

UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR

**INSTITUT NATIONAL DE L'EDUCATION POPULAIRE ET DU SPORT
INSEPS**



MONOGRAPHIE POUR L'OBTENTION DU CAIEPJS

THEME DE RECHERCHE :

**CONTRIBUTION DE LA SOCIETE CIVILE A LA LUTTE CONTRE
LA PAUVRETE : EXEMPLE DES ASSOCIATIONS SENEGALAISES
DE CONSOMMATEURS MEMBRES DE CONSUMERS
INTERNATIONAL/ORGANISATION INTERNATIONALE DES
CONSOMMATEURS (C/OIC)**

PRESENTEE PAR :

Maguette FALL

PROMOTION 2001 - 2003

SIGLES ET ABBREVIATIONS

- ACP** : Afrique Caraïbes Pacifique
ADEC : Association pour la défense de l'environnement et des consommateurs
ADEETeLS : Association de défense des usagers de l'eau de l'électricité, des télécommunications et des services.
ASDEC : Association sénégalaise pour la défense de l'environnement et des consommateurs
CETUD : Conseil d'études sur le transport urbain de Dakar
CFA : Communauté Financière Africaine
CI : Consumers international
CNC : Conseil national de la consommation
COCC : Code des obligations civiles et commerciales
CONAC : Conseil national des associations de consommateurs
CONGAD : Conseil des organisations non gouvernementales d'appui au développement
CRC : Comité de réflexion sur la concurrence
CRSE : commission de régulation du secteur de l'électricité
CRT : commission de réflexion sur le transport
DAGAD : Direction des affaires générales et de l'administration territoriale
ESNET : Réseau spécialisé en échanges d'informations
FAO : Fonds des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
IEC : Information éducation- communication
IOCU : Organisation internationale des unions de consommateurs
ISN : Institut sénégalais de normalisation
MINT : Ministère de l'intérieur
OIC : Organisation internationale des consommateurs
OMS : Organisation mondiale de la santé
ONAS : Office nationale de l'assainissement
ONG : Organisation non gouvernementale
PDPC : Principes directeurs des nations unies pour la protection des consommateurs
PROCELOS : Programme de promotion des céréales locales au Sahel
SENELEC : Société nationale d'électricité
Sonatel : Société nationale des télécommunications
UE : Union européenne
ESAM : Enquête sénégalaise auprès des ménages
QUID : Questionnaire unifié d'indicateurs de développement
EPPS : Enquête sur la perception de la pauvreté au Sénégal
DSRP : Document de stratégie de réduction de la pauvreté
PNUD : Programme des nations unies pour le développement

SOMMAIRE

<u>INTRODUCTION</u>		p. 8
<u>PREMIERE PARTIE :</u>	Méthodologie ,intérêt et limites de l'étude	p.11
<u>Chapitre I :</u>	Méthodologie	p.11
A .	Recherche documentaire	P.11
B .	Entretiens	P.11
<u>Chapitre II :</u>	Intérêt et limites de L'étude : l'émergence d'une société Civile entreprenante et efficiente.	P .13
<u>DEUXIEME PARTIE :</u>	Définitions de certains concepts et état de la pauvreté au Sénégal.	P.15
<u>Chapitre I :</u>	Définitions de certains concepts.	P.16
A .	Evolution du concept de société civile	P.16
B .	Définition de la pauvreté	P .18
C .	Définition du consumérisme.	P.20
<u>Chapitre II :</u>	Situation économique et sociale et état de la pauvreté au Sénégal	P.21
<u>TROISIEME PARTIE :</u>	Champ d'intervention de la société civile dans le cadre de La lutte contre la pauvreté.	P.25
<u>Chapitre I :</u>	Secteurs investis par la société civile	P.26
<u>Chapitre II :</u>	Rôle de la société civile dans l'élaboration du D.S.R.P.	P.26
<u>Chapitre III :</u>	L'avènement du collectif de la société civile pour la lutte contre la pauvreté (COLUPAS)	P.28

<u>QUATRIEME PARTIE :</u>	Le consumérisme dans certains grands courants Philosophiques et / ou religieux.	P.30
<u>Chapitre I :</u>	Islam et protection du consommateur.	P.31
A .	La protection du consommateur dans le Coran.	P.31
B .	La protection du consommateur dans la sunna du prophète (P.S.L)	P.32
<u>Chapitre II :</u>	La protection du consommateur dans la Bible	P.34
<u>Chapitre III :</u>	C.I / O.I.C et la naissance d'une conscience Consumériste mondiale.	P.34
A .	De la naissance à l'adoption des P.D.P.C	P .34
B	La promotion des droits du consommateur dans le monde	P.34
C	L'apparition du mouvement consommateur en Afrique.	P.34
<u>CINQUIEME PARTIE :</u>	Les associations sénégalaises de consommateurs membres de CI / O.I.C	P.38
A	L'ADEETELS	P.39
B	L'ADEC	P.40
C	L'ASDEC	P.40
<u>Chapitre I :</u>	Forces et Faiblesses des associations sénégalaises.	P.41
<u>Chapitre II :</u>	Quelques exemples de réalisations des associations sénégalaises dans la lutte contre la pauvreté	P.43
A.	L'ADEETeLS et son projet d'accès à l'eau potable et à l'assainissement.	P.43
B.	l'ADEC et son projet de création d'un magasin de vente de denrées courantes.	P.46
C .	L'ASDEC et son projet de promotion de l'agriculture biologique.	P.46
CONCLUSION		P.51

REMERCIEMENTS

Plusieurs personnes m'ont épaulé et ont ainsi contribué à l'élaboration et à la production de cette monographie.

Parmi elles :

- **Mme Codou Kebe Thioub**, coordinatrice du bureau sous- régional pour l'Afrique de l'Ouest et du centre de CI/ OIC à Dakar ;
- **M. Pape Samba Mor Ndiaye**, secrétaire exécutif de L'ASDEC ;
- **M. Pablo Fall**, secrétaire général de l'ADEETELS ;
- **M. Mansour Sy** à la Direction Administratif et Financier de la CONFEJES à Dakar.

Mes remerciements s'adressent également à :

- **Mon épouse Waré** dont je loue la patience ;
- **Mon ami Magatte Thiam** pour son soutien précieux durant ces deux années passées à l'INSEPS.
- **Au personnel du bureau sous- régional de CI/ OIC à Dakar**

Que ces personnes trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude.

AVANT PROPOS

Qu'un inspecteur de l'éducation populaire, de la jeunesse et des sports ait choisi comme thème de monographie de fin d'études celui de la « contribution de la société civile à la lutte contre la pauvreté » peut paraître malvenu voire incongru.

C'est qu'en effet, nombreux sont ceux qui ont une vision un peu trop restrictive du champ d'intervention de l'inspecteur de l'éducation populaire, de la jeunesse et des sports.

Pour ceux là, l'inspecteur de la jeunesse et des sports ne peut se mouvoir que dans son cadre naturel qui se trouve être les deux départements ministériels qui ont charge d'élaborer et de mettre en œuvre les politiques nationales en matière de jeunesse et de sports et leurs services extérieurs qui se trouvent être les inspections régionales et départementales de la jeunesse ou des sports.

Défendre cette thèse c'est soutenir que l'éducation populaire se limite à l'animation socio-éducative dispensée dans les institutions de jeunesse ou de sports, dans les différentes collectivités éducatives ou dans le milieu associatif jeune.

Il est heureux que l'on s'accorde de plus en plus à vouloir sortir des sentiers battus, à considérer que l'éducation populaire couvre tout le champ social.

Dans cette mouvance, le profil de l'inspecteur de l'éducation populaire de la jeunesse et des sports l'autorise à s'engager dans les organisations non gouvernementales, dans la société civile, en un mot dans le mouvement associatif pour participer à l'encadrement et à l'animation de nos populations, contribuant ainsi à leur promotion, culturelle, économique et sociale.

Cette tendance a démarré avec la présence de plus en plus affirmée d'inspecteurs de la jeunesse et de sports dans les champs sociaux sénégalais

Ainsi leur présence est-elle remarquée dans les ONG de promotion de la femme, dans les organismes d'accompagnement vers l'insertion socio-économique des jeunes, dans les associations à vocation sportive et/ ou culturelle, dans le mouvement de protection des consommateurs.

Et si justement nous avons choisi de traiter du thème : « contribution de la société à la lutte contre la pauvreté : l'exemple des associations sénégalaises membres de CI/ OIC » c'est que nous militons depuis plus de dix ans dans le mouvement consommateur et à la tête d'une de ces associations.

Le mouvement consommateur sénégalais se fixe comme objectif d'informer et d'éduquer les consommateurs pour garantir leur protection. Cette tâche qui était loin d'être simple au départ, s'est complexifiée depuis la libéralisation en matière économique intervenue en 1992.

S'il faut continuer de se mobiliser pour promouvoir les droits des consommateurs, il y'a lieu de se déterminer pour définir des priorités. Dans le contexte social actuel d'un pays pauvre très endetté, on ne saurait agir dans le champ social sans intégrer les programmes de lutte contre la pauvreté.

Notre souci a été de montrer dans cette étude que les organisations sénégalaises membres de CI/ OIC ont tenté avec des fortunes diverses, de jouer leur rôle dans cette quête d'assurer le respect des droits fondamentaux du consommateur, singulièrement le droit à la satisfaction de certains de ses besoins essentiels qui intègrent sans nul doute les stratégies de lutte contre la pauvreté.

INTRODUCTION :

« De tous les fléaux qui entravent le développement humain, la pauvreté est le plus répandu. Elle prive les individus de leurs droits les plus fondamentaux et empêche l'humanité de tirer partie de leur talent. (...) La pauvreté contribue aussi à aggraver tous les dangers auxquels le genre humain doit faire face (la maladie, surpopulation, crime et conflits) et les rend plus difficile à combattre. C'est pourquoi l'élimination de la pauvreté est et doit être une tâche prioritaire pour les nations unies. »¹

Sur les 6 milliards d'habitants que compte actuellement la planète, 2,8 milliards, soit presque la moitié, vivent avec moins de 2 dollars par jour et 1,2 milliards ont moins d'un dollar par jour pour vivre, 56% des habitants du monde en développement ne disposent pas d'installations d'assainissement les plus élémentaires près de 12 millions d'enfants meurent chaque année avant d'atteindre l'âge de 6 ans, plus de 800 millions souffrent de la faim.

Or donc la *Déclaration Universelle des Droits de l'Homme* proclame en son article 25 :

« Toute personne a droit à un niveau de vie suffisant pour assurer sa santé, son bien être et ceux de sa famille, notamment pour l'alimentation, l'habillement, le logement, les soins médicaux ainsi que pour les services sociaux nécessaires ; elle a droit à la sécurité en cas de chômage, de maladies, d'invalidité de veuvage, de vieillesse ou dans les autres cas de perte de ses moyens de subsistance par suite de circonstances indépendantes de sa volonté ...>>

Il y a lieu de se mobiliser pour contrer la pauvreté, la faire reculer et pourquoi pas l'éradiquer.

Dans ce cadre, certains pays ont enregistré des résultats probants. C'est le cas de la Chine, de l'Inde, de Taiwan et de la Corée du sud.

Il est reconnu que des moyens existent pour que les résultats enregistrés en la matière puissent être étendus à l'ensemble des pays pauvres de la planète. Lors du sommet mondial pour le Développement social qui s'est tenu à Copenhague, au Danemark, les gouvernements ont pris l'engagement de réduire de moitié la proportion de la population dont le revenu est inférieur à 1 dollar par jour à l'horizon 2015.

Pour se faire, des stratégies et des plans ont été élaborés et des actions entreprises.

¹ Koffi Annan : In Rapport du PNUD sur la pauvreté (1998)

Il s'agit d'ici à 2015 d'éliminer entre autres, l'extrême pauvreté et la faim, d'assurer une éducation primaire pour tous, de réduire la mortalité des enfants de moins de 5 ans, d'améliorer la santé maternelle, de combattre le VIH / Sida, le paludisme et d'autres grandes maladies, de mettre en place un partenariat mondial pour le développement.

Mais il est reconnu que cette croisade contre la pauvreté ne peut réussir sans une implication des communautés de bases, y compris les pauvres eux-mêmes qui, pour se faire, doivent s'organiser et renforcer leurs capacités.

Autrement dit, la participation de la société civile est essentielle dans la lutte contre la pauvreté.

Cela est non seulement admis mais aussi prôné par le PNUD et la communauté d'Aide au développement. Les états bénéficiaires de l'aide publique au développement en sont maintenant acquis.

C'est ce qui explique par exemple que le nouvel accord de partenariat UE/ACP communément appelé « Accord de Cotonou » signé le 23 juin 2000 entre les états membres de l'union européenne et les états d'Afrique des Caraïbes et du Pacifique insiste particulièrement sur le rôle dévolu à la société civile dans la mise en œuvre de l'accord.

Ainsi l'article 4 de l'accord, précisant les acteurs du partenariat stipule que «les partis reconnaissent le rôle complémentaire et la contribution potentielle des acteurs non étatiques au processus de développement. A cet effet, conformément aux conditions fixées dans le présent accord, les acteurs non étatiques, selon le cas :

- Sont informés et impliqués dans la consultation sur les politiques et stratégies de coopération, et sur les priorités de la coopération, en particulier dans les domaines qui les concernent ou qui les affectent directement, ainsi que sur le dialogue politique ;
- Reçoivent des ressources financières, suivant les conditions fixées dans le présent accord, en vue d'appuyer les processus de développement local ;
- sont impliqués dans la mise en œuvre des projets et programmes de coopération dans les domaines qui les concernent ou ceux dans lesquels ils possèdent un avantage comparatif
- Reçoivent un appui pour le renforcement de leurs capacités dans des domaines critiques en vue d'accroître leurs compétences, en particulier en

ce qui concerne l'organisation, la présentation et la mise en place de mécanisme de consultation, y compris d'échanges et de dialogue, et dans le but de promouvoir des alliances stratégiques. »

Il s'y ajoute qu'il est aujourd'hui admis que la politique des consommateurs fait partie intégrante de toute politique de développement économique et social.

L'adoption des principes directeurs des nations unies pour la protection des consommateurs en atteste avant que l'accord de Cotonou ne le réaffirme en son article 51 intitulé « politique des consommateurs et protection de la santé des consommateurs ».

Le Sénégal est considéré comme disposant d'une société civile de plus en plus organisée, de plus en plus entreprenante, qui se pose comme partenaire incontournable de l'état en matière d'élaboration et de mise en œuvre de politiques de développement économique et social, de développement humain, devrions-nous dire.

Au sein de cette société civile, le mouvement consommateur tient une place non négligeable bien que souvent méconnue. Les associations de consommateurs font assurément partie des organisations directement impliquées dans la lutte contre la pauvreté.

Il se pose alors la question de savoir comment les associations sénégalaises de consommateurs qui appartiennent à l'organisation internationale des consommateurs contribuent-elles à la lutte contre la pauvre ?

La description de quelques expériences simples développées par ces associations devront aider à apprécier leur contribution dans ce secteur.

PREMIERE PARTIE :

METHODOLOGIE, INTERET ET LIMITES DE L'ETUDE

Chapitre I : METHODOLOGIE

A. La RECHERCHE DOCUMENTAIRE

Dans le cadre de la revue documentaire liée à notre étude, nous avons consulté plusieurs sources potentielles d'informations. C'est ainsi que nous nous sommes rendu au centre d'information et de documentation du sous-bureau pour l'Afrique de l'ouest et du centre de consommateurs international / Organisation internationale des consommateurs (C.I / O.I.C) sis à la villa 8651 SICAP SACRE COEUR II à Dakar, de Enda-Tiers monde à la rue Carnot à Dakar, du conseil des organisations non gouvernementales pour le développement (CONGAD) villa n° 3029 SICAP Amitié I à Dakar, du Centre d'Informations des Nations Unies (CINU) au 10 de la rue de Thann à Dakar, du programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) au 5^e étage de l'immeuble Faygal

Ces descentes dans les centres d'informations et de documentations précitées nous ont permis de glaner de nombreuses et importantes informations contenues dans des documents consultés sur place ou gracieusement mis à notre disposition par les responsables des dits centres.

B. LES ENTRETIENS

Les entretiens que nous avons eus dans le cadre de notre étude se sont tenus principalement avec les leaders des associations de consommateurs qui ont eu à initier des actions dans le cadre de la lutte contre la pauvreté.

Il s'agissait, avec eux, d'inventorier les projets élaborés, de s'informer sur la façon dont ils ont été conduits et de tenter d'en mesurer l'impact sur les populations bénéficiaires.

