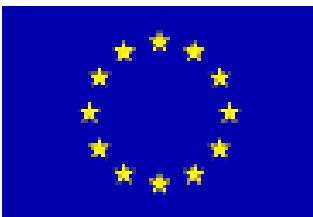

ATELIER DE REFLEXION SUR LE COMMERCE, L'INTEGRATION REGIONALE ET LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

**Groupe thématique « Commerce et
intégration régionale »**

**Pape Samba Nor Ndiaye -
Conseil National des
associations de
Consommateurs –
CONAC /CROCS
Dakar, 13 – 14 Décembre 2010**



I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La plate-forme des acteurs non étatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou regroupe les organisations faîtières de la société civile, des syndicats et du secteur privé les plus représentatives du Sénégal. L'Accord de Cotonou, dans ses principes fondamentaux stipule à l'Article 6 : « les acteurs de la coopération comprennent (i) les autorités publiques (locales, nationales et régionales) ; (ii) les acteurs non étatiques « regroupant » le secteur privé, les partenaires économiques et sociaux, y compris les organisations syndicales ; la société civile sous toutes ses formes selon les caractéristiques nationales. » Quant à l'article 2, il indique qu' «outre l'Etat en tant que partenaire principal, le partenariat est ouvert à différents types d'autres acteurs, en vue de favoriser la participation de toutes les couches de la société, du secteur privé et des organisations de la société civile à la vie politique, économique et sociale.... »

Sous ce rapport, la plate-forme vise l'objectif global de :

- Promouvoir de nouveaux partenariats entre les membres, les autorités publiques et les partenaires au développement notamment l'UE,
- Renforcer la participation des A.N.E au dialogue politique, social, économique et culturel, à la définition, au suivi et à l'évaluation des politiques et stratégies de développement par la mobilisation et la systématisation des contributions techniques des membres sur les défis du développement.

Cette initiative nationale s'inscrit dans le développement des partenariats public-privé (PPP).

C'est pourquoi, la plate-forme a mis en place un dispositif organisationnel pour assurer l'atteinte des objectifs ci-dessus cités. Dans ce cadre, elle a mis en place des groupes thématiques prenant en charge les divers secteurs de développement du Sénégal.

A l'occasion de l'exercice de Planification stratégique, les membres ont identifiés des thématiques en lien avec le **Programme ANE incluant la Culture et les Migrations**, comme devant faire l'objet de réflexion et de contributions aux politiques publiques. Aussi un processus de formulation de propositions a t – il été initié à travers des travaux de Groupes thématiques, sur les secteurs suivants:

- i. démocratie, liberté et droits humains,
- ii. assainissement-environnement,
- iii. commerce et intégration sous régionale**
- iv. migrations,
- v. culture,
- vi. Appui budgétaire

II. ARGUMENT DE LA THEMATIQUE : COMMERCE, INTEGRATION REGIONALE ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Considéré comme moteur de croissance économique, le commerce est une composante de la globalisation, censé servir les intérêts du consommateur par des possibilités d'un grand choix et d'un meilleur rapport qualité/prix. Il est ainsi un secteur concernant directement les producteurs et les consommateurs. Cependant des stratégies de sa gestion découlent de mesures politiques définies et appliquées par les Etats, selon des périodes et dans des secteurs différents. Ces politiques revêtent, selon les circonstances, des formes de libéralisation ou de protectionnisme.

Actuellement, la libéralisation est le modèle de politique commerciale dominant, et l'axe majeur de l'intégration économique ouest africaine poursuivie par l'UEMOA et la CEDEAO.

Deux raisons fondamentales pourraient justifier, l'intérêt de la thématique tant pour les décideurs, les professionnels qu'autres acteurs du commerce et de la consommation :

- Les notions de commerce et d'intégration régionale renvoyant à celles de marché ouvert à la compétition nationale et internationale
- l'inexistence ou la méconnaissance des mécanismes de protection des droits et intérêts du consommateur

Le Sénégal, à l'instar de la communauté économique ouest africaine, est confronté au double défi de pourvoir aux besoins fondamentaux, tels que la nourriture et la santé, d'une population sans-cesse croissante, et d'une libéralisation effective de son marché pour attirer les investissements extérieurs. Une telle situation ne peut qu'engendrer des divergences d'intérêts aux effets préjudiciables aux consommateurs par, entre autres :

- La prolifération de produits divers sur les marchés locaux, dans des pays majoritairement dépourvus de moyens suffisants de contrôle;
- La déprotection des marchés locaux souvent synonyme de la liquidation des entreprises locales, de pertes d'emploi, de paupérisation des consommateurs.
- Des réformes économiques, très souvent défavorables à la protection des consommateurs et de leur environnement.

La volonté d'associer les organisations de consommateurs à bon nombre de prises de décisions se manifeste par leur implication dans divers groupes techniques tels que la normalisation, les organes de régulation et le conseil national de la consommation. Toutefois des cadres réglementaires ou légaux d'une contribution significative des consommateurs à la régulation du secteur font énormément défaut ; il s'y ajoute un manque de synergie entre consommateurs et producteurs locaux, conditions essentielles pour une compétitivité des productions locales et sous régionales.

Un tel gap induit une réflexion, à la fois, sur les stratégies de correction et les moyens d'identification et d'élimination des entraves aux meilleurs services du consommateur.



III. DEROULEMENT DE L'ATELIER

3.1 Introduction

Du 13 au 14 Décembre s'est tenu à la Villa Rosa, Patte d'oie (Dakar, Sénégal) l'atelier de réflexion sur le commerce, l'intégration régionale et la protection des consommateurs.

Organisé par la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou au Sénégal, en collaboration avec le Programme de Renforcement des Capacités de Bonne Gouvernance, cette rencontre avait pour objet de discuter des stratégies de promotion de la protection des consommateurs à travers les politiques d'équité du commerce intérieur et d'intégration régionale.



Y ont pris part, des représentants de l'Administration et des organisations des différentes familles d'acteurs non étatiques (société civile, syndicats et secteur privé). Voir liste des participants en annexe.

Le présent rapport rend compte des différentes étapes et conclusions de l'atelier :

- la cérémonie d'ouverture,
- les exposés et débats,
- les recommandations et perspectives,
- la cérémonie de clôture.

3.2 Ouverture officielle

Elle a été présidée par Mr DIAGNE, Conseiller Technique du Ministre du Commerce du Sénégal empêché, en présence de Mr Mamadou FAYE, Président de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou au Sénégal, de Mr Maguette FALL, membre du comité directeur de la famille des consommateurs, de Mme Maimouna DIENG, Secrétaire Permanent de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou au Sénégal et Mr Papa Samba Nor NDIAYE, consultant facilitateur de l'atelier.

Trois allocutions ont été ainsi prononcées.

Mr Maguette FALL pour le mot de bienvenue aux participants.

Dans son intervention, M. Maguette FALL, au nom du groupe thématique et du CONAC, après avoir souhaité la bienvenue aux participants, a formulé de vifs remerciements à l'endroit du Ministre du Commerce, pour la spontanéité et la qualité de son soutien à l'atelier, à travers la participation des responsables aussi bien de son cabinet que de ses services techniques. Dans le même ordre d'idée, il a ensuite, exprimé sa reconnaissance à Monsieur Ousmane SY NDIAYE, de l'UNACOIS, président du groupe thématique : Commerce et Intégration, pour sa compréhension de l'opportunité d'intégrer la politique de consommation dans la thématique de son groupe : commerce et intégration régionale, rendant ainsi possible le présent atelier. Une attitude qui confirme, selon l'intervenant, l'utilité de la cohabitation d'acteurs différents dans des cadres comme la Plateforme, puisque favorisant la fertilisation croisée de la diversité d'interventions en faveur de l'objectif commun de développement. Enfin, à l'endroit de Mme NDIAYE Mame Sine MBODJ, il a salué la

qualité et la constance de son soutien au développement du mouvement consommateur sénégalais, particulièrement son segment regroupé dans le CONAC. Pour conclure, Mr FALL a souhaité que les présentes assises puissent ouvrir aux différentes parties les possibilités d'une contribution significative à la profitabilité équitable des secteurs concernés.

Prenant la parole, à son tour, Mr Abdoulaye FAYE, de l'ensemble des membres de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou au Sénégal, après s'être joint aux remerciements de son prédécesseur, a axé son discours sur les enjeux de la contribution des acteurs non étatiques aux stratégies régionales et nationales de développement.

Saluant les différents progrès réalisés ou en réalisation par les différentes organisations intégrationnistes, notamment l'UEMOA et la CEDEAO, à travers les politiques communes dans divers secteurs économiques, Mr FAYE a rappelé l'une des principales finalités de telles dynamiques, à savoir la mise en œuvre d'urgentes actions concrètes pour une réduction significative de la pauvreté, à défaut de son éradication. A ce propos et eu égard au contexte de mondialisation de l'économie, a-t-il poursuivi, l'amélioration des rapports entre l'Etat et les acteurs non étatiques se révèle indispensable, à travers des prises de décisions concertées. En effet, a-t-il soutenu, la contribution significative au développement, visée à travers sa conscientisation, ne trouverait de sens que dans la prise en compte de ses choix et propositions. C'est ce fondant sur ces considérations, qu'il a qualifié le présent atelier d'occasion privilégiée de capitalisation pour l'efficacité des ANE dans la promotion des secteurs concernés.

Au nom du Ministre du Commerce, son Conseiller Technique, Mr DIAGNE, a tout d'abord souhaité la bienvenue aux participants, puis a salué l'heureuse initiative de la rencontre.

Rappelant la volonté du gouvernement dans la promotion de la protection des consommateurs et de l'économie nationale, Mr DIAGNE a fait ressortir les liens entre l'équité du marché et les stratégies de développement national. Il a ainsi mis l'accent sur la nécessité d'une collaboration suivie avec les différents acteurs de ce secteur vital. Préoccupation motivée par la nécessité d'une convergence pour faire tirer profit à notre pays de ses engagements dans les accords économiques.

Les autres aspects développés par Mr DIAGNE ont porté sur les efforts de l'Etat pour l'équité du marché, à travers une réglementation et un dispositif institutionnel régulièrement révisés pour des mises à jour adaptées aux fulgurantes mutations des secteurs du commerce et de la consommation. A ce propos, il a fait une revue sommaire de certains instruments et informé l'atelier de mesures en cours d'adoption comme le Décret pour l'agrément des associations de consommateurs et le projet de corps de volontaires de la consommation, entre autres.

Etape émouvante de son allocution, l'évocation de la mémoire de feu Papa Nalla FALL, de son vivant, Président de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou au Sénégal, avec qui il aura entretenu d'excellentes relations personnelles. Il a ainsi rappelé au souvenir des participants, la contribution du défunt dans la dénonciation des APE et ayant valu d'avantage de considération aux acteurs non étatiques par le Ministère du Commerce.

Enfin, renouvelant, encore une fois de plus, l'intérêt du Ministre aux résultats des présentes assises, M. DIAGNE a



réaffirmé l'ouverture de son département à toute collaboration dans la réalisation des recommandations attendues de cet atelier, et de déclaré ouverte la rencontre.

3.3 Les exposés et débats

La rencontre s'est déroulée sous forme de présentation de communications suivies de discussions. (Voir programme en annexe)

Journée du 13 Décembre 2010

Elle a été marquée par la présentation de trois (03) communications, réparties comme suit : (voir présentations en annexe)

➤ **Matin**

☞ **Les mécanismes de contrôle et de régulation du marché national**, par Monsieur Oumar LY, chef du Service Régional Dakar du Commerce Intérieur

Discutant Mr Maguette FALL du CONAC :

Cette communication s'articulait autour des points suivants : i) contexte général de la politique du commerce intérieur, ii) le cadre institutionnel du commerce et de la protection du consommateur iii) les instruments et mécanismes de régulation et de contrôle du secteur.

Elle a permis aux participants à mieux faire connaissance de l'environnement légal et réglementaire du commerce intérieur national ainsi que des dispositifs et mécanismes de son contrôle et de sa régulation.



Le discutant tout en saluant, la qualité des rapports entre le Ministère du Commerce et les organisations de consommateurs, n'en a pas moins déploré l'absence d'un code de la consommation, moyen par excellence de défense des droits et intérêts du consommateur.

a) **Contrôle et de régulation :**

Une communication a été faite sous cette thématique, par Monsieur Oumar LY, chef du Service Régional du Commerce, de Dakar : elle a porté sur le contexte général de la politique du commerce intérieur, son cadre institutionnel et celui de la protection du consommateur ainsi que les instruments et mécanismes de régulation et de contrôle du secteur.

