement, dès lors que les professionnels utilisent à fond les scientifiques pour étudier, inven-

ter et produire dans divers domaines ; les consommateurs de leur côté doivent ici aussi, suivre ce mouvement en s'armant de sociologues, de psychologues, de biologistes, de nutritionnistes, de chimistes ; bref, de consommateurs capables d'analyser et de proposer des solutions idoines aux problèmes posés.

Le fait que notre pays dispose d'un Laboratoire de contrôle qualité est une consécration de cette exigence scientifique. Autres spécialistes recherchés pour la défense des intérêts du consommateur, les communicateurs. Je l'ai dit plus haut, les professionnels attirent souvent l'attention de leur clients en procédant par la propagande et la publicité.

Pour y faire face, les consommateurs doivent donc recourir aux professionnels de la communication, afin de dénoncer les pièges des messages diffusés ; et surtout contrer les campagnes les plus ambiguës. En effet, pour prévenir ou éradiquer un danger qui menace les intérêts des consommateurs, l'apport des communicateurs est toujours déterminant dans le cadre de l'information et de la sensibilisation des consommateurs.

Enfin, au titre des spécialistes les plus sollicités pour la cause consumériste, les juristes et les

économistes occupent une place de choix.

Passons rapidement sur les économistes qui interviennent avec efficacité pour analyser les positionnements des entreprises sur le marché, particulièrement en matière de concurrence. En revanche, les juristes sont à tout point de vue, incontournables pour cette défense devant les tribunaux ou alors en cas d'arbitrage, de conciliation ou de médiation.

Sont généralement sollicités à ces occasions : les avocats, les étudiants en droit, bref ; tous ceux qui savent concevoir, analyser ou faire appliquer le droit dans le cadre de la protection du consommateur. À ces professionnels s'ajoutent les agents publics tels que les fonctionnaires de la DGCC, formés dans les écoles françaises et gabonaises.

Mais qu'on ne s'y trompe pas, la défense du consommateur est tout sauf une affaire d'élites. Les spécialistes mobilisables pour cette cause peuvent se recruter dans tous les secteurs où le savoir-faire est avéré. C'est le cas pour les artisans, les agriculteurs ; ou encore les mécaniciens qui, comme on le sait, détiennent des informations utiles pour la promotion des intérêts du consommateur.

Par Pedro DIANGA NGANZI

Dr en droit de la consommation et de la concurrence

AIRFRANCE
FRANCE IS IN THE AIR

NOUVELLE CABINE ECONOMY
MARSEILLE

À PARTIR DE
513 000 FCFA TTC A/R

AIRFRANCE KLM WWW.AIRFRANCE.GA

Tarif indicatif au minimum 7 jours à l'avance, toutes taxes comprises et hors frais de service, disponible jusqu'au 15/02/2016. Envoyez-vous votre le 14/01/2015 et le 15/01/2016. Tarif soumis à conditions et modifiable sans préavis. Renseignez-vous auprès d'Air France ou sur www.airfrance.ga ou auprès de votre agence de voyages.