Nous avons par ailleurs, consulté des responsables d'organisations non gouvernementales (ONG). C'est ainsi que nous nous sommes entretenus avec des responsables du CONGAD particulièrement impliqués dans les stratégies de coordination des actions de la société civile dans le processus du développement participatif aux côtés des autres acteurs des secteurs publics et privés ainsi que des partenaires financiers, pour lutter contre la pauvreté.

La structure parrainée dans un premier temps par le CONGAD a été nommée « cellule nationale de la société civile pour la bonne gouvernance et la lutte contre la pauvreté » et a décidé dernièrement de prendre l'appellation de « Collectif national de la société civile pour la lutte contre la pauvreté » (COLUPAS).

Les religieux ne pouvaient être en reste si l'on sait que les points de vue des religions déterminent beaucoup d'actes de consommation. C'est pourquoi nous avons recueilli au près d'un islamologue qui, plus est, s'est spécialisé sur les questions économiques dans l'islam, un certain nombre de positions par rapport aux problèmes de consommation tirées du Coran et de la tradition du prophète Mahomet (P.S.L.).

Un professeur de l'INSEPS qui s'intéresse aux questions religieuses singulièrement de l'Islam nous a fourni des indications précieuses qui ont affiné nos recherches sur le consumérisme dans le Coran.

Chapitre II: Intérêt et limites de l'étude : L'émergence d'une société civile entreprenante et efficiente.

L'étude que nous entreprenons devra contribuer à mieux faire appréhender le rôle de la société civile en tant que pôle alternatif de l'Etat. En effet, en la faveur d'un certain nombre d'opportunités qui se sont présentées dans notre pays et qui ont nom instauration d'une démocratie multipartisane, relative liberté d'expression et d'association, désengagement de l'Etat de certains secteurs notamment économiques, accroissement de la pauvreté qui appelle à des initiatives individuelles et collectives pour contrer puis faire reculer cette pauvreté, le mouvement associatif s'est développé et s'est mieux organisé pour participer à cette lutte.

L'étude permettra surtout de montrer que les associations de consommateurs font partie intégrante de la société civile, qu'elles fondent leurs actions sur des principes internationalement reconnus, et qu'elles capitalisent un certain nombre d'expériences enrichissantes et probantes en faveur des communautés de bases.

C'est maintenant admis, la plus part des partenaires au développement préconisent une démarche participative qui responsabilise davantage les bénéficiaires des programmes et instaure un climat de confiance. Cette nouvelle démarche est aussi partagée par les autorités publiques qui font tout pour impliquer la société civile qui, maintenant, participe à la formation des populations, à l'élaboration et à la mise en œuvre des projets de développement.

Dans un processus de bonne gouvernance orienté vers le développement humain il est important de faire ressortir la contribution de la société civile dans la lutte contre la pauvreté.

Cependant l'étude, en se confinant au mouvement consommateur et à l'intérieur de ce mouvement aux seules associations de consommateurs membres de consumers international/ Organisation mondiale des consommateurs, ne présente pas un large panorama de la société civile.

Cela s'explique sans doute par la nature du travail qu'il faut placer dans le cadre d'une étude monographique qui n'est pas un mémoire encore moins une thèse et vise donc à conduire une recherche sur un sujet précis relativement restreint.

DEUXIEME PARTIE :

DEFINITIONS DE CERTAINS CONCEPTS ET PROFIL DE LA
PAUVRETE AU SENEGAL

Chapitre I : Définition de certains concepts

A. Evolution du concept de société civile.

L'expression <<Société civile >> est apparue en français dans une traduction à partir du latin d'un ouvrage de Luther au milieu du XVI^e siècle. Des philosophes et penseurs des XVII^e et XVIII^e siècles l'ont par la suite utilisée.

Il en est ainsi de l'économiste anglais ADAM SMITH qui, dans son ouvrage << Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations >> élabore sa théorie d'une distinction fondamentale entre le politique et l'économique autrement dit entre l'état et la Nation qui constitue la << société civilisée >> ou << société civile >>.

ADAM SMITH considère que l'état est un ensemble institutionnel et hiérarchisé qui provient de l'ancienne société féodale avec son organisation fondée sur l'existence d'ordres et de castes, alors que la société civile ou nation ou société moderne réside dans les rapports fondamentaux engendrés entre les individus par les activités du commerce et de l'industrie. Mais, en réalité, le concept de société civile revêt plusieurs acceptions selon le contexte socio-politique et économique dans lequel on se situe.

Ainsi pour Aristote, la société civile qu'il appelle aussi << communauté politique >> est une des formes particulières d'organisation de la société humaine. Cette forme d'organisation est différente de la famille fondée sur les liens de sang et du peuple qui est la forme d'organisation propre aux barbares, à ceux qui manquent encore d'humanité.

SAINT-AUGUSTIN, quant à lui observe une nette distinction entre ce qui relève du divin et ce qui est l'apanage de l'homme, entre la cité de Dieu et la société terrestre, la séparation entre ces deux entités étant consécutive au péché originel, qui a conduit à la déchéance d'ADAM et d'EVE qui, du paradis, ont été précipités sur terre. Cependant pour Saint-Augustin toutes les sociétés politiques ne sont pas sur le même pied ; celles qui cultivent la paix et mettent en place les dispositifs permettant de contrer toute volonté de domination étant

sans conteste les meilleures. Ces dernières sont appelées << République >> et se confondent à la société civile.

HOBBS pose la société civile comme opposée à l'état de nature. En effet pour lui la société civile combat l'anarchie et prône l'homme en respectant les libertés individuelles.

ROUSSEAU reprend la thèse de Hobbes mais soutient, contrairement à ce dernier, que l'état de nature est enviable parce que source de paix, d'harmonie et vie heureuse. Pour lui c'est plutôt la société civile qui est corrompue est dégradante.

Chez HEGEL l'état se différencie de la société et mieux, il fonde l'existence de celle-ci. La Société civile constitue le lieu où les individus par leur travail, cherchent à satisfaire leurs besoins, dans un cadre organisé, régi par des règles, sans lesquelles la société déclinerait et retournerait à l'état de nature synonyme d'anarchie. Pour Hegel c'est l'état de droit qui permet l'existence de la société civile.

Marx prend le contre pied de Hegel et considère que la société civile dans son évolution historique marquée par une lutte interne entre différentes franges la composant, doit engendrer des classes sociales différentes qui cherchent chacune à dominer économiquement et politiquement les autres. C'est dire que pour Marx, l'état est un instrument de domination d'une classe sur une autre.

GRAMSCI, de son côté considère bien la société civile comme l'ensemble des institutions garantissant << l'hégémonie idéologique de la classe dominante >> mais pense qu'elle n'est pas toujours opposée à l'état et peut même constituer un appui pour ce dernier.

L'évolution historique du concept société civile montre bien les variations de sens selon la période et le milieu social. Mais on peut affirmer que la conception contemporaine de la société civile la situe << entre le prince et le marchand, entre l'état et le marché >>.

En d'autres termes la société civile peut se définir selon B.BARBER comme << le domaine indépendant où la société civile s'exerce librement, à l'abri de la souveraineté tant de l'état que du marché >> constituée d'associations de toutes sortes << caritatives, religieuses, syndicales, sportives, etc. . La société civile constitue dans un cadre d'expression qui se veut une alternative à l'action politique car elle ne vise pas la conquête politique mais se pose comme pourvoyeuse d'idées nouvelles.

Au Sénégal, l'association est régie par la loi n° 66.70 du 13 juillet 1966 portant code des obligations civiles et commerciales, modifiée par la Loi n° 68.08 du 26 mars 1968.

le code des obligations civiles et commerciales définit ainsi l'association : << c'est le contrat par lequel deux ou plusieurs personnes mettent en commun leurs activités et au besoin certains biens dans un but déterminé autre que le partage des bénéfices >> .

L'article 821 dudit code prévoit un décret d'application pour préciser certaines dispositions et obligations applicables aux associations d'éducation populaire et sportive ainsi qu'aux associations à caractère culturel, c'est le décret n° 76.40 du 16 janvier 1976 qui fixe les obligations particulières auxquelles sont soumise ces associations.

Ainsi l'article 2 du décret n° 76.040 définit les associations à but d'éducation populaire comme << les groupements consacrant l'essentiel de leurs activités à l'épanouissement de la personne humaine sous ses différents aspects en vue d'une insertion consciente et efficace dans la société ... >>.

Si il est important de relever l'existence de deux autres textes réglementaires, le décret n° 76.199 du 17 février 1976 fixant les conditions d'octroi et de retrait de la reconnaissance d'utilité publique aux associations et le décret n° 89.775 du 30 juin 1989 fixant les modalités d'intervention des organisations non gouvernementales (O.N.G) il faut cependant dire que le C.O.C.C et le décret n°76.040 constituent en vérité les textes de base qui organisent la vie associative dans notre pays.

Cela est tellement vrai que l'article premier du décret n° : 76.199 stipule que : « ne peuvent obtenir la reconnaissance d'utilité publique que les associations régulièrement déclarées ou autorisées depuis au moins deux ans ». Il en est de même du décret n° 89.775 dont l'article premier stipule que «les organisations non gouvernementales au sens du présent décret ci-après désignées ONG, sont des associations privées régulièrement déclarées, à but non lucratif, ayant pour objet d'apporter leurs contributions au développement du Sénégal et agréées en cette qualité par le gouvernement . Il en existe deux types :

- Les ONG étrangères ayant une antenne permanente ou semi-permanente sur le territoire national ;
- Les ONG nationales ».

Autrement dit la reconnaissance d'utilité publique et le statut d'ONG reposent sur l'enregistrement en tant qu'association.

B : Définitions de la pauvreté.

Il est admis que définir la pauvreté est un exercice difficile du fait de la variabilité du thème et parce que c'est une notion qui recouvre différentes dimensions.

C'est pourquoi, pour la cerner plusieurs définitions sont proposées.

Ainsi, certains considèrent qu'être pauvre c'est être incapable d'atteindre des normes établies pour parvenir à un bien être sur le plan économique et social mais aussi sur d'autres plans .

La Banque Mondiale la définit comme **une situation de dénuement en termes d'opportunités économiques ,d'éducation , de santé et de nutrition** caractérise en outre par l'absence d'intégration dans la société et l'insécurité .

Marie Thérèse Feurstein pense que «être dans la pauvreté signifie avoir besoin des éléments indispensables pour rester en vie et en bonne santé ».

Elle trouve par ailleurs qu'il existe plusieurs types de pauvreté :

- La **pauvreté héréditaire transmise par les parents** aux enfants ;
- La **pauvreté temporaire** provoquée par les hasards et les circonstances de la vie (Tremblement de terre, typhons, sécheresse, guerre, exode des réfugiés) .
- La **pauvreté absolue** dans laquelle les gens sont dépourvus des produits de base les plus élémentaires (**nourriture, eau, abri, la terre, le travail et la sécurité des personnes**) .

Ceux qui souffrent de cette dernière forme de pauvreté sont les « *plus pauvres parmi les pauvres.* »

Le rapport sur le développement dans le monde de la banque mondiale (1996) distingue et définit trois (3) formes de pauvretés :

- La **pauvreté absolue se définit en comparant le revenu ou les dépenses des personnes ou des ménages aux prix d'achats d'une quantité donnée de biens et de services ;**
- La **pauvreté relative** en comparant ce revenu avec celui des autres ;

- La pauvreté subjective, en comparant le revenu effectif de l'intéressé avec ses attentes et sa manière de voir les choses.

Ledit rapport conclut en affirmant que «il n'est pas possible de dire, scientifiquement et indiscutablement, qui est pauvre et qui ne l'est pas ».

Le programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) a conçu deux (2) notions intimement liées : **La notion de développement humain**, définit comme un processus qui élargit le choix des populations, notamment en termes de liberté, de dignité, d'estime de soi et de statut social, et la **notion de pauvreté humaine**, qui renvoie à la privation de capacités fondamentales telles qu'une vie longue et saine, l'accès au savoir et aux ressources économiques et la participation à la vie sociale.

Cependant un consensus mondial semble être trouvé quant à la définition de la pauvreté à partir du point de vue du revenu : **une personne est pauvre si et seulement si son niveau de revenu est inférieur à un seuil de pauvreté défini**, ce seuil est souvent défini comme le niveau de revenu en deçà duquel il n'est pas possible de se procurer une quantité de nourriture donnée .

Cette formule est d'autant plus commode qu'elle permet de suivre les progrès réalisés dans la réduction de la pauvreté.

Au Sénégal « le seuil de pauvreté, en termes de dépenses alimentaires, est évalué en 1992 à 3.324 F cfa par habitant et par mois alors que la dépense moyenne des personnes pauvres se situe 2.277 F cfa, soit 32 % en dessous du minimum jugé vital pour la satisfaction des besoins en calories » ²

C - DEFINITION DU CONSUMERISME

Le terme «**consu**mérisme » est relativement nouveau, probablement formé par les milieux d'affaires pour décrire péjorativement les activités des défenseurs des consommateurs qui, à l'intérieur ou en dehors des milieux officiels, tentent d'agir pour rétablir les déséquilibres du marché ou pour réduire les résistances des hommes d'affaires qui refusent de prendre en compte les réclamations des consommateurs et de satisfaire leurs besoins.

² in programme de lutte contre la pauvreté. Stratégies et élément de programme d'actions. Ministère de l'économie, des finances et du plan. Direction de la planification. Décembre 1997

C'est relativement récemment que le mot a bénéficié d'une certaine respectabilité.

Certains milieux de consommateurs évitent cependant à l'employer à cause du sens de « style de vie gaspilleur » qu'on lui associe et préfèrent utiliser l'expression « le mouvement consommateur ».

Le consumérisme est donc assimilable au concept de protection des consommateurs.

1. Définition du consommateur

La Loi modèle pour la protection des consommateurs en Afrique élaborée sous l'égide du bureau régional pour l'Afrique de CI/ OIC définit le consommateur comme :

« Toute personne qui achète ou offre d'acheter des technologies ou services pour des raisons autres que la revente ; mais reçoit ou utilise des technologies, des biens ou services pour lesquels il y a déjà eu paiement ou une promesse de paiement, un paiement partiel ou une promesse de paiement ou sous tout autre système de paiement différent .

*Loue ou se procure des technologies, biens ou services pour lesquels, il y a déjà eu paiement ou une promesse de paiement, un paiement partiel ou sous tout autre système de paiement différé, et inclut tout bénéficiaire autre que la personne qui les loue ou se les procure lorsque le bénéficiaire est approuvé par le locataire ».*³

2. Définition du droit de consommateur

Le droit du consommateur vise la protection du citoyen demandeur, acquéreur ou utilisateur de services.

3. L'association des consommateurs

Elle se définit comme :

« toute organisation constituée de consommateurs qu'ils agissent individuellement ou en groupe et dont le but est de garantir ou faciliter la protection et la défense des consommateurs et promouvoir l'information,

³ loi modèle/OIC -Ed. ROAF, juin 1997

CHAPITRE II : SITUATION ECONOMIQUE ET SOCIALE ET ETAT DE LA PAUVRETE AU SENEGAL

A - SITUATION ECONOMIQUE

En 1999, le Sénégal avait une population de 9,4 millions d'habitants avec un taux d'accroissement de 2,7 % l'an.

Le revenu moyen par tête d'habitant était de 510,07 \$ us contre une moyenne de 490 \$ us pour l'Afrique subsaharienne.

Il faut toutefois remarquer qu'en 1960, le PIB par habitant du pays était supérieur à celui de la plupart des pays d'Afrique et même d'Asie de l'Est (par exemple de la Corée du sud).

Jusqu'au début des années 90 l'économie sénégalaise était caractérisée par de faibles niveaux d'épargne et d'investissement, des revenus décroissants et une faible intégration régionale et globale. Cela a conduit à l'admission du Sénégal parmi les pays les moyens avancés (PMA) en Avril 2001.

La structure de la production est marquée par la prédominance du secteur des services qui représentent près de 57% du PIB en 1994, alors que le secteur primaire qui occupe 60% de la population contribue à la formation des richesses nationales pour seulement 18%. La part du secteur secondaire est du même ordre (17%).⁵

B- SITUATION SOCIALE

⁴ Ibidem

⁵ Evaluation de la situation du Sénégal – Système des Nations Unies. sep. 2001

La demande sociale au Sénégal est forte et connaît une croissance régulière du fait de la pression démographique, de la jeunesse de la population et de l'évolution du statut des femmes .