Après les considérations préliminaires sur l'évolution des théories et doctrines du statut et des rôles de l'Etat, la communication a démontré la consécration par le Sénégal d'une approche participative, Etat – acteurs non étatiques, dans la gestion du secteur.

S'appuyant sur les principes d'efficacité de systèmes de contrôle ou de régulation d'un marché, la communication a démontré la pertinence des modèles sénégalais à travers leur encadrement institutionnel, leurs instruments légaux et réglementaires ainsi que leurs mécanismes de mise en œuvre. Cette démonstration a largement mis en exergue, sur la place et le rôle du consommateur dans l'équité du marché.

Toutefois, il est ressorti de la communication, un certain nombre de contraintes limitant les performances dudit système, notamment un déficit notoire de ressources tant humaines que matérielles, favorisant les habitudes faites aux services publics du commerce.

Informations clés de la communication en rapport avec les objectifs de l'atelier

Le Sénégal dispose d'instruments et de cadres institutionnels propices à la transparence et l'équité d'un marché libéralisé. Mais leur efficacité est entravée par des obstacles majeurs, en particulier le manque de ressources humaines et matérielles (exemple : 25 agents pour une région comme Dakar, concentrant plus de 50% des activités commerciales.)

➤ **Après – midi**

☞ **La normalisation des productions nationales et communautaires**, par Mme NDIAYE, Mame Sine MBODJ, expert qualité, ASN

Cette communication a posé toute la problématique de la normalisation à partir de ses implications conceptuelles et des interrogations qui en sont faites. Elle a permis aux participants à mieux appréhender ces questions ainsi que les procédures de leur formulation et d'évaluation.

Elle a ressorti le rôle des consommateurs dans la normalisation et la certification ainsi que dans les processus d'harmonisation, aux côtés des autres catégories d'acteurs concernés par les questions de production et de distribution de biens et services. Cette nécessité d'une implication de l'ensemble des acteurs, y compris, les consommateurs aux activités, justifierait, l'option des pouvoirs publics au changement de statut d'institut de l'organisme national de normalisation, pour en faire une association.

Informations clés de la communication en rapport avec les objectifs de l'atelier: Objectif de la normalisation : prise en charge des questions de qualité au double niveau de la compétitivité des produits et santé publique.

Nécessité de faire appliquer la réglementation et d'adopter les normes du Codex Alimentarius



☞ **Le dispositif national de contrôle de la qualité des produits**, par Monsieur Ousmane MBAYE, chef de la Division de la Consommation et du Contrôle de la Qualité de la Direction du Commerce Intérieur

L'exposant, avec une parfaite maîtrise du sujet, a présenté, dans ses moindres configurations, le dispositif national de contrôle de la qualité des produits mis sur le marché. Il a aussi souligné, l'antériorité de contrôle à l'indépendance nationale, se référant à une loi adoptée en 1936.



Son exposé a permis une revue sommaire des procédures (déclarations et autorisations préalables) auxquelles sont soumises les activités d'approvisionnement du marché intérieur, aussi bien par la production locale que l'importation.

A l'issue de ces différentes communications les débats ont été ouverts permettant ainsi l'établissement d'un véritable cadre d'échange d'informations et d'expériences sur ces questions.

Informations clés de la communication en rapport avec les objectifs de l'atelier

L'analyse du dispositif national de contrôle de la qualité révèle un réel déficit de moyens appropriés : laboratoires, logistique : 1 seul véhicule pour la division de la consommation et de la qualité.

☞ **Au sujet des mécanismes de contrôle et de régulation du marché national**

Les éléments de réponse apportés aux nombreuses questions ont tourné autour de:

- la prépondérance du pouvoir régalién de l'Etat pour les questions relatives au contrôle et la régulation du marché ;
- l'implication directe des consommateurs, à travers leurs associations, dans les mécanismes : une collaboration étroite devant exister entre services techniques du Ministère du commerce;
- les possibilités d'appui à leur implication
- le manque de ressources humaines et matérielles dans ce domaine, expliquant certaines carences dans les interventions,
- l'information et la sensibilisation à apporter aux populations pour mieux leur faire comprendre leur rôle de veille pour l'équité du marché ;
- les formalités de constitution des associations de consommateurs et les critères de leur agrément, ainsi que
- les raisons du retard de la finalisation du projet de loi portant code de la consommation.

☞ **Au sujet de la normalisation des productions nationales et communautaires et du dispositif national de contrôle de la qualité des produits**

A ce niveau, ils ont porté sur :

- la fonction transversale et intégratrice de la normalisation dans la qualification et des qualité des produits et services ;
- l'harmonisation des actions entreprises au niveau communautaire;
- le changement de comportement des acteurs du marché;
- la vulgarisation des normes nationales pour une meilleure prise en compte dans l'articulation production / consommation ;
- le maintien et le renforcement du partenariat existant entre l'ASN et les ANE pour une meilleure communication des acteurs du marché;
- La nécessité d'intégrer les questions liées à la consommation durable dans les démarches qualité et de normalisation ;
- La permanence de la consultation en ANE et services en charge de la qualité des produits.
- Les obstacles des normes peuvent au commerce.



Journée du 14 Décembre 2010

Elle a été consacrée aux trois (03) dernières présentations, dans l'ordre suivant :

☞ **Politiques commerciales dans l'UEMOA et la CEDEAO**, par Monsieur NDIUCKY, Directeur Général adjoint du Commerce Extérieur

Après avoir, défini la notion de politique commerciale sur la base de la note de politique sectorielle de l'UEMOA : « ensemble de mesures ou d'actions prises conjointement ou séparément afin de parvenir à la perfection du marché », l'exposant a présenté, les politiques commerciales en cours dans les zones économiques. Avec une bonne maîtrise du secteur, le présentateur a procédé à une démonstration des avantages et limites actuelles du libre échange dans deux espaces communautaires. Malgré la technicité du domaine, il est ressorti de la présentation que sur le plan du commerce, la libéralisation et l'intégration économiques dans le cadre de diverses initiatives régionales et sous les auspices de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et de son prédécesseur, l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), ont entraîné une

intensification de la concurrence, appelant ainsi de solides capacités de négociations pour la sauvegarde des économies nationales, et un meilleur service aux consommateurs.

Points clés de la communication en rapport avec les objectifs de l'atelier

Clarifications de la terminologie d'intégration : Notion de politique commerciale - Politique commerciale de l'UEMOA - Politique commerciale de la CEDEAO

Quelques résultats des politiques d'intégration sous régionale

(Le processus de création du marché commun basé sur la libre circulation des personnes, des biens, des services et des capitaux, l'institutionnalisation de la coordination des politiques sectorielles nationale, la mise en œuvre des actions et des politiques communes (transports et télécommunications,, agriculture, énergie, industrie et mines, etc.), l'harmonisation des mesures nécessaires au bon fonctionnement du marché commun, les législations des Etats membres et particulièrement le régime de la fiscalité...)

Echanges UEMOA-SENEGAL de 2005 à 2009

☞ **Le secteur marchand au Sénégal : atouts et contraintes**, par Monsieur Ibrahima LO de l'UNACOIS

L'exposant a, d'entrée de jeu, ressorti les facteurs de disfonctionnement d'un secteur vital de la vie socio-économique nationale :

- Forte concentration des activités, en zone urbaine, particulièrement à Dakar ;
- La déstructuration généralisée du secteur par la prolifération croissante d'intervenants informels ;
- L'accès limités des acteurs, à jour, aux systèmes de financement d'entreprises ;
- La déprotection du marché local favorisant la concurrence déloyale d'acteurs étrangers ;
- Les obstacles d'investissement de secteurs porteurs par les opérateurs nationaux.

Autant de considérations ayant fini par ternir l'image, à son avis des acteurs aux yeux des consommateurs, et d'installer des rapports conflictuels entre les deux pôles.

Points clés de la communication en rapport avec les objectifs de l'atelier:

Une meilleure connaissance, du secteur marchand dominé par l'informel: caractéristiques des acteurs, poids dans l'économie nationale, perception de son environnement et celui des affaires, effet sur la croissance économique.

☞ **Le mouvement consommateur du Sénégal : les déterminants d'une professionnalisation**, par Monsieur Maguette Fall, Coordonnateur du CONAC

A l'entame de sa présentation, l'exposant a rappelé les finalités de service au consommateur de toute activité de production, distribution et commercialisation. Pour ensuite présenter le processus et les justifications de l'émergence de ce mouvement. Il a ensuite présenté le dispositif national de protection de la consommation et d'y révéler les limites à la pertinence. Il a illustré, son constat par l'indisponibilité des ressources nécessaires pour l'efficacité d'un tel mouvement. La volonté de s'unir, est une chose, mais la capacité d'intervention en est une autre. L'envergure des actions de promotion de la production nationale, ainsi que l'indispensable implication des acteurs non étatiques, dans la veille sur la sécurité de notre commerce national postulent la disponibilité de moyens d'action appropriés.

Il a terminé, par l'évocation de l'ineffectivité des engagements de l'Etat à des accords de promotion de la consommation, Principes Directeurs des Nations Unies pour la Protection du Consommateur, Article 51 de l'Accord de Cotonou, entre autres, et d'inviter à la prise en compte par les programmes et politiques pour faire jouer aux acteurs non étatiques leur rôle, incontournable dans l'équitabilité du marché et la protection des droits et intérêts du consommateur.



Les débats enclenchés à l'issue de ces présentations ont révélé le besoin et la volonté d'expression de l'expertise non étatique, dans la promotion des secteurs du commerce, de l'intégration et de la consommation.

Un accent particulier a été mis sur les domaines autour desquels les processus d'intégration et de promotion du marché communautaire devraient se reposer, comme l'agriculture et l'agroalimentaire, le textile, des dérivés d'élevage, la fluidité de la circulation des biens et des personnes.....

Points clés de la communication en rapport avec les objectifs de l'atelier:

Un mouvement constitué d'associations dépourvues de moyens et de compétences d'une prise en charge efficace des questions de leur prédestination.

L'urgente nécessité d'y remédier.

Pour ce qui est du professionnalisme, contrairement à la compréhension de certains participants, il viserait, tout simplement l'intervention, avec une grande compétence, des acteurs du mouvement, comme l'exige, du reste les domaines de protection du consommateur.

☞ Synthèse des travaux : Perspectives et recommandations

A l'issue des présentations et discussions, les recommandations suivantes ont été formulées par les participants:

1. Créer un cadre permanent de concertation entre les ANE et le Ministère du Commerce
2. Organiser le traitement et la vulgarisation de l'information sur le commerce, l'intégration régionale et la protection du consommateur
3. Promouvoir la valorisation des produits locaux
4. Redynamiser les cadres de collaboration avec les services publics du commerce
5. Inciter une participation citoyenne
6. Poursuivre la réflexion sur la mise en place d'un dispositif participatif de protection du consommateur
7. Vulgariser les normes nationales adoptées
8. Formuler des stratégies d'implication des ANE à la régulation des marchés

9. Renforcer les capacités des ANE en formulation d'instruments de contrôle et de régulation du marché
10. Assurer et/ou soutenir la participation des ANE aux travaux des Organismes nationaux de normalisation et de leurs commissions;
11. contribuer à la redynamisation de la commission nationale du Codex
12. Contribuer activement au projet d'élaboration du code de la consommation
13. Encourager la spécialisation des ANE de la consommation
14. Plaidoyer pour la résolution des tracasseries dans les échanges communautaires
15. Favoriser l'application de l'article 51 de l'accord de Cotonou sur la promotion de la politique de consommation et la santé des consommateurs,
16. Engager des collaborations pour le renforcement des moyens des services en charge du contrôle et de la régulation du marché
17. Appuyer les actions de sensibilisation aux bonnes pratiques, des groupes de consommateurs à la base
18. Doter les ANE d'un système d'alerte rapide contre facteurs de dysfonctionnement du marché
19. Mettre en place un task force pour le suivi des recommandations de l'atelier et l'encadrement du processus entamé

Matrice des perspectives résultant des recommandations

Priorités ressorties	Acteurs principaux et Partenaires	Cadre de coopération	Renforcement des capacités
<ul style="list-style-type: none"> - Information, sensibilisation de tous les acteurs ; - Mise en place d'un cadre de concertation ; - Elaboration d'un Plan d'Action ; - Secteur à prendre commerce, consommation. 	<ul style="list-style-type: none"> - Partenaires au développement ; - Plateforme des ANE ; - Ministères et Directions chargés de l'Environnement ; - ANE ; - Institutions de Recherche ; - Chambres de Commerce et d'Agriculture ; - 	<p>Au niveau national :</p> <ul style="list-style-type: none"> - création d'un réseau national ; - création d'une base des données ; - mise en place d'une banque d'experts et d'expertises ; - élaboration d'un plan national de veille. <p>Au niveau sous régional :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création de réseaux sous régionaux ; 	<ul style="list-style-type: none"> - identification des domaines de renforcement ; - production de supports de communication ; - diagnostic des différents secteurs (forces et faiblesse) ; - élaboration de projet de programme de collaborations avec les services étatiques.



Clôture officielle

Après s'être excusé, de son absence du premier jour pour des contraintes professionnelles, Monsieur Papa Senghane DIOUF, Trésorier Général de la de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou, a salué la qualité de l'atelier, au regard du niveau des interventions et des débats ayant eu cours à sa présence. D'autre part, il s'est félicité des avancées significatives de la de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou, aujourd'hui, modèle incontestable de cadre démocratique et de synergie de volontés très souvent opposées. Aussi, a-t-il invité les participants poursuivre le processus de réflexion au niveau leur catégorie de famille respective, en vue de la formulation d'actions intégratives des priorités des uns et des autres.

C'est sur ces considérations, que Monsieur DIOUF a remercié, tour à tour, le Programme de Renforcement des Capacités de Bonne Gouvernance (PrCaBG) pour son soutien financier, le Ministre du Commerce et ses collaborateurs, le Directeur de l'ASN pour l'expertise mise à contribution, les participants pour la qualité des échanges de leurs contributions à la tenue importante table ronde et aux participants pour leurs contributions aux échanges,.



ANNEXES

- Termes de référence de l'atelier
- Programme de l'atelier
- Discours d'ouverture du Ministre du Commerce
- Présentations
- Liste des participants

Groupe thématique : Commerce et intégration régionale

Journées de réflexion

Date	13-14 Décembre 2010
Thème	Promotion de la protection des consommateurs à travers les stratégies de commerce et d'intégration régionale
Promoteur	CONAC (<i>Conseil National des Associations de Consommateurs</i>)
Langues de travail	Français

IV. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La plate-forme des acteurs non étatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou regroupe les organisations faitières de la société civile, des syndicats et du secteur privé les plus représentatives du Sénégal. L'Accord de Cotonou, dans ses principes fondamentaux stipule à l'Article 6 : « les acteurs de la coopération comprennent (i) les autorités publiques (locales, nationales et régionales) ; (ii) les acteurs non étatiques « regroupant » le secteur privé, les partenaires économiques et sociaux, y compris les organisations syndicales ; la société civile sous toutes ses formes selon les caractéristiques nationales. » Quant à l'article 2, il indique qu' «outre l'Etat en tant que partenaire principal, le partenariat est ouvert à différents types d'autres acteurs, en vue de favoriser la participation de toutes les couches de la société, du secteur privé et des organisations de la société civile à la vie politique, économique et sociale.... »

Sous ce rapport, la plate-forme vise l'objectif global de :

- Promouvoir de nouveaux partenariats entre les membres, les autorités publiques et les partenaires au développement notamment l'UE,
- Renforcer la participation des A.N.E au dialogue politique, social, économique et culturel, à la définition, au suivi et à l'évaluation des politiques et stratégies de développement par la mobilisation et la systématisation des contributions techniques des membres sur les défis du développement.

Cette initiative nationale s'inscrit dans le développement des partenariats public-privé (PPP).

C'est pourquoi, la plate-forme a mis en place un dispositif organisationnel pour assurer l'atteinte des objectifs ci-dessus cités. Dans ce cadre, elle a mis en place des groupes thématiques prenant en charge les divers secteurs de développement du Sénégal.

Objectif spécifique :

Capitaliser les expériences et les bonnes pratiques en matière de dialogue politique Etat/ANE et AL/ANE, de contribution des ANE aux politiques publiques, d'implication des ANE dans les programmes de lutte contre la pauvreté, de renforcement de la gouvernance locale participative.

A l'occasion de l'exercice de Planification stratégique, les membres ont identifiés des thématiques en lien avec le **Programme ANE incluant la Culture et les Migrations**, comme devant faire l'objet de réflexion et de contributions aux politiques publiques. Ainsi le présent plan d'actions prévoit d'installer et/ou de poursuivre les travaux déjà engagés par les Groupes thématiques, sur les secteurs suivants:

- vii. démocratie, liberté et droits humains,
- viii. assainissement-environnement,
- ix. commerce et intégration sous régionale**
- x. migrations,
- xi. culture,
- xii. Appui budgétaire

V. Argument des journées d'étude

Considéré comme moteur de croissance économique, le commerce est une composante de la mondialisation, censé servir les intérêts du consommateur par des possibilités d'un grand choix et d'un meilleur rapport qualité/prix. Il est ainsi un secteur concernant directement les producteurs et les consommateurs. Cependant les stratégies de sa gestion découlent de mesures politiques définies et appliquées par les Etats, selon des périodes et dans des secteurs différents. Ces politiques revêtent, selon les circonstances, des formes de libéralisation ou de protectionnisme.

Actuellement, la libéralisation est le modèle de politique commerciale dominant. Elle est la base de l'intégration économique ouest africaine : UEMOA, CEDEAO, ainsi que de l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Deux raisons fondamentales expliquent l'intérêt de la thématique tant pour les décideurs, les professionnels qu'autres acteurs du commerce et de la consommation :

- Les notions de commerce et d'intégration régionale renvoient à celles de marché ouvert à la compétition nationale et internationale
- l'inexistence ou la méconnaissance des mécanismes de protection des droits et intérêts du consommateur

Le Sénégal, à l'instar de la communauté économique ouest africaine, est confronté au double défi de pourvoir aux besoins fondamentaux, tels que la nourriture et la santé, d'une population sans-cesse croissante, et d'une libéralisation effective de son marché pour attirer les investissements extérieurs. Une telle situation ne peut qu'engendrer des divergences d'intérêts aux effets préjudiciables aux consommateurs par :

- La prolifération de produits divers sur les marchés locaux augmentant ainsi le risque de consommation des produits dangereux pour les consommateurs, dépourvus de moyens suffisants de contrôle de ces produits ;
- La déprotection des marchés locaux souvent synonyme de la liquidation des entreprises locales, de pertes d'emploi, de paupérisation des consommateurs.

- Les réformes pour la libéralisation, très souvent défavorables à la protection des consommateurs et de leur environnement.

La volonté d'associer les organisations de consommateurs à bon nombre de prises de décisions se manifeste par leur implication dans divers groupes techniques tels que la normalisation, les organes de régulation et le conseil national de la consommation. Toutefois des cadres réglementaires ou légaux d'une contribution significative des consommateurs à la régulation du secteur font énormément défaut ; il s'y ajoute un manque de synergie entre consommateurs et producteurs locaux, conditions essentielles pour une compétitivité des productions locales et sous régionales.

Un tel gap induit une réflexion, à la fois, sur les stratégies de correction et les moyens d'identification et d'élimination des entraves aux meilleurs services du consommateur.

VI. Termes de référence des journées

Les travaux seront organisés autour de six axes de discussions, constituant autant de sous thèmes. Dont:

- i. Les mécanismes de contrôle et de régulation du marché national.
- ii. Politiques commerciales dans l'UEMOA et la CEDEAO.
- iii. Le dispositif national de contrôle de la qualité des produits
- iv. La normalisation des productions nationales et communautaires.
- v. Le secteur marchand au Sénégal : atouts et contraintes
- vi. Le mouvement consommateur du Sénégal : les déterminants d'une professionnalisation

a. Objectif

Présentation et l'analyse des cadres légaux et institutionnels du commerce.

b. Résultats attendus

Un document de stratégie incluant au minimum les points clés suivants:

- i. l'état des lieux et l'évaluation des initiatives nationales (programme, projet, politique) en matière de commerce ;
- ii. les propositions d'axes de promotion de la politique de consommation et de la qualité des produits et services.

Programme

Horaires	Activités	Responsables
Lundi 13 Décembre		
9h- 9h30	Enregistrement et mise en place des participants	PF-ANE
9h30- 10h	Ouverture des travaux : - Mot de bienvenue de la plateforme des ANE - Ouverture officielle	Responsable GT Commerce Pape Senghane Diouf Trésorier PFANE Ministère du Commerce
	Présentation des participants	Participants
	Négociation et adoption des objectifs de l'atelier	Facilitateur
10h- 10h30	Pause café	PF-ANE
10h 30- 11h15	▪ Les mécanismes de contrôle et de régulation du marché national Discutants : (1) UNACOIS, (2) CONAC	Direction du Commerce Intérieur
11h15-13h	Discussions : questions et débats de clarification et Synthèse générale	Facilitateur
13h-14h15	Pause déjeuner	
14h15- 15h15	<ul style="list-style-type: none"> • La normalisation des productions nationales et communautaires • Le dispositif national de contrôle de la qualité des produits 	Association Sénégalaise de Normalisation Direction du Commerce Intérieur
15h15- 16h30	Discussions : questions et débats de clarification et Synthèse générale	Facilitateur

Mardi 14 décembre 2010		
9h30- 10h	Lecture et validation du compte rendu du jour 1	Facilitateur
10h- 10h30	Pause café	
10h30- 11h15	• Politiques commerciales dans l'UEMOA et la CEDEAO Discutants : CNES et CNP	Direction du Commerce Extérieur
	• Le secteur marchand au Sénégal : atouts et contraintes	UNACOIS
11h15- 13h	Discussions : questions et débats de clarification et Synthèse générale	Facilitateur
13h-14h15	Pause déjeuner	
14h15- 15h15	• Le mouvement consommateur du Sénégal : les déterminants d'une professionnalisation	CONAC
15h15- 16h30	Discussions : questions et débats de clarification et Synthèse générale	Facilitateur
16h30-17h	Evaluation	Facilitateur

MOB.

REPUBLIQUE DU SENEGAL

UN PEUPLE - UN BUT - UNE FOI

MINISTERE DU COMMERCE

**ALLOCUTION DE MONSIEUR LE REPRESENTANT DU MINISTRE DU COMMERCE A
L'OCCASION DE L'ATELIER DE REFLEXION DE LA PLATEFORME DES ACTEURS NON
ETATIQUES SUR LE COMMERCE, L'INTEGRATION REGIONALE ET LA PROTECTION DES
CONSOMMATEURS**

(Dakar, Villa Rosa – Patte d'oie, le 13 décembre 2010)

- **Monsieur le Président de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le Suivi de l'Accord de Cotonou,**
- **Mesdames, Messieurs les membres des différentes familles d'Acteurs Non Etatiques (société civile, secteur privé, syndicats),**
- **Chers Invités,**
- **Mesdames, Messieurs,**

C'est avec le plus grand plaisir que je préside la cérémonie d'ouverture de vos deux Journées de réflexion consacrées à la Protection des Consommateurs dans à travers les Stratégies de Commerce et d'Intégration régionale. En effet, le gouvernement du Sénégal ne peut que se réjouir d'une telle initiative porteuse de perspectives de synergies en faveur de la compétitivité de notre zone économique et ses retombées positives dans la satisfaction des besoins essentiels de nos consommateurs.

L'effectivité de l'intégration régionale par l'équitabilité du commerce, dans un contexte de mondialisation voire même de globalisation économique, et toutes ses implications tels que les infructueuses tentatives de conciliation d'intérêts divergents, les menaces des multinationales sur les faibles unités de production locales, les obstacles aux traités de libre circulation des personnes et des biens, le contrôle des marchés intérieurs et transfrontaliers, imposent l'engagement de tous les acteurs, aux côtés de l'Etat, pour l'adoption et la défense de politiques efficaces et adaptées.

L'ampleur de tels enjeux se mesure à l'aune des efforts de l'Etat dans la réduction de la pauvreté et l'amélioration de la qualité de la vie des populations. Malgré une inflation maîtrisée, la subvention de bon nombre de produits indispensables, un système performant de contrôle de la qualité des produits et du marché, une grande partie de nos populations satisfait encore difficilement à ses besoins essentiels. Face à cette situation, il convient ainsi de trouver des alternatives décentes et compatibles avec les attentes de l'Etat dans les accords de partenariat économique, tels que celui de Cotonou.

Une telle tâche est certes difficile, puisque demandant une mobilisation forte de tous les acteurs, beaucoup de concertation et de coopération entre différents secteurs. Toutefois, envisagé dans un équilibre des intérêts, sur fond de convergence de volontés solidaires, le défi sera vite relevé. C'est en cela que je considère pertinente la thématique de vos journées de réflexion, et voudrai vous en remercier, au nom du Président de la République et de l'ensemble du gouvernement.