La faiblesse de la croissance économique conjuguée aux effets des politiques d'assainissement et de rééquilibrage des comptes macroéconomiques, a conduit à des déficits sociaux de plus en plus lourds.

Les différents indicateurs sociaux disponibles placent le Sénégal à un niveau inférieur à celui de la plupart des pays d'Afrique subsaharienne.

En effet les taux bruts de scolarisation et de l'espérance de vie sont plus faibles et le taux d'analphabétisme est plus élevé. L'indice synthétique de fécondité est encore élevé et le taux d'emploi des contraceptifs est très faible.

L'espérance de vie à la naissance (51 ans) est inférieure à celle des pays de la tranche inférieure des pays à revenus intermédiaires.

En dépit des efforts consentis, ces déficits restent préoccupants au niveau de la santé et de l'action sociale, de l'éducation et de la formation, de l'emploi, de l'assainissement et du cadre de vie .

C- ENVIRONNEMENT ET CADRE DE VIE₂

L'augmentation de la population urbaine et sa paupérisation croissante ont eu des effets négatifs sur l'environnement et l'aménagement adéquat du cadre de vie.

La croissance urbaine n'a pas été accompagnée de programmes conséquents d'aménagement et d'équipement des villes. Le niveau d'accès aux services sociaux de base (eau potable, égout, électricité...) est resté faible.

Les problèmes liés à la gestion des ordures ménagères, à la pollution par les eaux usées domestiques et industrielles constituent une menace permanente pour la santé publique.⁶

D- CARACTERISTIQUES DE LA PAUVRETE AU SENEGAL

⁶ Evaluation de la situation du Sénégal - système des Nations Unies, sep. 2001.

Le document de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP), se fondant sur les résultats de la première enquête sénégalaise auprès des ménages (ESAM.I) qui est une enquête budget-Consommation conduite en 1994, révèle que le pourcentage de pauvres est très élevé au Sénégal.

En effet cette enquête situe la proportion des ménages en dessous du seuil de pauvreté (fixé à 2400calories par équivalent adulte et par jour) à 57,9%.

S'il est vrai que l'ESAM II conduite en 2001, à partir du questionnaire unifié des indicateurs de développement (QUID) fait apparaître un léger fléchissement de l'indice de pauvreté qui se situe à 53,9%, l'enquête auprès des ménages sur la perception de la pauvreté au Sénégal (EPPS) effectuée la même année révèle que 65% des ménages interrogés se considèrent comme pauvres et 23% se considèrent même comme très pauvres .⁷

La pauvreté est plus criante dans le monde rural et plus singulièrement dans les zones rurales du Centre, du Sud et du Nord -Est ; l'incidence de la pauvreté varie en zone rurale entre 72% et 88% alors qu'en zone urbaine, elle varie entre 44% et 59% .⁸

Le niveau d'instruction est très faible parmi les chefs de ménages pauvres plus de 89% des chefs de ménages du premier quintile (20% de la population qui ont le niveau de consommation le plus bas) n'ont aucun niveau d'instruction et seuls environ 8% ont le niveau d'instruction primaire .⁹

La taille du ménage est un déterminant de la prévalence de la pauvreté la taille moyenne des ménages de 20% les plus pauvres est de plus de 10 personnes alors que pour les 20% les plus riches, est de 8 personnes.¹⁰

La prévalence de la pauvreté varie selon le sexe du chef de ménage. L'EPPS 2001 fait apparaître que la prévalence de la pauvreté serait de 67,4% chez les ménages dont le chef est un homme est de 58,8% chez les ménages dirigés par une femme.

E. MANIFESTATIONS DE LA PAUVRETE.

Parmi les individus frappés par la pauvreté, les plus vulnérables sont ceux qui sont coupés des circuits leur permettant d'accéder aux ressources productives : cet état de fait conduit inéluctablement à l'extrême pauvreté et si rien n'est fait

⁷ DSRP, avril 2001

⁸ Ibidem

⁹ Ibidem

¹⁰ Ibidem

au plan public et communautaire, il s'ensuit la rupture des liens sociaux voire le basculement dans certaines pratiques répréhensibles que sont :

- La violence et la délinquance
- La mendicité
- La prostitution
- Le travail des enfants
- La dégradation de l'environnement

TROISIEME PARTIE :

Champ d'intervention de la société civile dans le cadre de la
lutte contre la pauvreté

Chapitre I : Secteurs investis par la société civile pour lutter contre la pauvreté

La faim, la maladie, l'ignorance constituent les principaux facteurs qui perpétuent le cycle de la pauvreté.

Pour briser ce cycle il faut nécessairement agir sur les secteurs de la nutrition, des soins de santé primaires, de l'approvisionnement en eau potable et l'assainissement, de la planification familiale, de l'éducation de base.

faire face à la pauvreté à travers ses divers aspects, le Sénégal s'est engagé auprès des institutions de **Bretton Woods** à élaborer un «**document de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP)** ». L'élaboration du **DSRP** est un préalable pour bénéficier d'un allègement de la dette dans le cadre de l'initiative renforcée en faveur des pays pauvres très endettés (PPTE).

L'objectif visé par le **DSRP** est d'élaborer une stratégie de réduction de la pauvreté fondée sur une croissance redistributrice et la satisfaction des besoins de base des populations pauvres

C'est à dire que **DSRP** ne saurait être l'affaire des seuls décideurs politiques. Seul un large consensus obtenu lors de son élaboration et dans le cadre de sa mise en oeuvre et qui mobiliserait tous les acteurs nationaux et les partenaires au développement, pourrait garantir sa légitimité et son efficacité.

Chapitre II : Rôle de la société civile dans l'élaboration du DSRP

L'élaboration du **DSRP** s'est faite en 2001, de juillet à décembre dans le cadre d'un processus participatif impliquant aussi bien au niveau local que national l'ensemble des acteurs du secteur public, du secteur privé, de la société civile et des partenaires au développement.

La préparation du **DSRP** s'est faite en trois phases :

- Une phase préparatoire qui a permis d'identifier les acteurs de la société civile, de les informer sur le DSRP et de les sensibiliser sur la nécessité de leur participation à l'élaboration du document.
- Une phase de conception de la démarche d'élaboration du DSRP, qui a permis d'identifier les activités à mener pour produire le DSRP. La présence de la société civile lors du séminaire national de lancement du processus participatif d'élaboration du document a été très remarquée avec plus de 200 participants.
- Une phase d'élaboration du DSRP, qui a consisté à la production d'un document de base selon différentes modalités.

. Au niveau national : cinq (05) groupes thématiques avec en moyenne 50 participants par groupe ont, sur la base de contributions écrites des ministères techniques de la société civile et de personnes ressources enrichies par des ateliers d'échanges, déterminé les axes de la stratégie et les priorités

. Au niveau régional : des consultations régionales ont lieu sous la présidence des gouverneurs de région et ont rassemblé les élus locaux, les représentants de l'administration déconcentrée et les organisations de la société civile.

. Au niveau local : les populations à la base c'est à dire des quartiers et des villages ont été impliquées à travers les enquêtes de perception de la pauvreté (EPPS), occasion d'exprimer individuellement et collectivement à travers interviews, réunions, assemblées, focus group, sa perception de la pauvreté.

. La tenue d'un séminaire national de validation auquel ont pris part deux cent cinquante personnes a permis au comité technique de valider le document de synthèse provisoire.

Ainsi, il apparaît clairement que la société civile a joué un rôle de premier plan dans la préparation du DSRP.

Ce pas franchi, et sous la couverture institutionnelle du CONGAD, a été créé le 06 Août 2001, le collectif des organisations de la société civile pour le DSRP.

Ce collectif, lors du Forum national de la société civile sur la mise en œuvre du DSRP tenu à Dakar au mois de juin 2002 se fixait pour objectif :

- D'informer et de sensibiliser les organisations de la société civile sur le processus d'élaboration et de mise en œuvre du DSRP ;
- De renforcer et de promouvoir le partenariat entre acteurs du développement, dans une approche participative ;

- De jouer son rôle d'animateur, en approfondissant la réflexion sur tous les aspects du DSRP : ce qui fondamentalement ne remet pas en cause, la validation du DSRP intervenue les 12 et 13 décembre 2001. Dans cet ordre d'idées, la société civile devra organiser des rencontres, des fora, des groupes thématiques, des séminaires sur toutes les questions qui méritent le débat, pour éclaircir ou approfondir des points du **DSRP** ;
- De jouer pleinement son rôle de force de proposition alternative sur toutes les questions de fond abordées dans dans le **DSRP** ;
- De jouer son rôle dans le cadre du suivi et de l'évaluation des activités du DSRP, afin d'assurer un bon contrôle de l'exécution des tâches.

Et entre autres recommandations du forum, il a été retenu que :

« Dans le cadre de la mise à niveau, l'atelier recommande la poursuite de l'institutionnalisation du collectif, en le dotant d'une personnalité juridique avec des statuts et un règlement intérieur. Pour ce faire, l'atelier recommande la tenue d'une journée d'étude, pour finaliser le processus d'institutionnalisation dans les meilleurs délais et de mettre en place des antennes régionales du collectif à l'image de la structure nationale en assurant par la même occasion la représentation de toutes les composantes de la société civile ».

Chapitre III : L'avènement du COLUPAS

La mise en œuvre de la recommandation issue du forum national de la société civile sur la mise en œuvre du DSRP a débouché en mars 2003 sur la convocation de l'assemblée générale constitutive du collectif qui a permis la mise en place des instances de direction ■ à savoir le conseil d'administration et le bureau.

L'organisation a pris ainsi la dénomination de « collectif national de la société civile pour la lutte contre la pauvreté au Sénégal (COLUPAS) ».

Le titre I des statuts du collectif parle de la dénomination, du siège, du but et des moyens d'actions.

L'article 2 énonce les buts en précisant :

« L'association a pour but :

- a- De contribuer à la promotion économique, sociale et culturelle des populations en vue d'un développement du pays ;

- b- De propager dans la population de la république du Sénégal, l'impérieuse nécessité de la réalisation effective des droits économiques socioculturels et de promouvoir la solidarité et la paix ;
- c- D'aider les organisations membres et toutes autres associations dans la mise en œuvre de leur programme de lutte contre la pauvreté ;
- d- D'appuyer les collectivités locales dans leur programme de développement.

Le titre II précise la composition ~~Person~~ article 4 cite les membres :
« l'association se compose des organisations de la société civile : ONG, associations professionnelles, organisations communautaires de base ; Elle peut aussi attribuer le titre de membre d'honneur à des personnes morales, celles-ci pouvant être des instituts de développement ou des associations régulièrement constituées conformément aux lois en vigueur ainsi qu'à des personnes physiques dont l'attachement au droit de la personne est avéré ».

QUATRIEME PARTIE

Le consumérisme dans certains grands courants
Philosophiques et / ou religieux

Chapitre I : ISLAM ET CONSUMERISME

En Islam, la référence et la jurisprudence en tout temps et pour toutes choses restent le Coran et la « sunna » du prophète Mahomet (PSL).

En effet pour le musulman, le Coran est la parole incréée de Dieu révélée à son messager Mahomet (psl) et destinée à tous les humains.

Le Coran se reconnaît par ses caractères d'universalité et de perfection Dieu a dit : « *Nous n'avons rien omis d'écrire dans le livre ...* » (Sourate 6 : AL ANAM [les bestiaux], verset 38) ; « *...et nous avons fait descendre sur toi le livre, comme un exposé explicite de toute chose, comme un guide, une grâce et une bonne annonce aux musulmans* ». (Sourate 16 : An Nahl les abeilles, verset 89).

Ainsi l'islam a légiféré en matière de pratiques commerciales dans le sens d'organiser des transactions commerciales, de déterminer ce qui est licite et ce qui est interdit, de préciser les conditions générales des contrats, d'organiser le crédit et l'assurance etc. .

A - LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS LE CORAN

a. En matière de transactions commerciales.

- Dieu a dit: « *Dieu a rendu licite le commerce et illicite l'intérêt* » Sourate 2 : Al Bakhara « la vache » verset 275.

b. En matière de métrologie

Dans la sourate 83 : Al Mutaffifûne (les fraudeurs) verset de 1 à 3 Dieu dit :

- 1- *Malheur au fraudeur*
- 2- *Qui lorsqu'ils font mesurer pour eux même exige la pleine mesure !*
- 3- *Et qui lorsque eux-mêmes mesurent ou pèsent pour les autres [leur] cause [per]te.*

Dans la Sourate 7 : AL - Araf verset 8 T : Dieu dit :

« ... Donnez donc la pleine mesure et le poids de ne donnez pas aux gens moins que ce qui leur est dû... »

c. En matière de solidarité et d'entraide.

La Zakat ou aumône légale a été instituée, est rendue obligatoire chez les riches musulmans au bénéfice des pauvres.

Dans la Sourate 2 : AL-BAQARAH (la vache) verset 110 : Dieu dit :

« Et accomplissez la Sallat (l'office) et acquittez la Zakat. Et tout ce que vous avancez de bien pour vous-mêmes, vous le retrouverez auprès d'Allah, car Allah voit parfaitement ce que vous faites ».

Dans la Sourate 9 : AT-Tawbah (le désaveu ou le repentir), verset 60 Dieu dit : *« Les produits de la Zakat ne sont destinés que pour les pauvres les indigents, ceux qui y travaillent, ceux dont les cœurs sont à gagner (à l'Islam) l'affranchissement des Jougs, ceux qui sont lourdement endettés, dans le sentier d'Allah et pour le voyageur (en détresse). C'est un décret d'Allah ! Et Allah est omniscient et sage ».*

Dans la sourate 51 AD-DARIYAT (qui éparpille), verset 19, Dieu dit : *« Et dans leur bien, il y'avait un droit aux mendiants et aux déshérités »*

B. LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS LA SUNNA

La Sunna c'est la tradition du prophète Mahomet (PSL) rassemblée dans ses « hadith », ses propos authentifiés par certains maîtres

a- En matière de transactions commerciales

Le prophète (PSL) dit :

« Il est interdit au citoyen de s'entremettre pour vendre les marchandises du bédouin » rapporté par Bukhari et Muslim.

Cela équivaut à l'interdiction du courtage.

Au sujet du consentement dans les opérations commerciales le prophète (PSL) dit :

« L'acte de vente doit être réalisé de plein gré des deux parties. » rapporté par Ibnou Maja. Se prononçant sur les conditions de ventes, le prophète (PSL) dit : *« Il est interdit de conclure un marché qui comporte vente et prêt, ou une double condition »* rapporté par Abou Daoud et Tirmidhy.

Certaines formes de vente sont déclarées illicites par le prophète (PSL). Ainsi en est-il des ventes comportant préjudice et constituant un procédé de gain

malhonnête et une fraude qui suscite la haine et la discorde parmi les membres de la communauté.

Par exemple :

Il est interdit au musulman d'acheter une marchandise et de la revendre avant qu'elle ne lui soit livrée.

Le prophète (PSL) dit à ce sujet :

« Il est interdit de vendre ce qui n'est pas encore en sa possession. »

Rapporté par Abou Daoud et Tirmidhy :

- Il est interdit de supplanter un autre. Le prophète (PSL) dit :

« Ne renchérissez pas les uns et les autres. ». Rapporte par Boukhari.

- Il est interdit de vendre une marchandise illicite ou impure, ou destinée à la fabrication de ce qui est défendu, tels que vin, porc, reproduction d'êtres vivants, bêtes mortes, statues ou produits pour fabriquer des boissons alcoolisées.

Le prophète (PSL) dit :

« Dieu a interdit la vente du vin, des bêtes mortes, des porcs et des statues »

Rapporte par Bukhari et Muslim.

Il dit aussi :

« Qui emmagasine le raisin afin de le vendre aux juifs et aux chrétiens pour en faire du vin se précipite sciemment en enfer. » Rapporte par Buhari et Bekayi.

- Il est interdit de vendre ce qui comporte un risque.

A ce propos le prophète (PSL) dit :

« N'achetez pas du poisson dans l'eau, c'est un risque. » Rapporté par Ahmed.

- Il est interdit au musulman de vendre une marchandise à crédit puis de la racheter au comptant, à un prix plus bas. C'est là une pratique d'usure défendue par le Coran et la Sunna.

Sur cette affaire le prophète (PSL) dit :

« Quand les gens se montrent avares de leur argent, pratiquent l'usure, suivent la queue des vaches et renoncent au djihad, Dieu les frappera d'un malheur dont seul leur retour à la religion les sauvera. ». Rapporté par Ahmed et Abou Dahoud .

- Toute vente est interdite au dernier appel de prière du vendredi.