Mesdames, Messieurs ;

Une collaboration des différents acteurs économiques et sociaux est primordiale pour permettre l'atteinte des objectifs en terme de croissance économique, de satisfaction des besoins des populations mais aussi de respect des lois en matière de produits à mettre sur le marché à la disposition des consommateurs que nous sommes tous.

Le rapport de confiance, reposant sur un partenariat dans le respect des spécificités et des rôles dévolus aux uns et aux autres est la seule condition pour nous permettre d'atteindre nos objectifs communs de développement.

Plus que jamais, la satisfaction des besoins des populations et le commerce s'inscrivent dans un contexte de complémentarité, et de participation citoyenne. Aussi le Ministère du Commerce entend-il jouer un rôle fédérateur et mobilisateur des énergies déployées. A cet égard, en plus des consultations permanentes avec les divers acteurs de la vie économique nationale et l'appui à leur implication à divers niveaux de négociations, d'autres actes sont en train d'être posés pour un meilleur service du consommateur, et la moralisation du secteur du commerce intérieur, dont entre autres, le Décret d'agrément des associations de consommateurs, le renforcement de nos services par un corps de volontaires de la consommation.

Pour terminer, je voudrai insister sur l'attention particulière du gouvernement sur les consommateurs. En effet, quelle que soit la façon de voir le problème ils en sont au centre au nom des principes du service public (universalité, égalité, solidarité, adaptation, productivité). C'est dire que la présence des associations de défense des consommateurs dans votre Plateforme, aux côtés de l'ensemble de vos organisations membres, réunissant au tour d'une même table les organisations du secteur privé, les organisations syndicales et les organisations de la société civile, nous rassure quant à l'efficacité d'un partenariat Etat/Acteurs non étatiques.

Ce partenariat, avec la Plate-forme des acteurs non étatiques, ne date pas d'aujourd'hui. Je me rappelle ainsi, de la délégation conduite par feu le Président Papa Nalla Fall, dont je salue ici la mémoire, venue nous rencontrer au Ministère du Commerce pour nous faire l'exposé des enjeux de l'Accord de Partenariat Economique UE/ACP et nous porter le rapport, fruit de vos réflexions et analyses, sur les risques pour les économies africaines de signer en l'état les APE.

La stratégie de la Plate-forme, faite de réflexion et de partage avec tous les acteurs sur des questions stratégiques, mais également de contributions écrites à l'endroit des décideurs, est la marque d'une responsabilité citoyenne que nous ne pouvons qu'honorer et accueillir avec joie.

Aujourd'hui, la thématique que vous engagez, sur la protection des droits des consommateurs est un autre enjeu de taille. A la lumière des actions de l'Etat dans ce domaine, qui vous seront exposées par nos services, les acteurs non étatiques, sauront sans nul doute nous faire des contributions permettant de prendre davantage encore leurs préoccupations en compte et partant, de répondre au mieux, aux besoins des citoyens.

Dans l'attente de vos enrichissantes propositions, je voudrai souhaiter plein succès à vos travaux et déclarer ouvertes les journées de réflexion du Groupe thématique Commerce de la Plateforme des Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou sur la **Promotion de la protection des consommateurs à travers les stratégies de commerce et d'intégration régionale.**

Je vous remercie.

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un Peuple - Un But - Une Foi

MINISTERE DU COMMERCE

DIRECTION DU COMMERCE INTERIEUR

SERVICE REGIONAL DE DAKAR

PLATE FORME DES ACTEURS NON ETATIQUES

**Communication de Monsieur Oumar LY
Chef du Service régional du Commerce de Dakar**

Thème :

« Les mécanismes de contrôle et de régulation du marché national »

Atelier d'information et de réflexion sur la
**Promotion de la protection des consommateurs à travers les stratégies de
commerce et d'intégration régionale**

Dakar, le 13 et 14 décembre 2010

Introduction

I. LE ROLE DE L'ETAT

a. Controverse sur le statut de l'Etat

Hans SINGER disait qu'il était difficile de définir un pays sous développé, mais qu'il était facile de le reconnaître. La détermination du statut de l'Etat bute sur le même malaise théorique.

Selon DIGUIT, l'Etat n'est que l'ensemble des services publics. A l'opposé de cette approche objectiviste, les concepteurs subjectivistes soutiennent que

l'Etat est une personnalité morale supérieure, dépositaire de la puissance publique.

S'il n'est pas aisé d'apaiser cette vieille querelle doctrinale, il n'est pas difficile d'admettre qu'un Etat – quelque puisse être sa nature ou son mode de constitution – n'est sensé avoir qu'un seul et ultime objectif : la satisfaction des besoins, le bien-être de la Nation qu'il gouverne. Pour ce faire, il dispose d'un outil de mise en œuvre constitué de services publics investis de prérogatives de puissances publiques (les deux courants ne se retrouvent-ils pas?)

b. Evolution du rôle de l'Etat

Dans l'histoire, selon l'état des besoins des peuples, l'Etat a connu des phases de contraction et des périodes de résurgence salvatrice.

Recroquevillé à son rôle régalien, L'Etat est un gendarme équilibriste surveillant avec attention le bouillonnement des activités privées. L'excès, l'abus ou l'échec l'ont souvent sorti de cette posture de veilleur pour intervenir providentiellement (Keynes) afin de remettre de l'ordre et de créer les conditions d'un environnement propice à la production, à la croissance et à la consommation : le bien-être des populations.

c. Etat et acteurs non étatiques : des rapports synallagmatiques :

Aujourd'hui les crises cycliques (de l'environnement, des productions agricoles, de la finance internationale, etc.), la mondialisation des échanges et les exigences de transparence ; en même temps qu'elles ont consacré le retour de l'Etat, l'astreignent à une démarche associative avec les acteurs non étatiques et à tous les niveaux. En effet, le volume, la complexité et la diversité des difficultés sont tels que l'Etat ne peut plus se contenter de son levier classique (l'Administration). Il est contraint de recourir, d'écouter et d'impliquer les différents acteurs non officiels mais créateurs de la richesse nationale (patronat, syndicat, organisation professionnelle, etc.).

Ce management nouveau commande la participation des acteurs non étatiques dans toutes les étapes de la politique économique et sociale de l'Etat. C'est ce qui explique votre présence féconde dans l'élaboration, la mise en œuvre et la revue des axes et grappes de nos DSRP (Document de stratégies de réduction de la pauvreté).

II. LES ACTEURS NON ETATIQUES ET L'ADMINISTRATION DU COMMERCE

Tout récemment à Saly, du 04 au 06 août 2010, nous avons ensemble formulé la contribution du Ministère du Commerce au Document de politique économique et sociale du Sénégal. Vous comprendrez alors, tout le sens et le plaisir que nous éprouvons à vous présenter « les mécanismes de contrôle et régulation du marché national par la Direction du Commerce intérieur », dans le cadre de votre atelier d'information et de réflexion sur la « la promotion de la protection des consommateurs à travers des stratégies de commerce et d'intégration régionale ».

Je disais tantôt que l'Etat avait compris que réfléchir et travailler de manière introvertie et silocratique ne garantissait ni la formulation correcte des objectifs, ni la rationalité de l'ordonnancement des actions, ni le renseignement fiable des indicateurs encore moins la satisfaction des attentes programmées.

Aussi, c'est ensemble qu'avons-nous convenu que dans le domaine du Commerce et plus spécifiquement en matière de Commerce intérieur, la mission de l'Etat à l'égard des consommateurs consiste à leur offrir régulièrement des produits de bonne qualité, à des prix justes, distribués dans des circuits modernes de proximité, par des transactions commerciales loyales dans un marché principalement concurrentiel accessoirement réglementé, mais toujours surveillé donc régulé et contrôlé.

Mais comment est régulé et contrôlé le marché ? Autrement dit quels sont les acteurs, les instruments et les procédures mis en œuvre pour protéger les consommateurs ?

Les développements suivants démontrent qu'après les avoir écouté, l'Etat implique fortement les consommateurs dans la définition et la mise en œuvre des instruments de régulation.

Moins présents dans les opérations de contrôle, les consommateurs n'en sont pas moins rassurés de l'effectivité et de l'efficacité de celles-ci.

III. L'ETAT REGULE EN ECOUTANT ET EN IMPLIQUANT LES CONSOMMATEURS

La régulation a pour vocation de créer les conditions d'une concurrence saine dans le marché. Elle est alors **ex-ante**. Elle intervient également pour restaurer la transparence et l'équilibre entre les acteurs du marché. Elle est **ex-post**.

Ces modes de régulation se retrouvent aussi bien dans les institutions de régulation que dans les instruments de régulation. Il faut auparavant rappeler que le marché national est en principe régulé par le libre jeu de la concurrence (cf. l'article 2 du Titre premier de la loi 94-63 du 22 août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique qui dispose que «les prix des biens, produits et services sont librement déterminés par le jeu de la concurrence »).

Les consommateurs jouent un rôle important dans la régulation en ce sens qu'ils sont toujours écoutés par l'Etat et sont parties prenantes dans les mécanismes de régulation.

a. Implication des consommateurs dans la régulation

En sus de la régulation par la concurrence, l'Etat du Sénégal régule le marché par des institutions structurées et des mécanismes opératoires.

i. Les institutions de régulation

❖ L'Agence de Régulation des Marchés (ARM) :

Elle est l'organe régulateur par excellence du marché des produits agricoles. L'ARM est une structure de veille, d'alerte et d'anticipation aux éventuels dysfonctionnements du marché.

Structure de soutien et d'accompagnement à la libéralisation des filières agricoles, les activités de l'ARM impliquent trois catégories d'acteurs : les producteurs, les consommateurs et les importateurs.

Elle a pour objectif de faciliter l'accès des produits au marché en assurant simultanément un revenu substantiel aux producteurs, et un prix juste au profit du consommateur. A ce propos, il convient de souligner les résultats appréciables de la filière oignon qui a atteint en 2010, un chiffre d'affaire de 25 milliards de francs CFA.

L'ARM est aussi chargée de développer et d'augmenter les infrastructures de stockage dans les sites de production. De 44 magasins de stockage, elle compte réaliser d'ici 2015, plus de 100 magasins avec des capacités de 100 à 500 Tonnes.

Les consommateurs constituent les sources principales de collecte d'informations effectuées chaque semaine par les enquêteurs de l'ARM qui sillonnent tous les marchés du Sénégal.

❖ Le Conseil national et les Conseils régionaux de la Consommation :

Ces instances ont apparue avec l'arrêté n°6315/MCAI/DCI du 17 juin 1997 portant création, organisation et fonctionnement du Conseil national et des Conseils régionaux de la Consommation. Il s'agit de cadres de concertation

entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs et usagers, les représentants des professionnels, les pouvoirs publics et services publics sur les problèmes de consommation, de concurrence et de prix. Il demeure le principal organe consultatif dans la régulation du Commerce intérieur. Les consommateurs y sont représentés à travers les associations de consommateurs.

❖ La Commission technique de suivi du secteur de la Boulangerie :

Prévue par l'article 9 du Décret n°2004 -102 du 06 février 2004 fixant les règles de production et de distribution dans la Boulangerie. Elle est chargée de veiller aux conditions de vente (art 5), de transport et de distribution du pain (art.6 et 7). La Commission examine et propose au Conseil régional de la Consommation la structure du prix du pain ainsi que les formats à produire.

Les associations de consommateurs sont non seulement membres de la Commission mais siègent aussi au secrétariat technique.

ii. Les instruments de régulation

Ils peuvent tirer leur source de la loi ou découler d'initiatives administratives.

- Le cadre national de concertation des productions agricoles créé par le Décret n° 1257 du 22 juin 2010 ainsi que des cadres régionaux de concertation mis en place par arrêté des Gouverneurs.
Les associations de consommateurs membres peuvent ainsi contribuer aux décisions qui y sont arrêtés et qui concernent la commercialisation des produits agricoles de la GOANA.
- L'article 7 du Décret n°95-77 du 20 janvier 1995 portant application des articles 44 et 64 de la loi 94-63 dispose que : « les autorités habilités à fixer les prix consultent le Conseil national et les Conseils régionaux de la Consommation ». Cette mesure réglementaire implique les consommateurs dans la fixation des prix. Mieux, ils participent à l'audit annuel des régimes de prix dans la mesure où, membres des Conseils de la Consommation, ils sont consultés par le Ministre chargé du Commerce chaque fois qu'il

procède annuellement à la «revue générale des différents régimes de prix des produits de services aux fins de les adapter à l'évolution des marchés» (art 8 du Décret précité).

- Sur initiative administrative, le ministère du Commerce a mis en place des mécanismes de concertation régulière avec les acteurs de plusieurs branches d'activités (boulangers, meuniers, importateurs de denrées de grande consommation, etc.). Avec les associations de consommateurs, ces concertations ont abouti à l'élaboration d'un texte définissant leur condition d'agrément, la subvention qui leur est destinée et la faculté qui leur est conférée à ester en Justice. La question des volontaires de la Consommation est an bonne voie.
Au niveau des service régionaux un numéro vert (800 00 77 77) et à sa suite un numéro orange (817 00 17 17) a été mis à la disposition des consommateurs pour s'informer des prix et au besoin faire des réclamations.

Pour une meilleure visibilité du marché, les services régionaux du Commerce procèdent aux relevés des prix et stocks en association avec les ménages correspondants volontaires.

En vérité, il n'y a aucune structure, ni instrument de régulation qui enregistre l'absence des consommateurs. Ils sont également requis dans le processus de contrôle même si pour des raisons légitimes d'habilitation et d'attribution, ils ne peuvent effectuer des actes de contrôle.

Il n'est pas inutile de rappeler que les magasins de références constituent eux aussi des structures commerciales de régulation de la distribution et de modération des prix.

IV. PAR LE CONTROLE, L'ETAT RASSURE LES CONSOMMATEURS

Il faut convenir que dans nos économies libéralisées où la concurrence est le principal outil régulateur, le contrôle par principe ne doit être que résiduel.

Cependant, toujours dans le souci de défendre les intérêts des consommateurs, l'Etat s'est doté d'un arsenal juridique exhaustif pour encadrer le marché certes, mais aussi se donner les moyens juridiques de fixer les prix, de les bloquer si nécessaire, de sanctionner les contrevenants à la réglementation économique.

Le dispositif législatif et réglementaire est volumineux, il s'agira ici d'en lister les textes de base, de référence, qui sont essentiellement mis en application par des décrets et des arrêtés.

- **Sur les prix et la concurrence**, il s'agit de la loi 94-63 du 22 août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique ;
- **Sur la qualité des produits**, il s'agit de la loi 66-48 du 27 mai 1966 relative au contrôle des produits alimentaires et à la répression des fraudes et ses Décrets d'application 68-507 réglementant le contrôle des produits destinés à l'alimentation humaine et animale et 68-508 fixant les conditions de recherche et de constatation des infractions à la loi 66-48.
- **Sur les Instruments de Mesure**, il s'agit du décret n° 60-415 du 23 Novembre 1960.

Les services de la Direction du Commerce intérieur sont chargés de l'application de ces textes, c'est-à-dire de contrôler leur respect par les acteurs et opérateurs du marché national. Ce contrôle se fait au bénéfice des consommateurs afin de leur assurer un produit de bonne qualité, un prix licite ou/et juste, un poids et une mesure correcte, la disponibilité, la régularité et la proximité de l'offre.

Ce faisant, les consommateurs sont assurés de la loyauté de leurs transactions mais pour mieux les rassurer, ils sont impliqués dans les structures de contrôle. Il s'agit de la **Commission de la Concurrence** et de la **Commission de contrôle des produits alimentaires**.

- Parmi les six membres de la Commission de la Concurrence l'art 3-3 de la loi 94-63 précise que « deux personnalités sont choisies en raison de leur compétence en matière économique ou en matière de concurrence

et de consommation ». Cette disposition offre aux consommateurs, l'occasion de siéger à la Commission. A défaut, ou en plus, les «organisations de consommateurs agréées par le ministère chargé du Commerce» peuvent saisir la Commission « dans les conditions fixées par Décret ».

- Après le laboratoire qui peut être saisi par les consommateurs pour analyse, les associations de consommateurs sont membres de la Commission nationale de contrôle des produits alimentaires dont l'avis est recueilli chaque fois qu'un texte sur la qualité est élaboré. C'est dans ce cadre que les consommateurs sont membres du comité d'élaboration du Code de la Consommation qui va très prochainement démarrer ses travaux.

En amont comme en aval du contrôle, les consommateurs sont concernés. Par le volontariat, leur implication sera encore plus renforcée dans les limites des lois et règlements.

Conclusion

L'intérêt de vos travaux réside dans le fait qu'ils consolident et ravivent le partenariat Secteur Public - Secteur Privé. Vos résultats sont attendus avec empressement et bienveillance par l'Etat.

Vous comprendrez donc, avec moi, pourquoi les règles régissant les actions de l'Etat ne peuvent être momifiées dans des codes figés mais sont plutôt tracées dans un dynamisme réglementaire fondé sur de larges consultations horizontales et transversales.

Cette démarche originale s'inscrit dans le nouveau profit de l'Etat : qui n'est plus cet « Etat de nécessité », cet « Etat stratège » ou le fameux et désuet

« moins d'Etat – mieux d'Etat ». Ce retour de l'Etat engendre un nouveau paradigme de l'Administration dans un contexte de renforcement de la démocratie et de soutien à l'émergence économique.

L'illustration la plus parfaite de ce reprofilage de l'administration adossée à la judicieuse contribution des acteurs non étatiques n'est-elle pas la création récente de la Société de promotion et de commercialisation du riz sénégalais dont les actionnaires sont l'Etat, les Producteurs, les Importateurs et le Privé.

A terme, cette entité assurera notre autosuffisance en riz qui sera vendu à un bon prix.

C'est dorénavant ainsi que nous procéderons avec vous sur toutes les filières et secteurs aboutissant au commerce.

Je vous remercie de votre aimable attention./-

PLATEFORME DES ACTEURS NON ETATIQUES
POUR LE SUIVI DE L'ACCORD DE COTONOU AU SENEGAL
GROUPE THEMATIQUE: COMMERCE ET INTEGRATION
REGIONALE

LA NORMALISATION DES
PRODUCTIONS NATIONALES ET
COMMUNAUTAIRES

Mame Sine MBODJI, Expert Normalisation
Hygiène, HACCP, Association Sénégalaise de
Normalisation (ASN)

Préambule

“Activité propre à apporter des solutions d’application répétitive à des questions relevant essentiellement des sphères de la science, de la technique et de l’ économie visant à l’obtention du degré optimal d’ordre dans un contexte donné. Elle se manifeste généralement par l’élaboration, la publication et la mise en application de normes.”

OBJECTIFS

- Protection de la santé des consommateurs
- Sécurité/Préservation de l’environnement
- Concurrence saine et loyale
- Qualité améliorée
- Accès aux marchés
- Meilleure communication

Qualité améliorée

- Permettent de développer, fabriquer et fournir des produits et services plus efficaces, plus performants, plus sûrs et plus propres:
 - Qualité nutritionnelle
 - Qualité d’usage
 - Qualité hygiénique

- Facilitent le commerce entre les pays et le rendent plus équitable ;
- Régulation des échanges
- Instrument de régulation des marchés
- Conditionne l’accès aux marchés

Concurrence saine et loyale

- Protéger le pays contre le dumping
- Soutien à l'industrie locale

Protection de la santé des consommateurs

- Servent à protéger les consommateurs, et les utilisateurs en général, de produits et services ;

Mécanisme de mise en œuvre

- Elaboration et mise en œuvre d'une politique de normalisation
 - ✓ Création d'un organisme de normalisation (ASN)
 - ✓ Elaboration de normes nationales
 - ✓ Mécanismes d'application des normes nationales
1. Base technique pour la réglementation relative à la santé, la sécurité et l'environnement,
 2. Outils d'évaluation de la conformité ;
 3. Certification de conformité aux normes nationales

Soutien à l'économie locale et défense des intérêts nationaux

Les normes permettent:

- une harmonie de la production en évitant les questions d'incompatibilité entre industries locales
- de favoriser l'échange d'expérience entre fabricants et utilisateurs, entre entreprises de tailles différentes
- de produire mieux en quantité et en qualité

- une concurrence saine et loyale
- de protéger le pays contre le dumping
- un soutien à l'industrie locale

Au niveau communautaire

- Promotion des échanges intra-communautaires
- Suppression d'obstacles techniques
- Harmonisation des normes sous-régionales
- Mise en place d'un organisme sous régional de normalisation (NORMCERQ/UEMOA)
- Harmonisation des normes
- Certification de conformité aux normes communautaires

Conclusion

- Aujourd'hui, la normalisation sert de tribune où les représentants de diverses idéologies peuvent se réunir, discuter et se mettre d'accord sur les principes et les procédures garantissant une évolution rationnelle de la technique
- La protection des intérêts des consommateurs grâce à une qualité adéquate, dans les biens et services;
- La promotion de la qualité de la vie : sécurité, santé et protection de l'environnement ;
- La promotion du commerce international par la suppression des obstacles techniques.



MINISTÈRE DU COMMERCE

LE DISPOSITIF DE CONTROLE DE QUALITE DES PRODUITS ALIMENTAIRES PAR LA DIRECTION DU COMMERCE INTÉRIEUR

Ousmane MBAYE

Commissaire aux Enquêtes Economiques
Adjoint au Chef de Division de la Consommation et de la
Sécurité des Consommateurs

Sommaire

- 1 – Historique & Présentation DCSC
- 2 - Dispositif juridique et institutionnel
- 3 – Dispositif analytiques
- 4- Modalités d'intervention du Contrôle
- 5 – Contraintes
- 6 – Perspectives

1 – Historique et Présentation DCSC

- 1936: Création du service de la répression des fraudes et des poids et mesures
- 1939 : Création du laboratoire de la répression des fraudes (Actuel LCI)
- 1961: Erection de cette structure en Division au sein de la Direction du Commerce Intérieur
- 2006: Division de la Consommation et de la sécurité des Consommateurs (DCSC)



2 - Dispositif juridique et institutionnel

- Loi n° 66-48 du 27 mai 1966 relative au contrôle des produits alimentaires et à la répression des fraudes modifiée par la Loi n° 71-09 du 21 janvier 1971 ;
- Loi n° 84-14 du 2 février 1984 relative au contrôle des spécialités agropharmaceutiques et des spécialités assimilées ;
- Loi n° 94-63 du 22 août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique ;
- Décret 65-177 du 18 mars 1965 réglementant la circulation, la vente des boissons anisées ;
- Décret n° 68-507 du 11 mai 1968 réglementant le contrôle des produits destinés à l'alimentation humaine et animale ;
- Décret 68-508 du 11 mai 1968 fixant les conditions de recherches et de constatation des infractions à la loi n° 66-48 du 27 mai 1966 ;
- Décret n° 69-132 du 12 février 1969 relatif au contrôle des produits de la pêche ;
- Décret 69-659 du 7 juin 1969 relatif à l'importation et la vente des boissons alcoolisées ;
- Décret 69-891 du 25 juillet 1969 réglementant le contrôle du lait et des produits laitiers destinés à la consommation humaine ;
- Décret n° 70-094 portant réorganisation de la Commission de Contrôle des produits Alimentaires ;
- Décret n° 84-503 du 2 mai 1984 portant application de la loi n° 84-14 du 2 février 1984 relative au contrôle des spécialités agropharmaceutiques et des spécialités assimilées ;
- Décret n° 97-616 du 17 juin 1997 portant réglementation de la production, de la certification et du commerce des semences et plants ;
- Décret n° 99-259 du 24 mars 1999 relatif au contrôle de qualité des produits horticoles ;

- Décret n° 99-997 portant application de la norme NS 03.040 mai 1994 sur les vinaigres ;
- Décret n° 99-998 du 5 octobre 1999 portant application des normes NS 03.028 et NS 03.029 juin 1996 relatives au riz paddy et au riz usiné ;
- Décret n°2000-1154 du 29 décembre 2000 rendant obligatoire l'iodation du sel.
- Décret n°2003-638 du 21 juillet 2003 abrogeant et remplaçant le décret n°95-79 du 29 janvier 1995 portant application de la NS 03-036 août 1994 sur le concentré de tomate ;
- Décret n°2004-102 fixant les règles de production et de distribution de la boulangerie ;
- Décret n°2005-913 du 12 octobre 2005 décret portant application des normes codex pour les graisses et les huiles comestibles non visées par des normes individuelles (CODEX STAN 19-1981), pour les huiles d'olive vierges et raffinées et pour l'huile de grignons d'olive raffinée (CODEX STAN 33-1981), pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées (CODEX STAN 1-1985) et pour les huiles végétales portant un nom spécifique (CODEX STAN 210-1999);
- Décret n°2009-872 du 10 septembre 2009 rendant obligatoire l'application des normes sur les huiles comestibles raffinées enrichies en vitamines A et de la farine de blé tendre enrichie en fer et acide folique ;
- Arrêté interministériel du 13 avril 2007 portant réglementation de l'importation des produits halieutiques ;
- Division de la Consommation et de la Sécurité des Consommateurs
- Services régionaux et départementaux du commerce
- Directions des services vétérinaires
- Direction de la Protection des Végétaux
- Direction des Industries de Transformation de la Pêche
- Direction Générale des Douanes