CHAPITRE II : La PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS LA BIBLE

A. LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS LA BIBLE

La Bible condamne sans ambages, certaines pratiques commerciales préjudiciables au consommateur.

Ainsi dans le livre Deuteronomie 25-16 il dit : « *Tout gain ajouté devient injuste* » .

Dans Levitique 19-36, le livre dit « *Vendre une chose plus chère qu'on ne l'a achetée, si le gain en soi est naturel, compte tenu de toutes les difficultés, dangers, ou améliorations dont on doit être dédommagé, doit être considéré comme une faute grave, si ce faisant on profite des besoins de son prochain* ».

C'est dire que la bible interdit les pratiques usuraires sous toutes leurs formes. Saint Thomas d'Aquin ajoute à ce sujet : « *user de la fraude pour vendre une chose au-dessus de son juste prix est certainement un péché, car l'on trompe son prochain à son détriment* ».

Chapitre III : C.I/ OIC ET LA NAISSANCE D'UNE CONSCIENCE CONSUMERISTE MONDIALE

A. De la naissance à l'adoption des PDPC

Le mouvement consommateur moderne a fait son apparition aux États-Unis vers la fin du XIXe siècle. Trois étapes ont particulièrement marqué le mouvement consumériste mondial :

- La première se situe à la fin du XIXe siècle et elle coïncide avec le début de la production de masse et la distribution en gros sur de longues distances. Cette étape ouvre l'ère de la publicité et induit l'émergence d'une nouvelle conscience du consommateur ;
- La deuxième étape s'étale sur les années 1920 marquées par une vie plus complexe avec l'arrivée des biens électriques, de nouveaux produits de confort tels que les desserts emballés et les produits d'hygiène personnelle. A cette période, les consommateurs avaient davantage de revenus et davantage de choix. Par conséquent, ils avaient aussi besoin de plus d'informations... L'année 1927 est considérée comme l'apogée du mouvement consommateur. Dans une description vivante de la société moderne de consommation qui allait devenir effective quelques soixante dix ans plus tard. STUART CHASE et FREDERICK J. SCHLINK dans leur livre «your money's worth » (la valeur de votre argent), ont dépeint les consommateurs américains comme évoluant dans un autre monde «d'annonces contradictoires, de promesses mirobolantes, d'emballages sophistiqués, de messages tonitruants et une ignorance presque impénétrable ». Le livre a révélé comment le gouvernement, les Universités, l'armée et d'autres grandes organisations testaient les produits avant d'acheter le meilleur et le moins cher. Pourquoi les consommateurs ne devraient-ils pas avoir accès à de telles informations se sont interrogés CHASE et SCHLINK ;
- La troisième étape du mouvement consommateur est caractérisée par les turbulences des années 60 ressenties dans le monde entier, période au cours de laquelle une organisation internationale, l'organisation internationale des unions de consommateurs (IOCU), a été fondée par cinq organisations de consommateurs des USA, d'Australie, du Royaume Uni, des Pays Bas et de Belgique. Aux Etats Unis plusieurs événements marquants ont eu lieu coup sur coup :

Au cours d'un discours qui a indiqué pour la première fois le rôle important que joue le consommateur dans la société, le président JOHN F KENNEDY a présenté devant le congrès américain, «les droits des consommateurs ». Selon lui *«par définition, nous sommes tous des consommateurs et nous représentons le groupe économique le plus important ; nous sommes les premiers à être touchés par les décisions des institutions publiques et privées ; mais hélas leur point de vue n'est jamais entendu ».*

Au cours des années 70, suite à une forte pression de IOCU, le conseil économique et social des États Unis^{Handew} a reconnu que la protection du consommateur constitue un élément important de développement économique et social au point qu'il soit demandé au Secrétaire Général des Nations Unies de préparer une étude présentant la gamme des arrangements institutionnels et juridiques existant dans le domaine de la protection du consommateur.

Et c'est en 1985 après plusieurs révisions et des négociations avec les gouvernements des pays membres des Nations Unies que le contenu des principes directeurs pour la protection du consommateur (PDPC) a été adopté (résolution 39/ 348). Ces principes ont été revus et étendus en 1999 et IOCU a changé entre temps d'appellation pour devenir en 1994 Consumers International Organisation Internationale des consommateurs (CI/ OIC).

B. La promotion des droits du consommateur dans le monde

Les principes directeurs pour la protection du consommateur ont induit un certain nombre de droits internationalement reconnus comme droits du consommateur. Ces droits sont :

- Le droit à la satisfaction des besoins essentiels ;
- Le droit à la sécurité ;
- Le droit à l'information ;
- Le droit au choix ;
- Le droit d'être entendu ;
- Le droit à la réparation des torts ;
- Le droit à l'éducation et a la consommation ;
- Le droit à un environnement sain.

Le C.I/ OIC qui bénéficie du statut d'observateur à l'Ecosoc, à la commission OMS/ FAO du codex alimentarius, à l'OMC, à l'ISO et dans d'autres organismes internationaux s'attache à promouvoir ses droits partout dans le monde à travers sa direction générale dont le siège se trouve à Londres (R.U) et ses bureaux régionaux.

En souvenir de la déclaration du président Kennedy devant le congrès américain qui s'était déroulée le 15 mars 1962, ^{CI/ OIC} et Enda Tiers-Monde sur le thème «les consommateurs africains face aux politiques de développement », l'Afrique subsaharienne n'avait pratiquement pas d'associations de consommateurs. C'est au lendemain de cette conférence que les premières associations africaines virent le jour et on en compte aujourd'hui 120 réparties dans 45 pays.

* *

Plusieurs facteurs expliquent cette rapide croissance :

* est célébrée le 15 mars de chaque année la journée mondiale du consommateur

37

* * C. l'apparition du mouvement consommateur en Afrique.

- la chute du mur de Berlin et l'effondrement de l'union Soviétique ont ouvert un courant de démocratisation qui a permis le libre choix politique, la liberté de réunions et de critiques, a autorisé les populations de demander des comptes aux élus. Ce climat de tolérance a favorisé l'éclosion du mouvement associatif en général et des organisations de consommateurs en particulier.
- La mise en œuvre de programmes d'ajustement structurel (P.A.S) a exacerbé la vulnérabilité des consommateurs en obligeant le gouvernement à se désengager dans certains secteurs notamment ceux pourvoyeurs de services sociaux de base ;
- La libéralisation qui a entraîné la suppression des subventions gouvernementales sur les produits alimentaires, les services de santé, l'enseignement et le logement a rendu plus difficile l'accession aux services essentiels ;
- L'invasion des multinationales et des produits venus de l'extérieur suite à la mise en œuvre de la politique de libéralisation économique et commerciale a fragilisé le droit du consommateur à la sécurité ;
- L'intérêt trouvé par certains bailleurs publics et privés à promouvoir la société civile a qui on reconnaît un rôle de veille dans la gestion des affaires publiques a encouragé les consommateurs à s'organiser davantage.

CINQUIEME PARTIE :

**LES ASSOCIATIONS SENEGALASES MEMBRES DE
CI/ OIC**

A. L'ADEETeLS

L'association de défense des usagers de l'eau, de l'électricité, des télécommunications et des services (ADEETeLS) a été créée en 1990 et est enregistrée en 1991 récépissé n° 6445/ MINT-DAGAT du 25 septembre 1991 elle se fixe comme objectifs :

- De défendre les intérêts matériels et moraux des consommateurs ;
- De contribuer à l'élaboration d'un droit du consommateur et sa vulgarisation.

Ses organes sont :

- L'assemblée générale ;
- Le comité directeur ;
- Le bureau national ;
- Les sections régionales et les cellules de quartiers ;
- Un centre de traitement et de gestion des réclamations ;
- Des commissions spécialisées : téléphone, électricité, eau et assainissement, services.

En outre l'ADEETeLS qui a son siège à la parcelle n° 1435 Usine Niary Tally a Dakar Tel n° 824 14 24 compte un secrétariat permanent de trois (3) membres qui assurent les fonctions de :

- Assistant chargé de la permanence ;
- Assistant chargé des réclamations ;
- Assistant chargé du secrétariat.

L'ADEETeLS a circonscrit son champ d'action aux secteurs de l'eau et de l'assainissement, de l'électricité, du téléphone et des services.

Elle est affiliée à CI/ OIC depuis 1993 et est membre du conseil national des associations de consommateurs (CONAC)

Elle est représentée dans plusieurs structures comme :

- . Le conseil national de la consommation (CONAC) ;
- . L'agence de régulation des Télécommunications (ART) ;
- . La commission de régulation du secteur de l'électricité (CRSE) ;
- . La commission de réflexion sur le transport ;

- . Le conseil d'Administration du CETUD ,
- . Le conseil d'administration de l'hôpital de Fann ;
- . Le conseil d'administration de l'office national de l'assainissement (ONAS) ;
- . Le conseil d'administration de la société nationale des Eaux du Sénégal (SONES).

B. L'ADEC

L'association pour la défense de l'Environnement et des consommateurs (ADEC) est née en 1991 et a reçu son récépissé d'enregistrement n° 8017/ M.INT- DAGAT en novembre 1994.

L'ADEC se fixe comme objectifs :

- . De protéger les consommateurs contre la cherté des produits et services ;
- . De favoriser une connaissance et une distribution des produits sénégalais de qualité ;
- . De protéger les consommateurs contre les producteurs, les distributeurs de biens nuisibles à la consommation et à l'environnement ;
- . D'œuvrer pour une forme de consommation qui préserve l'environnement ;
- . D'œuvrer pour la vulgarisation et l'application des droits du consommateur décrits dans les PDPC.

Le siège de l'ADEC se trouve à l'Immeuble Koussane, Rue Ousmane Soce Diop à Rufisque.

Tel : n° 636 87 03 E mail : adec_cons@yahoo.fr ou adec2_cons@yahoo.fr elle est ainsi structurée :

- . Une assemblée générale ,
- . Un conseil d'Administration ;
- . Un bureau national ;
- . Un secrétaire exécutif ;
- . Une représentation régionale, départementale et de quartier.

L'affiliation de l'ADEC à CI/OIC date de 1994 et les membres du CONAC et participe aux travaux du CNC, de l'ISN, du comité national qualité du programme UEMOA – ONUDI, UE, du comité national de gestion des produits chimiques.

C. L'ASDEC

Née en 1994 l'association sénégalaise pour la défense de l'environnement et des consommateurs (ASDEC) a été enregistrée sous le n° 8090 (MINT) DAGAT du 16 février 1995.

Son siège social est au quartier grand yoff à Dakar et son contact téléphonique est le :

662 59 12

L'ASDEC se fixe comme objectifs principaux :

- . La formation d'un consommateur critique et averti ;
- . La sauvegarde des PDPC dans un contexte de libéralisation.

Les domaines d'intervention de l'ASDEC sont :

- . Le plaidoyer ;
- . L'agriculture conventionnelle et biologique ;
- . La valorisation et la transformation des produits agro-alimentaires locaux ;
- . Le micro-jardinage ;
- . La gestion de proximité de l'environnement ;
- . La sécurité des produits.

Les organes de l'ASDEC sont :

- . L'assemblée générale ;
- . Le comité directeur ;
- . Le bureau exécutif national ;
- . Les cellules régionales et départementales et de base.

Elle est membre de CI/OIC depuis 1995 et du CONAC elle participe aux travaux du CNC du PROCELOS, de l'ISN.

CHAPITRE I : Forces et faiblesses des associations sénégalaises

A Forces structurelles et organisationnelles des associations :

Les trois associations sont assez bien implantées au niveau national.

Elles comptent toutes les structures ci- après :

- Une assemblée générale ;
- Un comité directeur ou conseil d'administration ;
- Un bureau
- Des commissions spécialisées.

En matière d'expérience :

Elles ont engrangé une expérience riche et pertinente en matière de protection des consommateurs et de conduite de projets destinés à l'amélioration des conditions de vie des consommateurs. Elles ont enregistré des résultats probants dans les domaines de l'accès à l'eau potable et à l'assainissement, de

l'alimentation, de la santé, etc. Dans ces différents domaines elles ont mis en œuvre des projets et initié des actions d'IEC, de plaidoyer et de protection des consommateurs.

En matière de ressources humaines internes :

Dans certains domaines les associations sont dotées d'une expertise confirmée. Ainsi, on y recense t-on des avocats, des médecins, des professeurs, des ingénieurs, etc. Près à se mobiliser pour contribuer à trouver des solutions aux problèmes de consommation qui se posent

En matière de crédibilité publique :

Elles sont membres de CI/ OIC ce qui leur confère une crédibilité notamment en matière de respect du code d'éthique du mouvement consommateur international.

Il s'y ajoute que les leaders des associations sont respectés par les pouvoirs publics et la société civile en général.

Image et notoriété :

Elles sont représentées dans certaines instances de décision pour donner leur point de vue sur les questions qui intéressent les consommateurs. Ainsi sont-elles présentes dans des C.A d'organisations publiques et d'institutions de la société civile. Elles sont parfois sollicitées sur des sujets spécifiques, par le gouvernement, les organismes consultatifs, etc.

Dans chaque cas la rigueur, la pertinence et la qualité de leurs analyses et propositions ont contribué à améliorer leur notoriété, leur crédibilité et leur image tant au plan national qu'international.

• Capacité de coopération et de partenariat :

Les associations ont su développer des relations de coopération et de partenariat avec divers organismes comme la FAO, l'OIC, l'UE, le FED, le CCTAS etc.

B. LES FAIBLESSES DES ASSOCIATIONS

AU PLAN DES RESSOURCES HUMAINES

Les associations souffrent de l'indisponibilité dans leurs organes dirigeants de, ressources humaines de qualité dotées d'une expertise reconnue et en nombre suffisant.

Il s'y ajoute que les militants du mouvement consommateur sont généralement des bénévoles qui ne travaillent pas en plein temps pour leurs associations parce

que occupés ailleurs par leurs activités professionnelles. Cela a pour conséquence de limiter leurs ambitions et de les rendre moins efficace dans la conduite de leurs programmes et actions.

AU PLAN DES MOYENS MATERIELS

L'analyse de la situation des associations montre l'état d'indigence dans lequel elles se trouvent.

Or une association qui a pour ambition d'assurer l'éducation et la protection des consommateurs devraient disposer de suffisamment de matériel informatique, de mobiliers divers, de moyens d'IEC performants.

AU PLAN DES RESSOURCES FINANCIERES.

Les moyens financiers des associations sont faibles pour ne pas dire insignifiants.

C'est dire que les associations participent peu à la satisfaction des besoins essentiels des consommateurs, un des principaux droits reconnus aux consommateurs à travers le monde.

CHAPITRE II : QUELQUES EXEMPLES DE REALISATIONS DES ASSOCIATIONS SENEGALAISES EN MATIERE DE LUTTE CONTRE LA PAUVRETE

A. L'ADEETeLS ET SON PROJET D'ACCES A L'EAU POTABLE ET A L'ASSAINISSEMENT

Les politiques de privatisation et de libéralisation qui ont eu cours ces dernières années au Sénégal dans les secteurs de l'eau et de l'assainissement s'étaient justifiées par l'immensité des besoins de financements du secteur public~~es~~ et aussi, par ~~les~~ inefficacités, à fournir un service normal. L'idée était que l'instauration d'un marché de concurrence parfaite va produire des effets mutuellement avantageux pour les consommateurs et les autres agents de l'économie nationale. Toutefois, ces politiques n'ont pas produit les effets escomptés. La privatisation du secteur de l'eau, particulièrement les bornes fontaines a eu comme effet le

renchérissement du coup de l'eau et la suppression des branchements défavorisant ainsi les ménages pauvres dont les bornes fontaines constituent leurs sources d'alimentation en eau. A cela s'ajoutent les injustices de la structuration tarifaire dont les subventions consenties bénéficient plus aux riches et aux vendeurs d'eau qu'aux populations défavorisées et vulnérables. Par conséquent, ces derniers payent trois fois plus chers les services de l'eau que les ménages qui disposent de l'eau courante à domicile.

C'est dans ce contexte que le projet «eau et assainissement» OIC/ADEETeLS a été financé par la commission européenne en 1998 à hauteur de 118 millions FCFA. Le projet a duré 18 mois et a permis de construire 52 bornes fontaines et 600 puisards dans les quartiers pauvres de Dakar (Medina Gounass, Malika et Diamagueune), accompagnés d'au moins de treize (13) sessions d'information, d'éducation et de communication (IEC) en vue de faciliter l'accès à l'eau potable pour une grande partie de la population et pour favoriser l'organisation des consommateurs.