3 - Dispositif analytique



Laboratoire du
Commerce
Intérieur



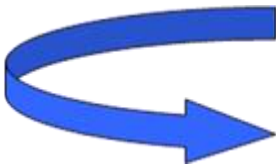
Laboratoires agréés (LAE/ Institut Pasteur/
LHYDAO/ ITA/ Cérés Locustox)

4 - Modalités d'intervention du Contrôle



Le Contrôle
a priori

Produits Importés



✓ **Contrôle documentaire**
✓ **Contrôle étiquetage**
✓ **Contrôle physique**
(analyses microbio, chimie,
conformité à la norme)

Déclaration d'Importation de Produits Alimentaires (DIPA)

Exception : Arômes, alcools et colorants

Le Contrôle a priori

Produits fabriqués localement



- ✓ **Contrôle documentaire**
- ✓ **Contrôle étiquetage**
- ✓ **Inspection des locaux**
- ✓ **Contrôle physique du produit**
(analyses d'aptitude,
conformité à la norme)

Autorisation de fabrication et de mise en vente de Produits Alimentaires

Ex: Aut n°---/2010/FRA

Exemption : Charcuterie fraîche, pâtisserie et confiserie fraîches,
plats cuisinés

Le Contrôle a posteriori

- ✓ Surveillance dans les lieux de fabrication et les circuits de distribution
- ✓ Prélèvements aux fins d'analyses
- ✓ Retrait des produits inaptes à la consommation (périmés, altérés, hors norme, d'origine frauduleuse, etc.)
- ✓ Sanctions pécuniaires et/ou pénales

5 - Contraintes

- Réglementation horizontale (de portée générale)
- Champ d'intervention restreint
- Insuffisance en moyens logistiques de contrôle
- Faiblesse des capacités techniques des laboratoires d'analyses

6 - Perspectives

- Renforcement des règlements techniques;
- Elargissement du champ d'intervention pour prendre en charge certains produits tels que les jouets, les produits cosmétiques, etc;
- Renforcement des moyens analytiques;
- Pratiques d'analyses du risque dans le cadre de la facilitation

**GRUPE THEMATIQUE :
COMMERCE, INTEGRATION REGIONALE ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS**

ATELIER DE REFLEXION

Dakar, 13 – 14 Décembre 2010

Contribution du CROCS

Les déterminants d'une professionnalisation du mouvement consommateur au Sénégal

par Mr. Maguette FALL
Président de l'ADEC
Coordonnateur du **CROCS**, ex CONAC

La voix des Consommateurs à travers le monde
The global voice for consumers
La voz global para la defensa de los consumidores

Cadre Représentatif d'Organisations, entièrement ou partiellement, Consoméristes du Sénégal
Une coalition de 65 associations, membre de Consumers International, de Women World Summit Fondation et de la Plateforme des
Acteurs Non Etatiques pour le suivi de l'Accord de Cotonou
crocsenegal@gmail.com

La promotion du commerce, comme facteur d'intégration régionale pertinente, va de pair avec le renforcement de la prise en compte des droits et intérêts des consommateurs.

Plan

- ✓ Définition du consommateur
- ✓ Le mouvement consommateur mondial
- ✓ Protection du consommateur au Sénégal
- ✓ Le mouvement consommateur sénégalais
- ✓ Les déterminants de l'efficacité du mouvement consommateur (professionnalisation)
- ✓ Conclusion

Définition du consommateur

Dans sa forme la plus simple, le consommateur se définit comme l'acquéreur, pour utilisation finale, de biens et services.

Du point de vue consommériste, le consommateur est une personne qui dépense de l'argent pour acheter et utiliser des biens et services. **Il ne désigne ni la consommation du secteur public, ni la consommation de biens et services intermédiaires dans le secteur productif.** Le terme renvoie ainsi à une séquence de choix et d'actions comprenant « la sélection, l'achat, l'utilisation, l'entretien, la réparation et l'élimination de tout produit ou service », autrement dit une articulation de droits et d'obligations.

L'objet de la consommation est donc à double face : d'un côté la dévolution d'une fonction essentielle à la vie ; de l'autre la faculté d'assumer cette fonction. Le consommateur se révèle ainsi un maillon déterminant d'un système d'action, de production et d'échange. Aussi, dans le sillage du Président J.F Kennedy, la communauté internationale lui a-t-elle doté d'un outil de prise en compte de ses droits et intérêts par les législations et politiques nationales. Celui-ci est l'objet de la Résolution 39/248 du 09 avril 1985, intitulée : Principes Directeurs des Nations Unies pour la Protection du Consommateur, consacrant 8 droits complétés par un 9ème, lors de la conférence de Sao Paulo autour du débat mondial sur le développement durable, toutes les deux résolutions adoptées par consensus :

1. Le droit à la satisfaction des besoins essentiels
2. Le droit à la sécurité
3. Le droit d'être entendu
3. Le droit à l'information
5. Le droit à la représentation
6. Le droit à la réparation des torts
7. Le droit à l'éducation du consommateur
8. Le droit à un environnement sain
9. Le droit à la consommation durable

Le mouvement consommateur mondial

L'organisation la plus représentative de ce mouvement est, sans conteste, Consumers International : **CI**, *Organisation Internationale des Consommateurs (O.I.C.)*, réseau de plus 260 organisations de consommateurs à travers quelque 120 pays à travers le monde.

Elle leur apporte son soutien, et les met en relation dans le monde entier. Elle a le statut d'observateur auprès d'instances internationales comme l'ECOSOC, des agences et commissions spécialisées des Nations Unies, l'Union Européenne... qui ont compris l'intérêt d'intégrer le point de vue des consommateurs dans leur processus de décision.

Elle coordonne et appuie les activités de ses membres par le biais de la recherche, de réseaux d'information, de publications, d'atelier de formation, de séminaires régionaux et internationaux, etc.

Son siège est à Londres avec des représentations régionales dans les cinq continents, dont celle pour l'Afrique est basée à Johannesburg en Afrique du Sud.

Signataire de la Charte de Responsabilité des ONG Internationales, l'adhésion à l'OIC est soumise à un certain nombre de conditions dont :

- l'apolitisme ;
- l'indépendance vis-à-vis des pouvoirs de l'argent,
- le paiement d'une cotisation annuelle à la structure internationale

La tendance de l'OIC est à la professionnalisation des associations de consommateurs membres.

Protection du consommateur au Sénégal

Au regard des Principes Directeurs des Nations Unies pour la Protection du Consommateur, la promotion de la protection du consommateur pourrait se résumer à l'existence : d'une législation spécifique, d'une justice adaptée aux litiges de la consommation, d'un interlocuteur institutionnel ainsi qu'à l'intégration de l'éducation du consommateur dans les curricula scolaires et l'appui aux organisations de consommateurs.

Au Sénégal, la prise en compte de telles préoccupations tarde encore à se réaliser. C'est dire qu'il y'a véritablement absence d'une politique spécifique de protection des consommateurs. En effet au plan de la législation : la protection du consommateur n'est envisagée qu'à travers des lois et règlements relatifs à certains secteurs du commerce tels que :

- la loi n°65-25 du 4 Mars 1965 portant sur les prix et les infractions à la législation économique.
- la loi n° 66-48 du 25 Mai 1966 relative au contrôle des produits alimentaires et la répression des fraudes
- la loi n° 94-63 du 22 Août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique.
- Le Décret n° 60-415 du 23 Novembre 1960 organisant le contrôle des instruments de mesure dans la République du Sénégal.
- Le Décret n° 68-507 du 7 Mai 1968 réglementant le contrôle des produits destinés à l'alimentation humaine et animale.
- Le Décret n° 68-508 du 7 Mai 1968 fixant les conditions de recherche et de constatation des infractions à la loi 66-48 du 27 Mai 1966.
- Le Décret n° 95-077 du 20 Janvier 1995 portant application des articles 44 et 64 de la loi n° 94-63 du 22 Août 1994.

Ce qui pose un problème d'efficacité de cette protection, pouvant s'illustrer, entre par la difficulté, voire même l'impossibilité, d'accès à la justice pour l'arbitrage de différends issus d'actes de consommation.

Certes la législation nationale permet à tout citoyen, de saisir le tribunal compétent pour demander réparation d'un préjudice subi. Mais, force est de reconnaître que c'est là un droit purement formel. En effet en raison des coûts et procédures, l'exercice de ce droit est quasi impossible pour des litiges mineurs, tels ceux issus des actes de consommation : frais de justice très élevés, saisine du tribunal requérant des connaissances et une expertise ne pouvant être offertes que par les avocats. C'est dire que la justice est inadaptée aux litiges de consommation.

Le mouvement consommateur sénégalais

Au Sénégal, la première association de consommateurs a vu le jour vers la fin des années 80 en plein contexte de politique d'ajustement structurel.

On y compte actuellement une douzaine d'organisations de consommateurs ne présentant pas un profil standardisé mais plutôt une certaine diversité.

Certaines d'entre elles sont spécialisées et interviennent dans des domaines spécifiques. Les autres sont à vocation généralistes, touchant à tous les domaines. Il est aussi à signaler que certaines associations ont intégré l'action politique partisane dans leur démarche.

Le développement socioéconomique du pays devant être l'œuvre de tous, les associations de consommateurs peuvent y contribuer significativement par des interventions autour d'axes prioritaires tels que :

1. L'information, l'éducation, la formation et la communication
2. La protection des consommateurs contre les abus et contre les produits dangereux.
3. L'accès des consommateurs aux ressources de base : santé, éducation, alimentation, habitat, eau et énergie.
4. La représentation des consommateurs au plan politique dans les instances de décision afin de protéger leur droit et de constituer un contre pouvoir pour inscrire à l'ordre du jour les questions qui les préoccupent.

Toutefois, au regard de certaines considérations, on est amené à s'interroger sur leur capacité à assumer de telles missions. En effet, à quelques rares exceptions près, la situation des associations sénégalaises reste caractérisée par un certain nombre de faiblesses, dont notamment :

➤ **L'insuffisance des ressources humaines**

Dans leur quasi unanimité, on relève l'indisponibilité d'une masse critique de ressources humaines, tant en effectif qu'en domaines d'expertise.

En tant qu'organisations de bénévoles et à but non lucratif, elles ne disposent pas de ressources humaines travaillant à plein temps pour l'atteinte de leurs objectifs.

En effet, les rares personnes ressources, généralement des sympathisants, consacrent très peu de temps aux activités des associations.

➤ **La faiblesse des moyens matériels**

L'analyse organisationnelle des associations laisse voir des entités à la limite dépourvues de moyens matériels pour la réalisation de leurs activités.

Une organisation de défense des consommateurs qui se veut crédible doit être dotée de suffisamment de moyens informatiques, de moyen de tests et études comparatives pour la protection des consommateurs contre les produits dangereux, de moyens puissants de communication, de sensibilisation, de formation et d'équipements divers.

➤ **Une pénurie de ressources financières**

La diversité des actions à mener par les associations et des zones géographiques ciblées, jure d'avec l'indigence des groupes constituant la généralité des dites associations.

Les déterminants de l'efficacité du mouvement consommateur *(professionnalisation)*

Les profondes mutations engendrées par la mondialisation imposent une évolution des consommateurs comme un groupe spécifique d'acteurs sociaux aux intérêts dépassant largement les aspects économiques pour englober des secteurs vitaux désengagés de l'Etat tels que : l'éducation, la sécurité physique et à la santé, la gestion des réclamations par des modes extrajudiciaires de règlement des conflits, la participation aux processus de décision pour la défense d'intérêts collectifs, la satisfaction des besoins de base ou d'intérêt général (transports,

distribution d'énergie, alimentation en eau potable, télécommunications) ainsi que la préservation de l'environnement.

Cette évolution offre de nombreuses opportunités mais pose, à la fois, de nouveaux défis aux organisations de consommateurs. La complexité des procédures, de prise en compte de leurs droits et intérêts économiques, nécessite de nouvelles approches démocratiques. Ceci soulève la question de l'efficacité des interventions des organisations sur des aspects requérant de solides expertises ?

Pour défendre leurs droits et assumer leurs responsabilités, les organisations de consommateurs doivent comprendre des questions essentielles : questions dont la complexité requiert de l'expertise bien au delà des sphères habituelles d'intervention. Dans une économie de plus en plus mondialisée, il importe certes de fournir des informations exactes aux consommateurs, mais le fait de les informer correctement n'en fait pas forcément des agents économiques efficaces. Cette aptitude est fonction de la capacité d'influence sur les tendances lourdes, dont notamment : la mondialisation, le désengagement de l'Etat, la bonne gouvernance, les NTICs.

La protection du consommateur appelle ainsi d'urgentes évolutions, à assumer individuellement et collectivement. La complexité des données à prendre en compte, la multiplication des sources d'information, les masses d'instruments juridiques, la recomposition des sphères de décision, imposent de nouvelles compétences, tant aux décideurs, producteurs, distributeurs qu'aux consommateurs. Quelques unes de ces questions sont :

➤ **La gouvernance participative**

Englobant les mécanismes, les processus et les institutions d'expression des intérêts des citoyens, l'exercice de leurs droits, l'acquittement de leurs obligations et le règlement de leurs différends, l'efficacité de l'intervention des organisations de consommateurs y sera fonction de leurs niveaux de compréhension et de maîtrise des domaines de représentation et de participation au nom des consommateurs.

➤ **La normalisation des produits et services de consommation**

La mondialisation en tant que facteur de large ouverture des frontières, engendre :

- La prolifération de produits divers sur les marchés locaux augmentant ainsi le risque de consommation des produits dangereux pour les consommateurs,
- La libéralisation dont la législation n'est pas favorable à la protection des consommateurs et de leur environnement.

Ainsi, importe-t-il pour les consommateurs de veiller à l'analyse des systèmes de production, plus particulièrement les aspects relatifs :

:

- le cadre juridique et politique, notamment les lois et les règlements en vigueur ainsi que leurs mécanismes d'application;
- les normes et règlements techniques des produits et services de consommation ainsi que leur conformité avec le Codex;

➤ **Voies de recours**

Les mécanismes de recours constituent une composante importante de l'action du consommateur. Il importe de s'assurer de l'efficacité de ceux mis en place, par une analyse de leurs points forts et leurs faiblesses.

➤ **Gestion des situations et comportements à risque**

Les représentants des consommateurs doivent être suffisamment outillés pour le suivi des modèles de production et de consommation en cours. Ils doivent être capables de revendiquer, si besoin en est, la transparence et exiger des informations détaillées des décideurs et des secteurs concernés.

Les contraintes à la professionnalisation

De nombreux obstacles limitent l'effort l'efficacité des associations de consommateurs pour dans la promotion des droits et intérêts économiques. L'ampleur du domaine constitue à elle seule une contrainte.

➤ Faible prise en compte des PDPC

Le concept de protection du consommateur, tel que formulée par les Nations Unies, est très souvent ignoré des décideurs. L'enquête effectuée en 2002 par Consumers International, sur les mesures prises par les Etats en vue de donner effet aux dispositions de la Résolution des Nations Unies sur la protection du consommateur que l'on en est encore aux premiers balbutiements dans la prise en compte des considérations liées à la protection des consommateurs lors de la définition des politiques nationales. Il est très souvent envisagé de façon transversale, d'où la difficulté d'identifier un responsable unique, de planifier des activités de plaidoyer et cibler efficacement les interlocuteurs institutionnels.

Une difficulté supplémentaire est le besoin de ressources financières pour obtenir des conseils d'experts et réaliser le renforcement des capacités et la planification des activités de plaidoyer nécessaires.

➤ Relations avec les décideurs

Les relations entre les associations de consommateurs et les décideurs doivent être officiellement reconnues. Il faut qu'une relation de coopération s'instaure avec les services gouvernementaux et que les associations de consommateurs soient considérées comme des partenaires poursuivant des objectifs similaires : le développement équitable. A ce niveau, nous saluons l'adoption récente par le gouvernement d'un décret d'agrément des associations.

➤ La collaboration de la recherche

Les organisations de consommateurs doivent être, par essence, des cadres de formation et de sensibilisation des consommateurs. Une articulation plus directe entre le monde de la recherche et le mouvement consommateur permettrait de progresser dans ce sens. L'objectif n'est pas seulement d'améliorer la diffusion des connaissances scientifiques mais aussi de favoriser l'éclosion de nouvelles attitudes et de nouveaux comportements vis-à-vis de l'environnement socioéconomique.

➤ Contribution au renforcement de l'intégration économique

L'intégration économique africaine est aujourd'hui fortement fragmentée par l'hétérogénéité des institutions et des accords. Elle est parfois incohérente et les synergies possibles inexploitées. Les organisations de consommateurs doivent donc investir dans les capacités de recherche et à se tenir au courant des événements internationaux influant sur la protection des consommateurs. À cet égard, elles doivent participer de manière plus régulière aux instances internationales, afin de promouvoir et de défendre les vues et les intérêts des consommateurs.

Au regard de l'urgence des défis, les organisations africaines de consommateurs doivent être appuyées pour l'élaboration des programmes communs d'action, dont l'objectif serait la promotion de l'intégration économique à l'échelle régionale. Les gouvernements, la recherche, les partenaires au développement et d'autres organisations de la société civile pourraient y contribuer.

Conclusion

Au regard de la situation nationale, la vocation des organisations de consommateurs au Sénégal ne pourrait être de réunir des armées de membres qui paient des cotisations et arborent leur carte de membre comme dans les partis politiques. Elles voient leurs missions élargies au rang de levier de développement et d'éducation des masses, sentinelle des marchés et relais entre les consommateurs, les autorités et les professionnels.

Elles devront évoluer, se structurer, et se donner les moyens de leur vocation. En effet, leur efficacité en fera un pôle de partenariat stratégique de premier ordre du secteur privé national, puisqu'en mesure de réguler sa relation avec la clientèle, préoccupation figurant au premier plan des normes ISO.

Cette évolution passe nécessairement par un soutien public : la protection des droits des consommateurs étant un pouvoir régalién : nécessité, fort heureusement, est prise en compte par l'accord de Cotonou, à travers son article 51, stipulant que, « ...les capacités des organisations de consommateurs devraient être renforcées pour leur participation active à la politique de consommation.. ». L'intérêt de cet article est d'autant plus avéré qu'il permet un contrôle efficient du marché par l'Etat, en organisant les exportations ou importations des biens et services, sans tomber sous la coupe des obstacles au commerce, puisque se fondant sur les appréciations des consommateurs.

Nous terminons, en insistant, sur l'apport inestimable, à la promotion de notre commerce national et régional, pouvant découler d'un partenariat avec le mouvement évoluant dans un environnement favorable, caractérisé par :

- Une législation conforme aux droits et intérêts économiques des consommateurs,
- Des mécanismes de gestion efficace des réclamations de consommateurs
- Des moyens d'éducation du consommateur
- L'existence d'un interlocuteur institutionnel,
- La moralisation du mouvement par l'agrément d'associations se conformant aux critères d'éthique
- Le renforcement de capacités des associations de consommateurs

LES POLITIQUES COMMERCIALES DE L'UEMOA ET DE LA CEDEAO

ATELIER D'INFORMATION ORGANISE PAR LA PLATEFORME
DES ACTEURS NON ETATIQUES (DAKAR 13-14 DECEMBRE
2010)

Présenté par Monsieur Robert NIOUKY Directeur Adjoint du
Commerce Extérieur

SOMMAIRE

- 1. Définition**
- 2. Politique commerciale de l'UEMOA**
- 3. Politique commerciale de la CEDEAO**
- 4. Quelques résultats**

1. DÉFINITION

- ❑ Ensemble de mesures et actions mises en œuvre séparément ou de manière conjointe par l'UEMOA/ la CEDEAO.
- ❑ Parfait fonctionnement du marché de l'Union.

2. POLITIQUE COMMERCIALE DE L'UEMOA

2.1. Objectifs

- ⊙ Créer entre les Etats membres un marché commun basé sur la libre circulation des personnes, des biens, des services et des capitaux.
- ⊙ Instituer une coordination des politiques sectorielles nationale.
- ⊙ Mettre en œuvre des actions et des politiques communes (transports et télécommunications,, agriculture, énergie, industrie et mines, etc.).
- ⊙ Harmoniser, dans la mesure nécessaire au bon fonctionnement du marché commun, les législations des Etats membres et particulièrement le régime de la fiscalité.

2.2. Mesures et actions mises en œuvre

- ⊙ Mise en place d'une zone de libre échange
 - 1er juillet 1996: produits du cru et de l'artisanat traditionnel.
 - 1er janvier 2000: produits industriels agréés .
 - Règles d'origine communes.
 - Critères d'origine .
 - Mise en place d'une Union douanière: 1er janvier 2000.
 - Droit de douanes à quatre taux (0%, 5%, 10%et 20%).
 - Redevance statistique (1 %) et prélèvement communautaire de solidarité (1 %).
 - Mesures complémentaires de taxation pour certains produits:
 - TDP n'pas été appliqué au Sénégal

- TCI.Exemples: farine de blé (2002, PD = 201F/kg),
- double concentré de tomate (2003, PD = 964F/kg)
- huiles végétales raffinées (colza, soja et arachide)
- lait concentré non sucré et sucré (2003, PD= 645F et 877 respectivement)
- ⊙ Mise en place d'un système temporaire de compensations financières destiné à compenser les moins-values de recettes douanières du fait de la libéralisation des échanges intra-communautaires
- ⊙ Suppression des restrictions quantitatives dans les échanges commerciaux entre les Etats membres dès le 1^{er} juillet 1996.
- ⊙ Autres instruments de la Politique commerciale.
- ⊙ Règles communes de concurrence.
- ⊙ Harmonisation de la TVA .
- ⊙ Harmonisation des droits d'accises.
- ⊙ Harmonisation et reconnaissance mutuelle des normes.
- ⊙ Code antidumping entré en vigueur depuis le 1er juillet 2004.
- ⊙ Politiques sectorielles communes (PAU, PIC).

3. POLITIQUE COMMERCIALE DE LA CEDEAO

- ⊙ Une politique commerciale commune est en cours d'élaboration auprès du département du commerce de la CEDEAO.
- ⊙ S'il n'existe pas aujourd'hui à proprement parler de politique commerciale commune à la CEDEAO, un certain nombre de mesures ont déjà été mise en œuvre qui serviront de socle à la future politique commerciale commune.

Il s'agit de

- Le schéma de libéralisation des échanges (SLE) ;
- L'harmonisation des règles d'origine avec celles de l'UEMOA ;
- La compensation dégressive des moins values fiscales
- La finalisation du tarif extérieur commun de la CEDEAO (TEC).
- La convention sur le Transit Routier Inter-Etats de marchandises (TRIE) ;

- L'harmonisation des normes avec l'UEMOA ;
- L'adoption d'une loi sur la concurrence ;
- L'harmonisation des législations fiscales indirectes intérieures

3.1. Schéma de libéralisation des échanges (SLE)

- Décision d'adopter un schéma de libéralisation des échanges (SLE) en 1983.
- Lancement du schéma le 1^{er} janvier 1990.
- Application progressive prévue sur une période de 10 ans donc le 1er janvier 2000.
- Cependant libéralisation des échanges intra-communautaires seulement depuis le 1er janvier 2004

3.2. L'harmonisation des règles d'origine avec celles de l'UEMOA en 2003.

3.3. Compensation des moins values fiscales.

⊙ Montants à compenser prévus aux taux dégressifs ci-après:

- 100 % des moins-values subies de 2000 à 2002.
- 80 % des moins-values subies en 2003.
- 60 % des moins-values subies en 2004.
- 30 % des moins-values subies en 2005.
- 0 % à compter du 1er janvier 2009.

3.4. Processus de finalisation du TEC CEDEAO

- Mise en place d'un PC de 0,5%.
- Structuration du TEC autour de cinq catégories de droits de douane, sous l'impulsion du CCG TEC CEDEAO (0%, 5%, 10%, 20% et 35%).
- Discussions en cours sur l'affectation des produits dans les différentes catégories.
- Travaux attendus sur les mesures de protection temporaires.