Outre, la satisfaction des besoins en eau potable et l'assainissement, le projet a servi de catalyseur et de point de convergence des membres effectifs / potentiels, plus réceptifs au message d'information et d'éducation du mouvement consommateur. Par sa composante Information, Education, Communication (IEC), le projet a suscité et créé un esprit de consommateur critique et averti.

Cette nouvelle approche des questions de consommation a pris en compte à la fois la satisfaction des besoins essentiels, l'accessibilité aux biens et services de base, l'information et l'éducation des consommateurs. Elle est partie du système de vie des consommateurs pauvres en les organisant sous forme d'associations de consommateurs communautaires autour d'objectifs communs.

Le projet a eu de grands impacts aussi bien sur les femmes que sur les jeunes.

- **L'impact du projet sur les femmes a été de former plus d'une centaine de femmes dans les domaines aussi variés que la gestion des caisses communautaire, l'économie domestique et la gestion des ressources familiales, la gestion des réclamations, l'économie d'eau et gestion des bornes fontaines, l'entretien des puisards.**

En construisant 52 bornes fontaines, le projet a permis à des centaines de femmes de se libérer de la corvée d'eau aux puits et d'avoir accès à l'eau potable à un coup faible. Le gain de temps qui s'en est résulté est

utilisé par les femmes pour mener des activités génératrices de revenus. L'accès à l'eau potable et à l'assainissement (par la mise en place de 600 puisards) a réduit la prévalence des maladies hydriques et la mortalité infanto-juvénile.

- L'impact du projet sur les jeunes : Selon l'approche communautaire du projet, les entreprises sélectionnées pour les travaux de génie civil doivent recruter autant que possible la main d'œuvre au niveau local. Ainsi, le projet a participé à la création de 160 emplois temporaires (maçons, manœuvres, charretiers, etc.) avec un salaire global versé d'environ 16 millions FCFA. Aussi, le projet a-t-il créé 52 emplois fixes liés aux fonctions de préposés aux bornes fontaines.
- L'autre impact tout aussi important est d'ordre économique. Selon l'approche du projet, les entrepreneurs sélectionnés pour les travaux de génie civil, doivent acheter autant que possible les produits et/ou matières premières sur le marché local (c'est à dire dans les quartiers bénéficiaires). Par conséquent le chiffre d'affaire des commerçants, a considérablement augmenté. Les deux entreprises ont estimé les dépenses en fournitures et matériaux dans les quartiers à environ 20 000 000 Fcfa
- Au niveau économique et financier l'impact du projet est considérable. D'abord, chaque adhérent de l'ADEETeLS achète une carte de membre à raison de 2 000 Fcfa la carte. Les revenus tirés de la vente des cartes d'adhésion et apports personnels pour l'obtention des puisards sont évalués à 7.484 000 Fcfa. Quant aux bornes fontaines elles doivent générer quotidiennement des revenus tirés de la vente de l'eau à raison de 15 Fcfa la bassine d'eau.

Ces recettes dégagées, permettent de régler les dépenses de fonctionnement des comités de l'ADEETeLS, les salaires des préposés aux bornes fontaines, la maintenance des ouvrages, les services de réclamations des consommateurs et, éventuellement d'autres activités intéressant les consommateurs.

- Au niveau politique et institutionnel, les consommateurs ont appris par le biais des différentes sessions d'IEC, à travailler en groupe, à se doter à la fois d'une conscience d'appartenance à une catégorie d'agent économique non négligeable et, d'une capacité revendicative en vue de défendre leurs intérêts. Le projet a également favorisé un enrichissement institutionnel, en mettant en place des comités dans chaque quartier, chargés de gérer au niveau local les préoccupations des consommateurs.

- Au niveau social et organisationnel, les différentes rencontres des populations à l'occasion des sessions d'IEC ont favorisé des échanges fructueux et des apprentissages en matière de techniques de réunions, de dynamique de groupes. Outre leurs fonctions d'entretien, de réglementation de l'usage des bornes fontaines et des puisards, les comités de quartiers ont commencé à gérer d'autres aspects de la vie communautaire des consommateurs. Aussi, les puisards ont eu à contribuer à la réduction des conflits sociaux et au renforcement des relations de « familiarité » entre les ménages.
- L'hygiène, la santé, l'éducation sont des effets non quantifiables mais très importantes que le projet a eu dans les zones d'intervention. En effet, l'absence de salubrité et d'hygiène constatée dans les quartiers s'expliquait en partie par le déversement des eaux usées domestiques dans les espaces libres des ménages et leur environnement et par l'utilisation des eaux de boisson mal propres. Les conséquences sont évidentes. Les consommateurs sont constamment soumis aux maladies microbiennes. Cela se traduit surtout au niveau des enfants par un taux de mortalité élevé.

B. L'ADEC et son projet d'implantation d'un magasin de vente de denrées de consommation courante

Face à la difficulté rencontrée par certaines populations de la zone péri-urbaine de Dakar à se procurer des denrées de consommation courante au moindre coût et à des prix stables, l'ADEC a conclu un partenariat avec le centre communautaire de technologie appliquée à la santé (CCTAS) établi dans le village de Yeumbeul.

Ce partenariat a renforcé la base affective de l'ADEC en faisant des membres du CCTAS, dont la branche féminine regroupe plus de deux cents (200) femmes, des membres à part entière de l'ADEC qui vont s'investir dans le secteur de l'alimentation de la santé et de l'environnement.

Dans le souci de permettre au mouvement des femmes de se procurer des denrées alimentaires de consommation courante, nous avons sollicité et obtenu de C.I/ OIC une subvention modique de cinq cent mille FCFA (500 000) qui nous a permis d'expérimenter l'implantation d'un magasin de référence entièrement géré par les femmes.

La subvention a permis de sécuriser le magasin déjà construit et d'acquérir des denrées prisées par les familles comme, le lait, le sucre, l'huile, le café, les cubes alimentaires, etc.

Un an après le démarrage de l'opération les quelques bénéfices réalisées ont permis d'ouvrir un autre magasin.

C'est pourquoi l'expérience a été jugée concluante et il s'agit maintenant de la démultiplier partout où c'est possible en prenant toutefois la précaution de

former les gestionnaires des boutiques et d'augmenter la mise de départ pour garantir le succès.

C. L'ASDEC et son projet de promotion de l'agriculture biologique.

Ce projet dénommé «sèves vivifiantes » a été initié par l'ASDEC et mis en œuvre par son réseau des femmes qui se propose de lutter contre la féminisation de la pauvreté.

L'objet du projet est de valoriser les produits de l'agriculture biologique. La dégradation poussée de l'environnement des zones maraîchères péri-urbaines et rurales a aggravé la pauvreté des femmes de ces localités. Ne tirant leurs moyens d'existence que de la vente de produits agricoles et de cueillette, ces femmes ont vu leurs conditions de vie se précariser par la disparition de la production. Il fallait donc envisager une alternative à la situation. Ainsi l'ASDEC a-t-elle initié le programme «sèves vivifiantes ».

En collaboration avec des organisations d'appui, elle engageait une campagne de sensibilisation en direction des petits producteurs pour les amener à rompre d'avec l'utilisation d'engrais et de pesticides chimiques de synthèse et d'adopter les pratiques culturales écologiques.

Plusieurs groupes de discussion furent organisés dans ce sens et suscitèrent un intérêt certain de la part des interlocuteurs.

Chez les producteurs ayant collaboré au programme les rendements ont parfois doublé et les ressources de l'environnement des jardins régénérées.

Pour consolider et développer cette expérience, l'ASDEC assurait son accompagnement par l'organisation de la commercialisation des produits (information des consommateurs, collecte et traitement des commandes, livraison), animation de marché hebdomadaire, sensibilisation des ménages sur les avantages du «consommer bio ».

A l'occasion de la première journée nationale du monde rural, l'ASDEC avait marqué sa participation par une exposition des produits de ses groupements de base, exposition qui a suscité un vif intérêt. Ce programme se poursuit dans le cadre d'un projet de micro-jardinage avec l'appui du bureau régional pour l'Afrique de CI/ OIC, pour sa phase de démarrage.

CONCLUSION

Les associations sénégalaises de consommateurs membres de CI/ OIC ont bénéficié d'un appui de leur organisation mère qui leur a permis de se doter d'un équipement informatique et d'intégrer un réseau spécialisé en échange d'informations (ESNET) ouvert entre elles et d'autres associations africaines.

Grâce à ce soutien, et à celui de l'union européenne les associations ont enregistré des résultats positifs dans le sens de leur coopération et de la conduite de certains projets ayant un impact certain sur l'amélioration de la qualité de vie des consommateurs.

Par ailleurs, le ministère sénégalais chargé du commerce et qui assure la tutelle technique du mouvement consommateur a un projet portant agrément des associations de consommateurs.

Si ce projet aboutit, il doit se traduire par un appui institutionnel de l'état à l'endroit des associations ce qui va certainement améliorer leur visibilité et renforcer leurs capacités.

Dans le cadre de l'accord de partenariat ACP.CE signé à Cotonou le 23 juin 2000 il est prévu, notamment en l'article 51 dudit accord que : « les parties acceptent d'intensifier leur coopération dans le domaine de la politique des consommateurs et de la protection de la santé des consommateurs, dans le respect des législations nationales en vue d'éviter la création d'obstacles aux échanges ;

La coopération visera notamment à renforcer la capacité institutionnelle et technique en la matière, créer des systèmes d'alerte rapide et d'information mutuelle sur les produits dangereux, assurer les échanges d'informations et d'expérience au sujet de la mise en place et du fonctionnement du système de surveillance des produits mis sur la marché et de la sécurité des produits, mieux informer les consommateurs au sujet des prix et des caractéristiques des produits

et services offerts, encourager le développement d'associations indépendantes de consommateurs et les contacts entre représentants des groupements des consommateurs, améliorer la compatibilité des politiques des consommateurs et des systèmes, faire notifier les cas d'application de la législation, promouvoir la coopération aux enquêtes sur les pratiques commerciales dangereuses ou déloyales et appliquer, dans les échanges entre les parties, les interdictions d'exploitation de biens et de services dont la commercialisation et a été interdite dans leur pays de production».

Si l'on sait que les parties liées à l'accord «reconnaissent le rôle complémentaire et la contribution potentielle des acteurs non étatiques aux processus de développement » et prévoient que ces acteurs non étatiques, donc la société civile, recevront des ressources financières en vue d'appuyer les processus de développement local, et un appui pour le renforcement de leurs capacités, il est permis de croire que le mouvement consommateur trouvera là des opportunités pour se renforcer et se développer.

C'est pourquoi les trois associations sénégalaises membres de CI/ OIC ont conçu, avec l'appui du bureau pour l'Afrique de l'ouest et du centre de CI, un projet dénommé «projet de renforcement de la protection des consommateurs (PRPC) »

Ce projet a été soumis au gouvernement sénégalais et à l'union européenne par le biais de la délégation de la commission européenne a Dakar. Le projet a identifié quatre (4) domaines d'action stratégiques (DAS).

- Information, éducation, communication ;
- Formation ;
- Protection ;
- Contre-pouvoir politique.

Chaque DAS renferme un ensemble d'activités articulées autour des points ci-après :

- L'appui aux bénéficiaires ;
- Le renforcement des capacités des membres des associations ;
- L'appui institutionnel.

Si ce projet venait à être accepté et financé, les associations bénéficiaires s'en sortiraient renforcées et prêtes à jouer leur rôle dans le programme de réduction de la pauvreté.

BIBLIOGRAPHIE

I. Ouvrages généraux

- La vie associative, ça marche ! Renouveau de la société civile aux Etats Unis. Sous la direction de E. J. Dionne (nouveaux horizons. Ed. juillet 1999)
- La lutte contre la pauvreté à Dakar : vers la définition d'une politique municipale. (Programme de gestion urbaine- bureau régional pour l'Afrique 1995).
- Rapport technique Etude sur le recensement et l'assistance des associations de consommateurs au Sénégal préparé pour l'UEMOA par l'ONUDI basé sur le travail de Mme Mame Sine Mbodj Ndiaye, Ingénieur technologue alimentaire, expert en normalisation, consultante.
- Le rôle de la société civile dans la protection du consommateur : cas de l'organisation des consommateurs du Niger (ORCONI).
Mémoire de fin d'études supérieures en Management, option : organisation, gestion des ressources humaines. (ENAM 1996/ 1998) présenté par M. ATTE Boeyi Lokoko
- Document de stratégie de réduction de la pauvreté DSRP République du Sénégal avril 2002
- Le Saint Coran et la traduction en langue française du sens de ses versets – Révisé et édité par la présidence générale et directions de recherches scientifiques et islamiques, de l'Ifra, de la prédication et de l'orientation religieuse.
- Les Saintes écritures. Traduction du monde nouveau – Edition 1987.
- La voie du musulman (Minhaj El Moslim) Tome 1.
Aboubaker Djaber El Djazairi – Aslim – Editions – Paris 1986

II. Revues et périodiques

- Revue sénégalaise de sociologie- université Gaston Berger. Société civile n° 2/ 3 janvier 1998/ 1999. Editions Xamal.
- La pauvreté en Afrique subsaharienne-dossier documentaire. Enda T M (Enda – Documentation centrale Dakar, décembre 1998.
- Ensemble contre la pauvreté journée mondiale du consommateur 1998 (CI/ OIC)
- Rapport mondial sur le développement humain 1997 – PNUD.
- Rapport mondial sur le développement humain 1998 – PNUD.
- Rapport national sur le développement humain 1998 – SENEGAL – PNUD.
- Rapport national sur le développement humain 2000 – SENEGAL – PNUD.
- Rapport national sur le développement humain au Sénégal 2001.
Gouvernance et développement – PNUD.
- Document de synthèse du forum national de la société civile sur la mise en œuvre du DSRP
- Etude prefaisabilité : Projet de renforcement de la protection des consommateurs. Août 2002. CONAC/OIC.

III. Textes juridiques.

- COCC : Deuxième partie : Les contrats spéciaux.
Livre sixième : Les contrats généraux des personnes morales.

CHAP.2 - L'association.

- Décret n° 76 040 du 16 janvier 1976 fixant les obligations particulières auxquelles sont soumises les associations à but d'éducation populaire et sportive ainsi que les associations à caractère culturel.
J.O n° 4472 du 7 février 1976.
- Décret n° 76.199 du 17 février 1976 fixants les conditions d'octroi et de retrait de la reconnaissance d'utilité publique aux associations.
- Décret n° 89.775 du 30 juin 1989 fixant les modalités d'intervention des organisations non gouvernementales (ong).
J.O n° 5307 du 9 septembre 1989.

IV. Résolution des Nations Unies.

- Principes Directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur
UNCTAD / DITC / CLP / MIDC. 21. Nations Unies New York et Geneve,2001

ANNEXE I

10/21

10/21

CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR LE COMMERCE
ET LE DÉVELOPPEMENT

PRINCIPES DIRECTEURS DES NATIONS UNIES
POUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR
(tel qu'étendus en 1999)



NATIONS UNIES

New York et Genève, 2001

I. Objectifs

1. Compte tenu des intérêts et des besoins des consommateurs de tous les pays, en particulier des pays en développement, et de la position souvent précaire des consommateurs sur le plan économique et du point de vue de l'éducation et du pouvoir de négociation, et considérant que les consommateurs doivent jouir du droit d'obtenir des produits qui ne sont pas dangereux et qu'il importe de promouvoir un développement économique et social juste, équitable et soutenu et la protection de l'environnement, les présents principes directeurs pour la protection du consommateur visent :

a) À aider les pays à établir ou à maintenir chez eux une protection adéquate du consommateur;

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

c) À encourager l'adoption de normes de conduite strictes chez ceux qui s'occupent de la production de biens et de services et de leur distribution aux consommateurs;

d) À aider les pays à mettre un frein aux pratiques commerciales abusives de toutes les entreprises, aux niveaux national et international, lorsque ces pratiques sont préjudiciables aux consommateurs;

e) À faciliter la formation de groupes de consommateurs indépendants;

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

g) À favoriser la constitution de marchés donnant aux consommateurs un plus grand choix à moindre prix;

h) À promouvoir des modes de consommation durable.

II. Principes généraux

2. Les gouvernements devraient élaborer ou maintenir des politiques strictes de protection du consommateur en s'inspirant des principes énoncés ci-après et des accords internationaux pertinents. Ce faisant, chaque gouvernement doit fixer ses propres priorités assorties de délais dans le domaine de la protection du consommateur, en fonction de la situation économique, sociale et écologique du pays et des besoins de la population et en ayant présents à l'esprit les coûts et avantages des mesures envisagées.

Les principes directeurs visent à répondre aux besoins légitimes ci-après :

a) Protection des consommateurs contre les risques pour leur santé et leur sécurité;

b) Promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs;

c) Accès des consommateurs à l'information voulue pour faire un choix éclairé, selon leurs désirs et leurs besoins;

d) Éducation des consommateurs, notamment concernant l'impact socioéconomique et sur l'environnement des choix qu'ils effectuent;

e) Possibilité pour le consommateur d'obtenir une réparation effective;

f) Droit de constituer des groupes ou des organisations de consommateurs et autres groupes pertinents et possibilité, pour ces organisations, de faire valoir leurs vues dans le cadre des décisions les concernant;

g) Promotion des modes de consommation durables

4. Les modes de production et de consommation non durables, en particulier dans les pays industrialisés, sont la principale cause de la dété-

rioration continue de l'environnement mondial. Tous les pays devraient s'efforcer de promouvoir des modes de consommation durables; les pays développés ouvrir la voie en parvenant à des modes de consommation durables; et les pays en développement se fixer.

5. Les politiques promouvant des modes de consommation durables devraient tenir compte des objectifs que sont l'élimination de la pauvreté, la satisfaction des besoins de base de l'ensemble des membres de la société et la réduction des inégalités au sein des pays et entre ces derniers.

6. Les gouvernements devraient fournir ou maintenir l'infrastructure nécessaire pour élaborer et appliquer des politiques de protection du consommateur et en suivre la mise en œuvre. Il importe de veiller particulièrement à ce que les mesures de protection du consommateur soient appliquées à l'avantage de tous les secteurs de la population, notamment à la population rurale et aux pauvres.

7. Toutes les entreprises devraient respecter les lois et règlements des pays où elles opèrent. Elles devraient aussi se conformer aux dispositions pertinentes des normes internationales de protection du consommateur que les autorités compétentes du pays intéressé ont acceptées. (Toute mention ultérieure des normes internationales doit s'entendre à la lumière du présent paragraphe.)

8. Il faudrait tenir compte du rôle positif que les universités et les organismes de recherche publics et privés peuvent jouer dans l'élaboration de politiques de protection du consommateur.

III. Principes directeurs

9. Les principes directeurs suivants devraient s'appliquer à la fois aux biens et services d'origine nationale et aux importations.

10. En appliquant tous règlements ou procédures assurant la protection du consommateur, il faudrait veiller à ne pas en des objectifs similaires pour leur processus de développement, compte dûment tenu du principe des responsabilités communes mais différenciées. La situation et les besoins spécifiques des pays en développement à cet égard doivent être pleinement pris en compte.

A. Sécurité physique

11. Les gouvernements devraient adopter des mesures appropriées, notamment un cadre juridique, des règles de sécurité, des normes nationales ou internationales et des normes facultatives, ou encourager leur adoption, et encourager la tenue à jour d'états sur la sûreté des produits, de manière à avoir la certitude qu'ils sont sans danger tant pour l'usage prévu que pour une utilisation normalement prévisible.

12. On devrait s'assurer par des politiques appropriées que les biens produits par les fabricants sont sûrs tant pour l'usage prévu que pour une utilisation normalement prévisible. Ceux dont la tâche est de mettre des produits sur le marché, en particulier les fournisseurs, exportateurs, importateurs, détaillants et autres (ci-après dénommés « les distributeurs ») devraient veiller à ce que, pendant qu'ils en ont la garde, ces produits ne perdent pas leur qualité de sûreté par suite d'une maintenance ou d'un entreposage inadéquats. Il faudrait indiquer aux consommateurs le mode d'emploi des produits et les informer des risques courus, dans l'usage prévu comme dans une utilisation normalement prévisible. Les informations essentielles en matière de sécurité devraient être transmises aux consommateurs au moyen de symboles internationaux si possible.

13. On devrait s'assurer par des politiques appropriées que si les fabricants ou les distributeurs s'aperçoivent, après avoir mis un produit sur le marché, que celui-ci comporte des risques, ils en informent sans retard les autorités compétentes et, au besoin, le public. Les gouvernements devraient également s'assurer qu'ils ont les moyens d'informer correctement les consommateurs des risques éventuels.

14. Les gouvernements devraient, selon les besoins, adopter des politiques en vertu desquelles si un produit présente en fait de graves défauts ou constitue un risque sérieux, même si on l'utilise correctement, les fabricants ou les distributeurs seraient tenus de le retirer du marché, de le remplacer ou de le modifier, ou encore de lui substituer un autre produit; s'il n'est pas possible de le faire dans un délai raisonnable, le consommateur devrait être dédommagé de manière appropriée.

15. Les gouvernements doivent chercher, dans leurs politiques, à assurer que les consommateurs tirent le maximum d'avantages de leurs ressources économiques. Ils devraient également se donner pour objectifs des normes de production et d'efficacité satisfaisantes, des méthodes de distribution adéquates, des pratiques commerciales loyales, une commercialisation associée à l'information et une protection efficace contre les pratiques qui pourraient nuire aux intérêts économiques des consommateurs et à leur liberté de choix.

16. Les gouvernements devraient redoubler d'efforts pour empêcher des pratiques préjudiciables aux intérêts économiques des consommateurs en assurant l'application des lois et normes obligatoires par les fabricants, les distributeurs et les autres fournisseurs de biens et de services. Il faudrait encourager les organisations de consommateurs à surveiller les pratiques préjudiciables, telles que l'adultération des produits alimentaires, la publicité mensongère ou exagérée et les pratiques frauduleuses dans la prestation des services.

B. Promotion et protection des intérêts économiques des consommateurs

17. Les gouvernements devraient élaborer, renforcer et maintenir, selon le cas, les mesures de contrôle des pratiques commerciales, restrictives ou autres susceptibles de nuire aux consommateurs et notamment prévoir les moyens d'en assurer l'application. À cet égard, les gouvernements

devraient s'inspirer de l'Ensemble de principes et de règles équitables convenus au niveau multilatéral pour le contrôle des pratiques commerciales restrictives, adopté par l'Assemblée générale dans sa résolution 35/63 du 5 décembre 1980, qu'ils se sont engagés à appliquer.

18. Les gouvernements devraient adopter ou maintenir des politiques précisant qu'il appartient au fabricant de veiller à ce que les biens répondent aux exigences raisonnables en matière de durabilité, d'utilité et de fiabilité et qu'ils soient adaptés à l'usage auquel ils sont destinés et stipulant qu'il appartient au vendeur de s'assurer que tel est bien le cas. Des dispositions similaires devraient s'appliquer à la prestation de services.

19. Les gouvernements devraient encourager une concurrence loyale et effective afin de fournir aux consommateurs l'éventail le plus large possible de produits et des services au prix le plus bas.

20. Les gouvernements devraient, selon les cas, veiller à ce que les fabricants ou les détaillants garantissent un service après vente sûr et la fourniture de pièces de rechange.

21. Il faudrait protéger les consommateurs des abus contractuels comme les contrats léoniers, l'exclusion de droits essentiels dans le texte des contrats ou l'imposition de conditions de crédit exorbitantes.

22. Les techniques de promotion et les pratiques en matière de vente devraient être régies par le principe qui veut que les consommateurs soient traités loyalement et elles devraient satisfaire aux dispositions légales en vigueur, notamment en fournissant une information suffisamment exacte pour que les consommateurs puissent prendre une décision indépendante en toute connaissance de cause, et en veillant à ce que l'information fournie soit exacte.

23. Les gouvernements devraient encourager toutes les parties concernées à faire circuler librement des informations exactes sur tous les aspects des produits de consommation.

24. Il conviendrait de faire en sorte que les consommateurs puissent avoir accès à des informations fiables concernant l'impact sur l'environnement des produits et services en mettant au point des descriptifs de produits, demandant aux industriels d'établir des rapports écologiques, créant des centres d'information à l'intention des consommateurs, élaborant des programmes d'attribution de labels écologiques volontaires et

clairs et mettant en place des lignes téléphoniques donnant des renseignements sur les produits.

25. Les gouvernements, en étroite collaboration avec les producteurs, distributeurs et organisations de consommateurs, devraient prendre des mesures contre toute publicité ou autre technique commerciale contenant des informations d'ordre écologique équivoques. Il conviendrait également de mettre au point des codes et normes en matière de publicité permettant de réglementer et de vérifier les publicités concernant des produits dits écologiques.

26. Les gouvernements devraient, dans le contexte national, promouvoir la formulation et l'application par le secteur privé, en coopération avec les organisations de consommateurs, de codes sur la promotion des ventes et autres pratiques commerciales, afin de veiller à ce que le consommateur bénéficie d'une protection adéquate. Le secteur privé, les organisations de consommateurs et les autres parties intéressées pourraient également conclure des accords à l'amiable. Ces codes devraient recevoir toute la publicité voulue.

27. Les gouvernements devraient revoir régulièrement la législation relative aux poids et mesures et s'assurer que le mécanisme d'application de cette législation est adéquat.

C. *Normes régissant la sûreté et la qualité des biens de consommation et des services*

28. Les gouvernements devraient, aux niveaux national et international et suivant les besoins, formuler des normes, facultatives ou non, régissant la sûreté et la qualité des biens et services ou encourager l'élaboration et l'application de telles normes, et leur donner la publicité voulue. Il faudrait revoir de temps à autre les normes et règlements nationaux relatifs à la sûreté et à la qualité des produits, afin de faire en sorte qu'ils soient conformes, si possible, aux normes internationales généralement acceptées.

29. Lorsque les conditions économiques locales conduisent à appliquer une norme inférieure à la norme internationale généralement acceptée, il ne faut épargner aucun effort pour relever cette norme le plus tôt possible.

30. Les gouvernements devraient encourager et assurer la mise en place de services chargés d'éprouver la qualité des biens et services de première nécessité destinés aux consommateurs et d'en certifier la sûreté, la qualité et l'efficacité.

D. Circuits de distribution des biens et services de première nécessité destinés aux consommateurs

31. Les gouvernements devraient, le cas échéant, envisager :

a) D'adopter ou de continuer d'appliquer des politiques visant à assurer la distribution efficace des biens et services aux consommateurs: il faudrait, le cas échéant, envisager d'adopter des politiques particulières pour assurer la distribution de biens et services indispensables, lorsque cette distribution est menacée comme cela est parfois le cas, notamment dans les zones rurales. De telles politiques pourraient prévoir une assistance à la création d'installations de stockage et d'installations commerciales adéquates dans les centres ruraux, des incitations visant à amener le consommateur à faire preuve d'initiative personnelle et l'amélioration du contrôle des dispositions en vertu desquelles les biens et services de première nécessité sont fournis dans les zones rurales;

b) D'encourager la création de coopératives de consommateurs et des activités commerciales connexes, ainsi que la diffusion de renseignements à leur sujet, en particulier dans les zones rurales.

E. Mesures permettant aux consommateurs d'obtenir réparation

32. Les gouvernements devraient instituer ou faire appliquer des mesures d'ordre juridique ou administratif pour permettre aux consommateurs ou, le cas échéant, aux organisations concernées, d'obtenir réparation par des procédures, officielles ou non, qui soient rapides, équitables, peu onéreuses et d'utilisation facile. Ces procédures devraient tenir compte en particulier des besoins des consommateurs à faible revenu.

33. Les gouvernements devraient encourager toutes les entreprises à régler les différends avec les consommateurs à l'amiable, équitablement.

et avec diligence, et à créer des mécanismes volontaires, dont des services consultatifs et des procédures de recours officieuses susceptibles d'aider les consommateurs.

34. Il faudrait fournir aux consommateurs des renseignements sur les voies de recours et autres procédures dont ils peuvent se prévaloir pour régler les différends.

F. Programmes d'éducation et d'information

35. Les gouvernements devraient mettre au point des programmes généraux d'éducation et d'information du consommateur, portant notamment sur les incidences sur l'environnement des choix et comportements des consommateurs et les conséquences éventuelles, positives et négatives, d'une modification des modes de consommation, en ayant présentes à l'esprit les traditions culturelles de la population intéressée. Ces programmes devraient avoir pour but d'informer le consommateur pour qu'il se comporte en consommateur averti, capable de choisir en connaissance de cause entre les biens et services qui lui sont proposés et conscient de ses droits et de ses responsabilités. Il faudrait, en élaborant ces programmes, tenir compte en particulier des besoins des consommateurs défavorisés tant dans les zones rurales que dans les zones urbaines, y compris des consommateurs à faible revenu dont le niveau d'alphabétisation est bas ou nul. Les groupes de consommateurs, entreprises et autres organisations pertinentes de la société civile devraient contribuer à ces programmes d'éducation.

36. L'éducation du consommateur devrait, le cas échéant, faire partie intégrante de l'enseignement, de préférence dans le cadre de matières déjà inscrites aux programmes d'études.

37. L'éducation du consommateur et les programmes d'information devraient porter sur des aspects aussi importants de la protection du consommateur que :

- a) La santé, la nutrition, la prévention des maladies à vecteur alimentaire, les aliments frelatés;
- b) Les dangers que présentent les produits;
- c) L'étiquetage des produits;

d) La législation appropriée et les moyens d'obtenir réparation, ainsi que le nom des institutions et organisations de protection du consommateur;

e) Les renseignements sur les poids et mesures, les prix, la qualité, les conditions de crédit et l'existence de produits de consommation de première nécessité;

f) La protection de l'environnement; et

g) L'utilisation efficace des matériaux, de l'énergie et de l'eau.

38. Les gouvernements devraient encourager les organisations de consommateurs et autres groupes intéressés, y compris les médias, à mener des programmes d'éducation et d'information, portant notamment sur les incidences sur l'environnement des modes de consommation et les conséquences éventuelles, positives ou négatives, d'une modification de ces modes, et destinés en particulier aux groupes de consommateurs à faible revenu des zones rurales et urbaines.

39. Les entreprises devraient, le cas échéant, organiser des programmes d'information et d'éducation du consommateur sur des sujets pratiques et pertinents, ou participer à l'exécution de tels programmes.

40. Étant donné la nécessité d'atteindre les consommateurs ruraux et les consommateurs analphabètes, les gouvernements devraient, suivant les besoins, élaborer des programmes d'information des consommateurs dans les organes d'information ou en encourager la mise au point.

41. Les gouvernements devraient organiser ou encourager des programmes de formation destinés aux éducateurs, aux spécialistes des moyens d'information et aux conseillers de consommateurs pour leur permettre de participer à l'exécution de programmes d'information et d'éducation du consommateur.

G. Promotion de la consommation durable

42. La consommation durable devrait notamment permettre de satisfaire les besoins en biens et services des générations actuelles et à venir, suivant des modalités qui puissent s'inscrire dans le long terme du point de vue économique, social et écologique.

43. La recherche de modes de consommation durables est une responsabilité commune à tous les membres et à tous les organismes de la société; des consommateurs avertis, les pouvoirs publics, les entreprises, les groupements professionnels et les organisations de défense des consommateurs et de l'environnement jouent à cet égard des rôles particulièrement importants. Des consommateurs bien informés jouent un rôle essentiel dans la promotion de modes de consommation qui soient écologiquement, économiquement et socialement durables, notamment parce que les choix qu'ils effectuent ont des incidences sur la production. Les gouvernements devraient promouvoir l'élaboration et la mise en œuvre de politiques de consommation durables et l'intégration de ces dernières dans les autres politiques. La prise de décisions à ce niveau devrait se faire en concertation avec les entreprises, les organisations de défense des consommateurs et de l'environnement et autres groupes intéressés. Les entreprises ont la responsabilité de promouvoir des modes de consommation durables aux stades de la conception, de la production et de la distribution des biens et services, et les organisations de défense des consommateurs et de l'environnement de mobiliser la participation du public, de favoriser le débat sur la consommation durable, d'informer les consommateurs et d'œuvrer avec les gouvernements et les entreprises à la mise en place de modes de consommation durables.

44. Les gouvernements, en partenariat avec les entreprises et les organismes pertinents de la société civile, devraient mettre au point et appliquer des stratégies favorables à la consommation durable en coordonnant divers moyens d'intervention (réglementation, instruments économiques et sociaux, politiques sectorielles régissant par exemple l'occupation des sols, le transport, l'énergie et le logement), ainsi que des programmes d'information destinés à sensibiliser le public aux incidences des modes de consommation; supprimer les subventions encourageant des modes de consommation et de production non viables; et promouvoir les meilleures pratiques existantes en matière de gestion sectorielle de l'environnement.

45. Les gouvernements devraient encourager la conception, la mise au point et la consommation de produits et de services ne présentant pas de danger et nécessitant peu d'énergie et de ressources, en tenant compte de leur impact tout au long de leur cycle de vie. Ils devraient également promouvoir des programmes de recyclage incitant les consommateurs tant à recycler les déchets qu'à acheter des produits recyclés.

46. Il conviendrait que les gouvernements encouragent pour les produits et services la mise au point et l'application, aux plans national et

international, de normes relatives à l'hygiène du milieu et au respect de l'environnement qui ne devraient pas faire obstacle de manière déguisée aux échanges commerciaux.

47. Les gouvernements devraient encourager la conduite impartiale d'essais environnementaux des produits.

48. Les gouvernements devraient surveiller de près l'utilisation des substances préjudiciables à l'environnement et encourager la mise au point de produits de remplacement écologiquement rationnels. Il conviendrait d'évaluer scientifiquement toute nouvelle substance potentiellement dangereuse afin de déterminer son impact à long terme sur l'environnement avant d'autoriser sa distribution.

49. Les gouvernements devraient faire valoir les avantages des modes de consommation et de production viables pour la santé, en en considérant aussi bien les effets directs sur la santé des individus que les conséquences pour la collectivité résultant de la protection de l'environnement.

50. Les gouvernements devraient, en partenariat avec le secteur privé et autres organismes pertinents, encourager l'abandon des modes de consommation non viables et la mise au point et l'utilisation de nouveaux produits et services écologiquement rationnels et de technologies novatrices, notamment dans le domaine de l'information et de la communication, afin de répondre aux besoins des consommateurs tout en luttant contre la pollution et l'épuisement des ressources naturelles.

51. Les gouvernements sont encouragés, pour assurer la protection des consommateurs, à créer des mécanismes de réglementation effective traitant des divers aspects de la consommation durable, ou à les renforcer.

52. Les gouvernements devraient envisager pour promouvoir des modes de consommation durables, d'avoir recours à divers instruments économiques, notamment les instruments financiers et l'intégration des coûts de protection de l'environnement, compte dûment tenu des besoins de la société, de la nécessité de décourager les pratiques non viables et d'encourager celles qui le sont davantage, tout en évitant les effets potentiellement négatifs en ce qui concerne l'accès aux marchés, en particulier des pays en développement.

53. Les gouvernements devraient, en coopération avec les entreprises et autres groupes pertinents, mettre au point des indicateurs, des métho-

dologies et des bases de données permettant de définir les progrès réalisés sur la voie d'une consommation durable à tous les niveaux et ces informations être rendues publiques.

54. Les gouvernements et les organisations internationales devraient donner l'exemple en introduisant des pratiques durables dans leurs propres opérations, en particulier leurs politiques d'achat. Les gouvernements devraient, lors de la passation des marchés, encourager la mise au point et la consommation de produits et services écologiquement rationnels.

55. Les gouvernements et autres organisations pertinentes devraient promouvoir la réalisation d'études sur le comportement des consommateurs et les atteintes à l'environnement liées à la consommation afin d'identifier des façons de rendre les modes de consommation plus durables.

H. Principes directeurs concernant les mesures s'appliquant à des domaines particuliers

56. En formulant leur politique de défense des intérêts des consommateurs, notamment dans les pays en développement, les gouvernements devraient, le cas échéant, donner la priorité aux secteurs dont dépend essentiellement la santé du consommateur, à savoir les produits alimentaires, l'eau et les produits pharmaceutiques. Ils devraient adopter ou continuer d'appliquer des politiques visant à assurer le contrôle de la qualité des produits, un système de distribution sûr et adéquat, l'application de normes internationales d'étiquetage et d'information, ainsi que des programmes d'enseignement et de recherche dans ces domaines. Les principes directeurs élaborés par les gouvernements concernant des domaines particuliers devraient l'être dans le contexte des dispositions du présent document.

Produits alimentaires

57. En formulant leurs politiques et plans nationaux en matière de produits alimentaires, les gouvernements devraient tenir compte de la nécessité d'assurer la sécurité alimentaire de tous les consommateurs et appuyer et, dans toute la mesure possible, adopter des normes tirées du Codex Alimentarius établi par l'Organisation des Nations Unies pour l'ali-

mentation et l'agriculture et l'Organisation mondiale de la santé ou, lorsqu'elles font défaut, d'autres normes internationales généralement acceptées relatives aux produits alimentaires. Les gouvernements devraient mettre au point, continuer à appliquer ou améliorer des mesures visant à assurer la sûreté des produits alimentaires, en établissant, entre autres, des critères de sécurité et des normes relatives aux produits alimentaires, en déterminant les besoins alimentaires et en établissant des mécanismes efficaces d'inspection, d'évaluation et de suivi.

58. Les gouvernements devraient promouvoir des politiques et des pratiques agricoles écologiquement rationnelles, la préservation de la diversité biologique et la protection des sols et de l'eau, en tenant compte des savoirs traditionnels.

Eau

59. Les gouvernements devraient, dans le cadre des buts et objectifs fixés pour la Décennie internationale de l'eau potable et de l'assainissement, formuler, continuer à appliquer ou renforcer des politiques nationales visant à améliorer l'approvisionnement en eau potable, ainsi que la distribution et la qualité de cette eau. Ils devraient dûment veiller à choisir des niveaux appropriés de service, de qualité et de technologie, à mettre en place des programmes d'éducation et à encourager la communauté à y participer.

60. Les gouvernements devraient accorder un rang de priorité élevé à la formulation et à la mise en œuvre de politiques et programmes portant sur les divers usages de l'eau, compte tenu de l'importance de l'eau pour le développement durable en général et de son caractère de ressource non renouvelable.

Produits pharmaceutiques

61. Les gouvernements devraient élaborer ou continuer à appliquer des normes adéquates, des dispositions et des systèmes de réglementation appropriés pour assurer la qualité et l'utilisation correcte des produits pharmaceutiques grâce à une politique nationale sur les produits pharmaceutiques qui pourrait viser, entre autres, l'achat, la distribution, la production, les accords de licence, les systèmes d'enregistrement et la fourniture d'informations véridiques sur les produits pharmaceutiques. Ils devraient à cette fin prêter une attention particulière aux travaux et aux recommandations de l'Organisation mondiale de la santé. En ce qui

concerne certains produits, l'utilisation du système de certification de la qualité des produits pharmaceutiques faisant l'objet d'échanges internationaux adopté par l'Organisation mondiale de la santé et d'autres systèmes internationaux d'information devrait être encouragée. Des mesures devraient aussi être prises, suivant les besoins, pour encourager l'utilisation des médicaments sous leurs dénominations communes internationales (DCI), en s'inspirant des travaux effectués par l'Organisation mondiale de la santé.

62. Outre les domaines prioritaires indiqués ci-dessus, les gouvernements devraient adopter des mesures appropriées dans d'autres secteurs, tels les pesticides et les produits chimiques, eu égard, selon les cas, à l'utilisation, la production et le stockage des produits, en tenant compte des informations relatives à la santé et à l'environnement que les gouvernements exigent éventuellement des fabricants, qui doivent les faire figurer sur l'emballage des produits.

IV. Coopération internationale

63. Les gouvernements devraient, en particulier dans un contexte régional ou sous-régional :

a) Instituer des mécanismes facilitant les échanges d'informations sur les politiques nationales et les mesures relatives à la protection du consommateur, ou revoir, maintenir ou renforcer les mécanismes existants suivant les besoins;

b) Coopérer ou encourager la coopération dans le domaine de l'application des politiques de protection du consommateur, afin d'obtenir de meilleurs résultats à l'aide des ressources existantes. Dans le cadre de cette coopération, ils pourraient notamment créer ensemble des laboratoires d'analyse ou les utiliser conjointement, mettre au point des procédures d'analyse communes, échanger des programmes d'information et d'éducation du consommateur, organiser des programmes communs de formation et élaborer conjointement des réglementations;

c) Coopérer pour améliorer les conditions dans lesquelles les biens de première nécessité sont offerts aux consommateurs, en tenant dûment compte du prix et de la qualité. Cette coopération pourrait porter sur l'achat commun de biens de première nécessité, l'échange de renseignements sur les diverses possibilités d'achat et la conclusion d'accords sur les spécifications régionales applicables aux produits.

64. Les gouvernements devraient créer des réseaux d'information concernant les produits interdits, retirés du marché ou rigoureusement réglementés ou renforcer ceux qui existent, afin de permettre aux pays importateurs de se protéger comme il convient des effets nocifs de ces produits.

65. Les gouvernements devraient veiller à ce que la qualité des produits destinés à des pays différents et les renseignements concernant ces produits ne présentent pas, suivant les pays, des variations qui pourraient être préjudiciables aux consommateurs.

66. Afin de promouvoir des modes de consommation durables, les gouvernements, organismes internationaux et entreprises devraient de

concert, mettre au point, transférer et diffuser des technologies écologiquement rationnelles, notamment en faisant en sorte que les pays développés apportent un appui financier approprié, et concevoir des mécanismes nouveaux et novateurs de financement de ces transferts entre pays, et en particulier vers les pays en développement et des pays en transition et entre ces pays.

67. Les gouvernements et les organismes internationaux devraient, s'ils l'estiment nécessaire, promouvoir le renforcement des capacités dans le domaine de la consommation durable, en particulier dans les pays en développement et en transition. Les gouvernements devraient également notamment faciliter la coopération entre les associations de consommateurs et autres organisations de la société civile concernées en vue de renforcer les capacités dans ce domaine.

68. Les gouvernements et les organismes internationaux devraient promouvoir des programmes d'éducation et de formation des consommateurs.

69. Les gouvernements devraient s'assurer que l'application des politiques et mesures de protection du consommateur ne fait pas obstacle au commerce international et que ces politiques et mesures sont conformes aux obligations internationales en matière de commerce.

ANNEXE II



COMMISSION EUROPÉENNE
DIRECTION GÉNÉRALE XXIV
Politique des Consommateurs et Protection de leur Santé
Le Directeur Général

Bruxelles, le 27/09/97 14:00:14
JS/bmd

Organisation Internationale des
Consommateurs - OIC
Monsieur Amadou KANOUTE
9 Bis, VDN X, avenue Bourguiba
Casier Postal n°2
DAKAR-FANN
SENEGAL

Monsieur Kanoute,

Objet: Subvention n° B5-1000/97/000234

J'ai le plaisir de vous informer de la décision de la Commission de vous accorder une subvention de 188.453,- ECU pour le projet : "Accès à l'eau potable et à l'assainissement pour les populations des quartiers défavorisés de Médina Gounass, Diamaguène, Arafat et Malika".

A cet effet, je vous prie de bien vouloir me retourner deux des trois exemplaires de la convention ci-jointe, dûment datés et signés, votre signature étant précédée de la mention manuscrite "lu et approuvé"; chaque page doit également être paraphée.

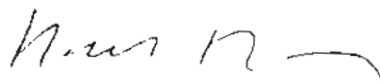
Afin d'éviter des retards dans l'exécution du premier paiement relatif à cette subvention, le formulaire de demande de paiement devrait également être retourné, complété et signé.

Dans tout échange de correspondance concernant cette convention, je vous prie de bien vouloir rappeler la référence citée sous objet.

Vous trouverez également ci-joint, pour votre facilité, quelques informations qui vous seront utiles lors de la préparation de rapport final.

Enfin, je me permets d'attirer votre attention sur le fait que l'octroi de la présente subvention l'est à titre ponctuel et ne préjuge pas des décisions futures qui pourraient être prises par l'autorité budgétaire. En conséquence, ce soutien financier ne saurait être considéré comme une subvention à une action qui se prolongerait au-delà des limites de l'exercice budgétaire considéré.

Veillez agréer, Monsieur Kanoute, mes salutations distinguées.


Horst Reichenbach

Annexes

A renvoyer à :

COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
 Direction Générale XXIV
 rue de la Loi 200
 B - 1049 BRUXELLES

Financement sur l'article B5-1000
 du Budget Général des Communautés Européennes

Le soussigné,
 agissant en qualité de représentant
 légal de l'organisme

Amadou C. KANOUTE

Organisation Internationale des
 Consommateurs - OIC
 /Consumers International
 Bureau régional pour l'Afrique
 Bureau sous-régional pour l'Afrique de
 l'Ouest et du Centre
 9 Bis, VDN X, avenue Bourguiba
 Casier postal n°2 DAKAR-FANN
 SENEGAL

bénéficiaire de la somme de

100% des dépenses totales avec un maximum
 de 188.453,- ECU

pour

"Accès à l'eau potable et à l'assainissement
 pour les populations des quartiers défavorisés
 de Médina Gounass, Diamaguène, Arafat et
 Malika"

Article 1

S'engage à utiliser les fonds communautaires uniquement pour la réalisation du projet décrit en annexe et daté du 24/11/1997.

S'engage à demander l'accord préalable de la Direction Générale XXIV en cas de modification égale ou supérieure à 20 % des montants inscrits dans le budget (page de synthèse) annexé à la présente convention.

Déclare que la personne responsable pour l'exécution de ce projet est Amadou C. KANOUTE

Article 2

Déclare, conformément au Règlement financier tel que modifié applicable au Budget Général des Communautés, accepter la vérification, par la Commission et la Cour des Comptes, de l'utilisation des fonds communautaires.

Article 3

S'engage à transmettre à la Commission au plus tard le 31/05/1999 en 3 exemplaires :

- un rapport sur l'utilisation de l'aide financière citée ci-dessus.

- lorsque d'application, le matériel réalisé ou la preuve du service presté en conformité avec l'annexe descriptive ou la lettre de sollicitation;
- la fiche d'évaluation jointe;
- un état financier certifié conforme par le responsable de l'organisme bénéficiaire de la contribution, accompagné des pièces justificatives dûment certifiées conformes indiquant le montant et la nature des dépenses effectuées, ainsi que les recettes correspondantes (incluant le montant de la subvention de la Commission);
- le cas échéant, le rapport annuel de l'organisation fiduciaire.

S'engage à conserver, pendant cinq ans, toutes les pièces justificatives originales aux fins de contrôle.

Article 4

Accepte de renoncer au virement du solde éventuel, si le délai mentionné ci-dessus pour l'introduction du compte d'emploi n'est pas respecté.

Article 5

Accepte, lorsque l'état des frais ne justifie pas l'utilisation du montant de l'aide financière, de rembourser à la Commission, sur sa demande, les sommes non justifiées déjà versées.

Article 6

Accepte de mentionner expressément le soutien financier de la Communauté Européenne dans tous les documents diffusés ou publiés et durant les événements organisés dans le cadre de ce projet.

Article 7

Accepte tout contrôle sur place opéré par les services de la Commission pour vérifier la bonne utilisation des fonds alloués pour la réalisation du projet.

Article 8

Sous réserve des dispositions de l'article 9 du contrat, accepte que l'aide financière de 100% des dépenses totales avec un maximum de 188.453,- ECU, accordée par la Commission le 16/12/1997, soit versée en deux tranches :

- 50% après réception par la Commission de la présente déclaration signée; dans les 60 jours qui suivent la réception de la demande de paiement correspondante,
- le solde après envoi des pièces indiquées à l'article 3 et de la demande de paiement correspondante et acceptation de celles-ci par la Commission. Le paiement se fera dans les 60 jours qui suivent la notification écrite de la part de la Commission de l'acceptation des relevés de dépenses et recettes.

Les paiements sont effectués en utilisant les taux de change (ECU/monnaie nationale) à la date de mise en paiement. Le contractant ne pourra donc revendiquer une perte pour change en se référant aux montants initialement mentionnés dans le projet, puisqu'il doit assumer le risque de variation de change en cours d'exécution du projet.

Le délai de paiement est de 60 jours, à compter de la date de notification écrite de la Commission. L'échéance s'entend le jour calendrier du débit du compte de la Commission.

Les justificatifs de dépenses et de recettes sont à adresser à l'attention de

COMMISSION EUROPEENNE
Direction Générale XXIV Cellule financière

à l'adresse suivante:
Rue Belliard, 232 - bureau 5/74
B- 1049 BRUXELLES

Le respect du délai de paiement de 60 jours est subordonné à l'envoi des justificatifs à l'adresse correcte.

Les versements seront effectués

au compte bancaire n°

de

K0011 01005 006001441985 01

Société Générale de Banque au Sénégal
Roume Entreprises
15/17 Avenue Leopold Sedar Senghor
DAKAR BP 323
SENEGAL

Organisation Internationale des
Consommateurs-OIC/Consumers
International

Article 9

En cas de dépenses réelles inférieures aux estimations prévisionnelles budgétaires, la participation de la Commission sera limitée à 100% du montant réellement dépensé du budget total. L'aide financière ne pourra en aucun cas donner lieu à un profit.

Date : 19. Février 1998

Pour le bénéficiaire (*)


Lu et approuvé

(*) Faire précéder la signature de la mention "lu et approuvé" et parapher chaque page.

Annexe 1 : Votre demande de subvention du 24/11/1997.




Consumers International
 Organisation Internationale
 des Consommateurs
 (OIC / OII)
 Tel / Fax : (221) 824 60 00

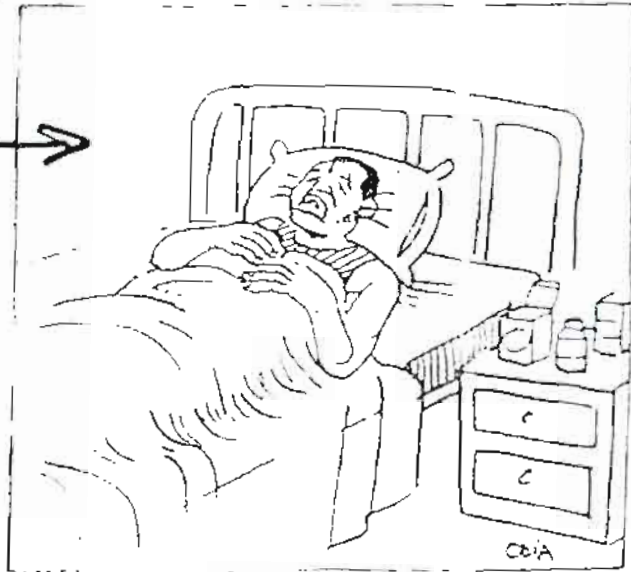
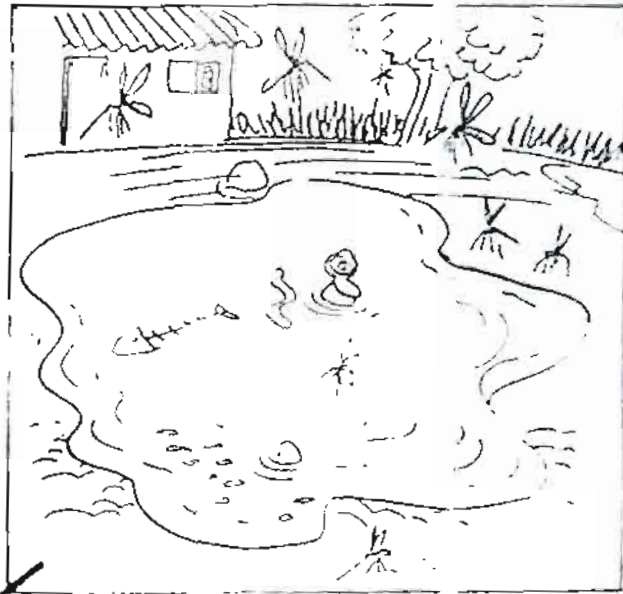
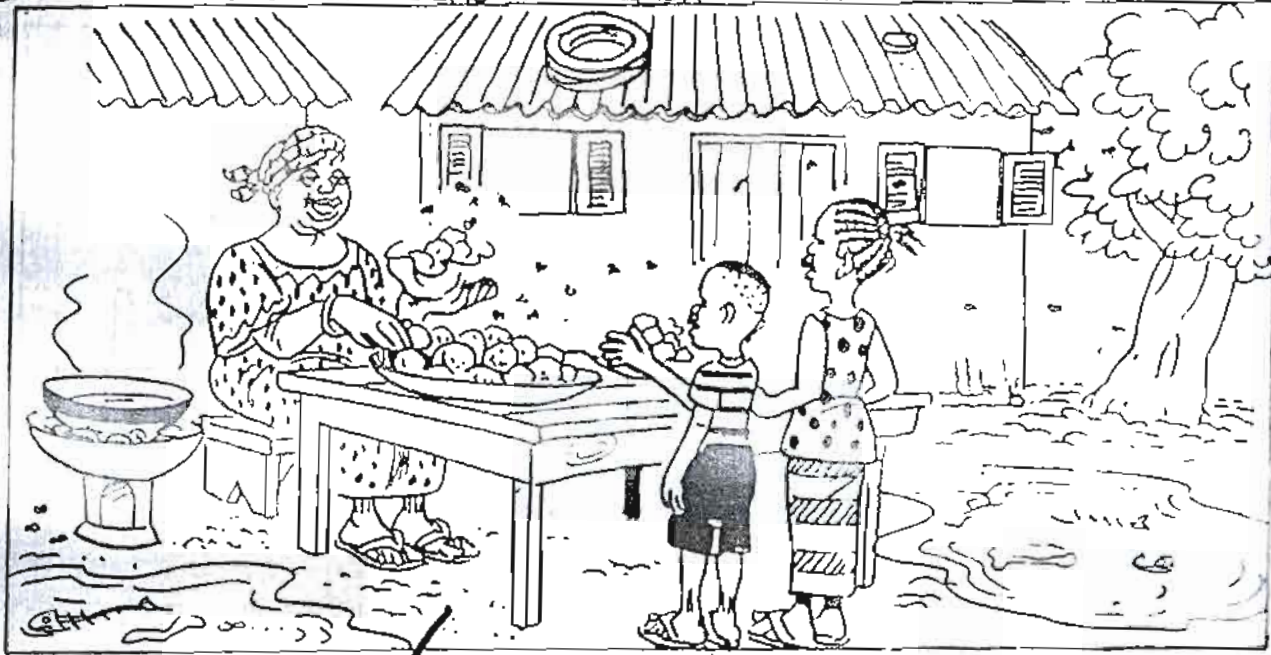


**Projet d'accès
 à l'eau et à
 l'assainissement**

Avec l'appui de la
 Communauté Européenne

Association de Défense des
 Usagers de l'Eau de l'Électri-
 cité, des Télécommunications
 et des Services (ADETAS)
 Tel / Fax : (221) 824 14 24





Consumers International
 Organisation Internationale
 des Consommateurs
 OIC / CI
 TN / Fax : (221) 824 80 00



**Projet d'accès
 à l'eau et à
 l'assainissement**

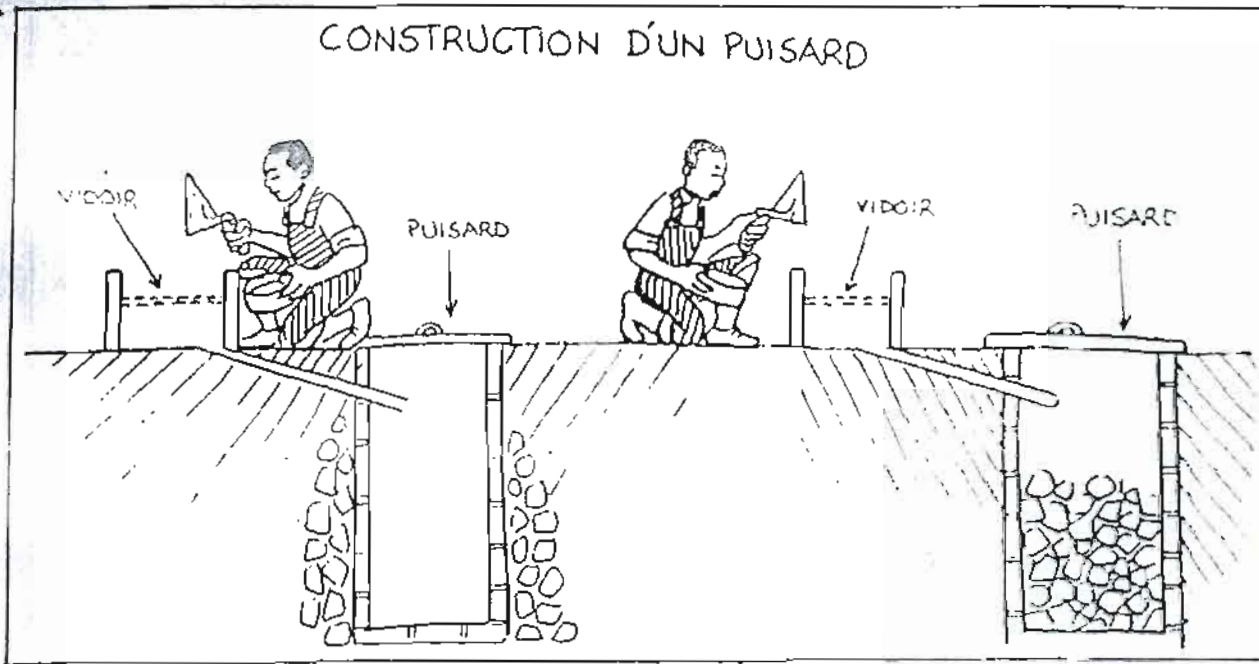
Avec l'appui de la
 Commission Européenne

Association de Défense des
 Intérêts de l'É.M.I. de l'Électri-
 cité, des Télécommunications
 et des Services (ADEETIS)
 TN / Fax : (221) 824 14 34

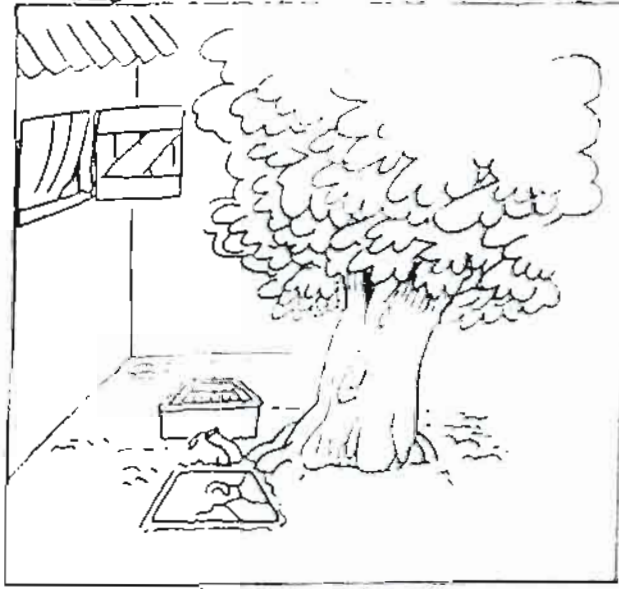


ODIA

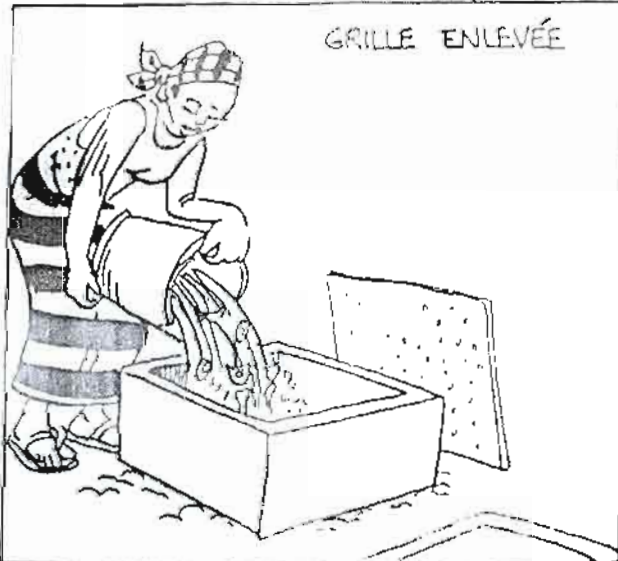
CONSTRUCTION D'UN PUISARD



PUISARDS MAL PLACÉS



MAUVAIS USAGES DU PUISARD



Consumers International
 Organisation Internationale
 des Consommateurs
 OIC / OI
 Tel / Fax : (021) 824 00 06



Projet d'accès
 à l'eau et à
 l'assainissement

Avec l'appui de la
 Commission Européenne

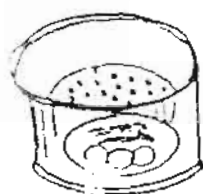
Association de Défense des
 Usagers de l'EAU de l'Electro-
 CHA des Télécommunications
 et des Services (ADETAS)
 Tel / Fax : (021) 824 14 56



NETTOYER RÉGULIÈREMENT
LA GRILLE DU VIDOIR



"FILTRE" LES EAUX USÉES AVANT



Consumers International
Organisation Internationale
des Consommateurs
OIC / OI
Tél / Fax : (221) 824 51 34

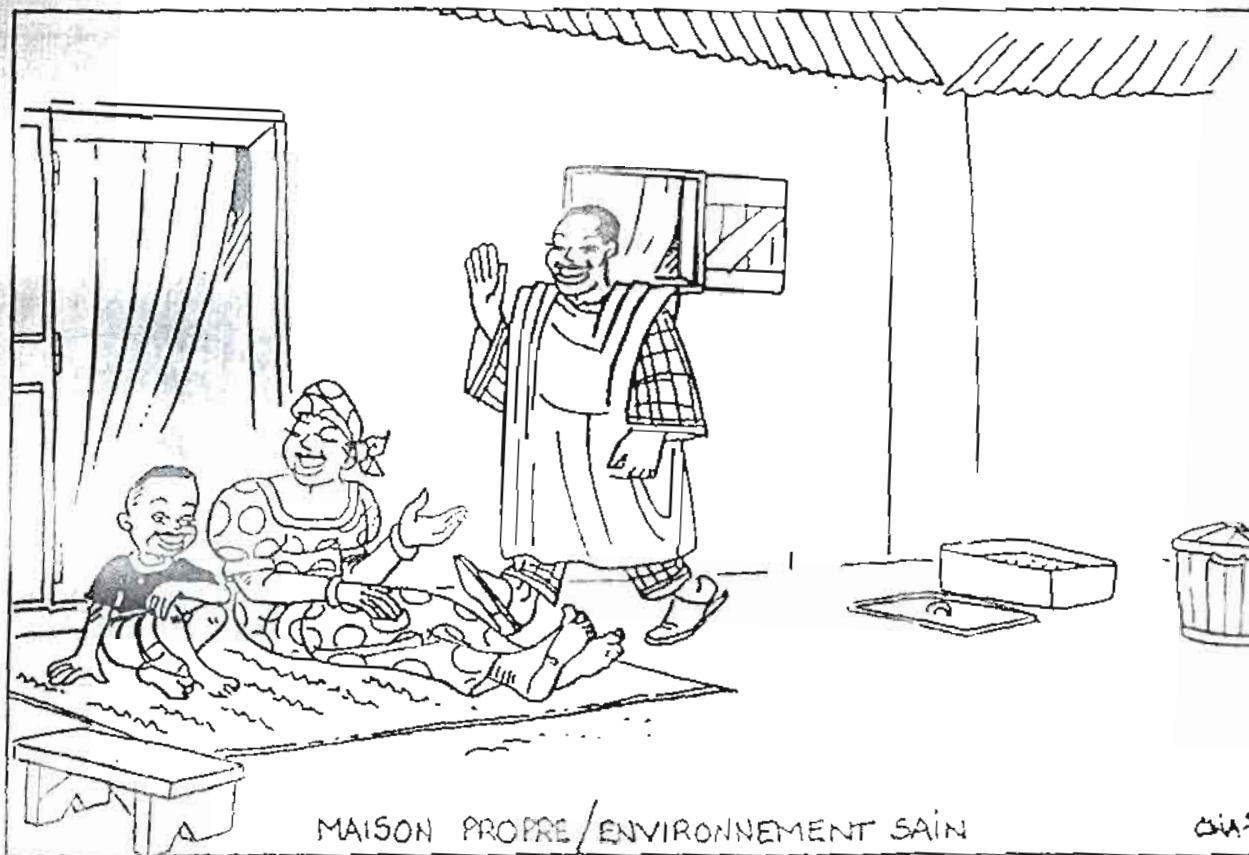


Projet d'accès
à l'eau et à
l'assainissement

Avec l'appui de la
Commission Européenne

Association de Défense des
Citoyens de l'Eau, de l'Énergie
et des Services (ADEES)
Tél / Fax : (221) 824 51 34





MAISON PROPRE / ENVIRONNEMENT SAIN

AVEC LA COLLABORATION DU SERVICE NATIONAL D'HYGIENE

H



Consumers International
 Organisation Internationale
 des Consommateurs
 OIC / CI
 Tel / Fax : (221) 824 80 00



**Projet d'accès
 à l'eau et à
 l'assainissement**

Avec l'appui de la
 Commission Européenne

Association de Directeurs des
 Centres de l'Eau, de l'Électri-
 cité, des Télécommunications
 et des Services (ADERTES)
 Tel / Fax : (227) 824 14 24