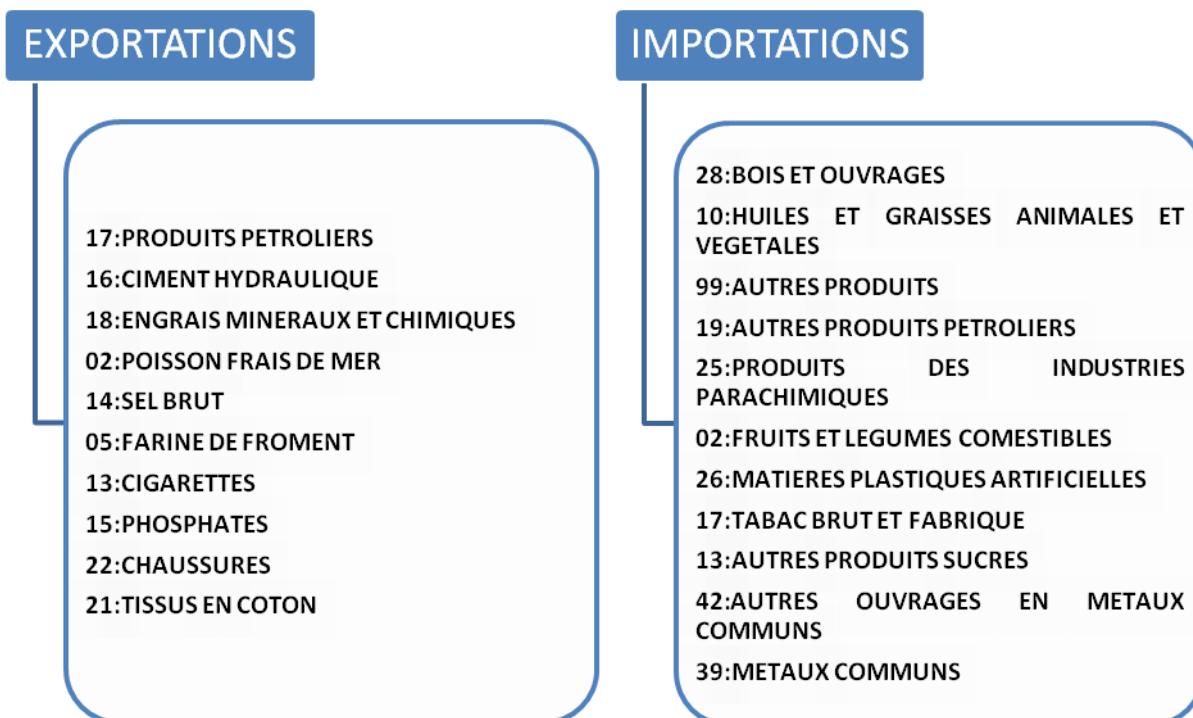
Les Mesures d'accompagnement proposées pour le TEC de la CEDEAO

	TDP	TSC	DCC
Objectif	Protection industrie et agriculture	Combattre la variabilité des prix et les escalades d'importation	Contrepoids aux subventions des pays industrialisés
Condition de déclenchement	Diminution de protection en raison du TEC, et préjudice pour les producteurs de la CEDEAO	Forte baisse des prix à l'importation ou augmentation des importations	Preuve de l'existence de subventions
Niveau de taxation	A négocier. Maximum 20%	Soit 50% du montant de la réduction des prix à l'importation, soit 20% du pourcentage de l'augmentation du volume d'importation. Le plus élevé des deux s'applique.	10%, 20%, 30%, selon le niveau des subventions étrangères mesuré par l'équivalent subvention à la production (ESP)
Durée d'application	10 ans (à éliminer progressivement)	6 mois (renouvelable)	6 mois (renouvelable)
Niveau d'application	National	National	CEDEAO

4. QUELQUES RÉSULTATS

4.1. Echanges UEMOA-SENEGAL de 2005 à 2009

- ⊙ Bien qu'en hausse seuls 10% nos échanges totales se font avec l'UEMOA.
 - La part des importations venant de l'UEMOA par rapport aux importations totales du Sénégal = en moyenne 3%.
 - La part des exportations vers l'UEMOA par rapport aux exportations du Sénégal (en hausse au détriment surtout de l'Europe) = en moyenne à 29%.
- ⊙ Balance commerciale du Sénégal constamment excédentaire par rapport à l'ensemble de ses autres partenaires de l'UEMOA (sauf Côte d'Ivoire).
- ⊙ Principaux produits échangés :



⊙ Tableau des statistiques des échanges:

DESIGNATION	ANNEES					Moyenne
	2005	2006	2007	2008	2009	
imp de uemoa	51 013	59 762	60 829	89 928	71 096	66526
imp totales	1 683 978	1 790 899	2 123 624	2 534 190	2 141 667	2054872
imp uemoa/imp tot	3%	3%	3%	4%	3%	3%
exp vers uemoa	176 898	198 835	231 935	285 465	249 228	228472,2
exp totales	686 641	715 710	702 454	893 610	890 731	777829
exp vers uemoa/exp tot	26%	28%	33%	32%	28%	29%
echanges avec uemoa	227 911	258 597	292 764	375 393	320 324	294998
echanges tot	2 370 619	2 506 609	2 826 078	3 427 800	3 032 398	2832701
echanges avec uemoa/echanges tot	10%	10%	10%	11%	11%	10%
balance commerciale	125 885	139 073	171 106	195 537	178 132	161 947

4.2. Echanges CEDEAO-SENEGAL de 2005 à 2009

- ⊙ En moyenne 20% de nos échanges se font avec la CEDEAO. Ce niveau est surtout induit par la faiblesse de la part des importations comparativement à celle des exportations
 - La part des importations venant de la CEDEAO par rapport aux importations totales du Sénégal = en moyenne 13%.
 - La part des exportations vers la CEDEAO par rapport aux exportations du Sénégal (en hausse au détriment surtout de l'Europe) = en moyenne à 39%.

- ⦿ Balance commerciale du Sénégal, bien qu'ayant été déficitaire en 2005 et 2008, elle est globalement excédentaire sur toute la période.

EXPORTATIONS

17:PRODUITS PETROLIERS
16:CIMENT HYDRAULIQUE
18:ENGRAIS MINERAUX ET CHIMIQUES
02:POISSON FRAIS DE MER
14:SEL BRUT
13:CIGARETTES
05:FARINE DE FROMENT
22:CHAUSSURES
15:PHOSPHATES
11:PRODUITS SUCRES

IMPORTATIONS

18:HUILES BRUTES DE PETROLE
28:BOIS ET OUVRAGES
10:HUILES ET GRAISSES ANIMALES ET VEGETALES
19:AUTRES PRODUITS PETROLIERS
25:PRODUITS DES INDUSTRIES PARACHIMIQUES
02:FRUITS ET LEGUMES COMESTIBLES
01:PRODUITS LAITIERS
17:TABAC BRUT ET FABRIQUE
26:MATIERES PLASTIQUES ARTIFICIELLES
13:AUTRES PRODUITS SUCRES
42:AUTRES OUVRAGES EN METAUX COMMUNS

DESIGNATION	ANNEES					Moyenne
	2005	2006	2007	2008	2009	
imp de cedeao	253 844	130 134	270 542	445 143	277 246	275382
imp totales	1 683 978	1 790 899	2 123 624	2 534 190	2 141 667	2054872
imp cedeao/imp tot	15%	7%	13%	18%	13%	13%
exp vers cedeao	242 039	266 316	305 288	372 124	332 904	303734
exp totales	686 641	715 710	702 454	893 610	890 731	777829
exp vers cedeao/exp tot	35%	37%	43%	42%	37%	39%
echanges avec cedeao	495 883	396 450	575 830	817 267	610 150	579116
echanges tot	2 370 619	2 506 609	2 826 078	3 427 800	3 032 398	2832701
echanges avec cedeao/echanges tot	21%	16%	20%	24%	20%	20%
balance commerciale	-11 805	136 182	34 746	-73 019	55 658	28 352

4.3. En 2009 environ 178 entreprises sénégalaises ont été agréées aux SLE de la CEDEAO et de l'UEMOA pour environ 403 produits (lignes tarifaires à 10 chiffres dans le SH)

Conclusion: des améliorations obtenues mais beaucoup reste à faire.

LISTE PARTICIPANTS

	Prénom et nom	Organisation et Fonction	Contacts
1.	Papa Samba Nor Ndiaye	CONAC / consultant	sambanor@consultant.com 77 360 87 14
2.	Djibrilou Ba	SPIDS/ Trésorier Adjoint PFANE	dba@spids.sn 77 639 05 10
3.	Maguette FALL	ADEC/CONAC	Adec_cons@yahoo.fr 77 636 87 03
4.	Mame Siré Mbodji Ndiaye	ASN/Chef Division Normalisation/Certification – PA	mamismb@yahoo.fr 77 652 84 31
5.	Ndeye Amina Traoré	UFCE	Aminasn19@yahoo.fr 77 621 33 35
6.	Sokhna Sarr	Bokka Ndeye Medina	77 650 61 24
7.	Adama Ndiaye	Collectif des Femmes de Médina	77 172 69 57
8.	Dielia Wane	Jiggen Madina and tak ligguey REPAF	Dielia1@hotmail.fr 77 513 24 56
9.	Fatou Diagne Dramé	Soukhaly Djiguenou Angle Coumba	dramefa@hotmail.fr 77 516 76 41
10.	Fatou Ngom	Mbagne Gathé/REPAF	77 578 31 32
11.	Bineta Rosalie Diallo	Bokk Ndeye Medina	Bineta.rosalie@yahoo.fr 76 478 90 60
12.	Magatte Thiam	ADEC	Magatteth@yahoo.fr 77 244 02 15
13.	Ibrahima Sall	Coordinateur PROLAIT/GRET	Salibou1@yahoo.fr 77 514 53 00
14.	Magatte Diouf	COB/APRAO	apraoartisans@yahoo.fr 77 646 75 24
15.	Ogo Sarr	COB/PAFS	Ogo.sarr@yahoo.fr 77 632 92 84
16.	Fatou bintou Ndiaye	CAJEF	convactionjef@gmail.com 77 542 06 39
17.	Babacar Ndiaye	APRAO/COB	Babacar1ndiaye@gmail.com apraoartisans@yahoo.fr 77 539 47 35 33 824 12 19
18.	Nafi Diouf	COB	Nafidiouf1@gmail.com 70 647 14 83
19.	Ndeye Absa Ndiaye	APRAO/Présidente	absataha@yahoo.fr 77 533 70 77
20.	Fatou Binetou Khoulé	RFCP/Présidente REPAP/SG	rfcpsenegal@gmail.com 76 347 87 62
21.	Ndeye Hawa Mbengue	Bokk Diom Santhiaba	77 421 77 74
22.	Aïssatou Ba	Deggo don Ben	Satouba78@hotmail.fr 77 548 65 74

23.	Mame Binta Diene	Deggo don Ben	70 562 48 34 77 412 25 98
24.	Edouard Thomas Diémé	ANHMS	Edouard_dieme@yahoo.fr 77 236 26 00 33 850 47 64
25.	Ibrahima Lo	UNACOIS	sidecomsa@yahoo.fr 33 820 04 37
26.	Babacar Owens Ndiaye	CSA/PGTC	babacarowens@gmail.com 77 353 02 07
27.	Oumou Sall	ADCL	Oumou74@alive.fr 70 103 14 45
28.	Habibatou Gueye	CL	76 661 29 19
29.	Séllé Diagne	ACL	Sellediagne28@hotmail.com 77 108 74 29
30.	Ndeye Fatim Diop Diao	PFANE/Assistante	contact@plateforme-ane.sn 33 869 45 40
31.	Aïssatou Diallo	Almoutha Akhina	77 564 02 87
32.	Djeumbath Babou Ndiaye	TND	77 536 08 66
33.	Malick Diop	CNEAP	cneap.sn@gmail.com 77 645 82 75
34.	Massamba N. Gaye	Eco-Finances	contact@infoecofinance-sn.net 77 536 55 74
35.	Babacar Diouf	Ministère du Commerce/DCI/DCSC	Baba2diouf@yahoo.fr 77 532 92 17
36.	Pape Senghane Diouf	CNES/Trésorier général PFANE	papesenghaneiouf@yahoo.fr 76 697 08 73
37.	Mamadou Ben Ngom	PFANE	bensouka@live.fr 33 869 45 40
38.	Mamadou Faye	CNTS/Président PFANE	thiougary@yahoo.fr 77 558 69 79
39.	Abdoulaye Diagne	Conseiller Technique /Ministre du Commerce	Abeldia2003@yahoo.fr 77 638 90 67
40.	Babacar Diouf	Commissaire aux enquêtes économiques/Ministère du Commerce/DCSC	Baba2diouf@yahoo.fr 77 532 92 17
41.	Ousmane Mbaye	DCSC/DCI – Adjoint chef de Division	mbayeousou@yahoo.fr 77 651 84 74
42.	Sette Dieng	UNSAS/RAR	Jeeri544@live.fr setteillitch@gmail.com 77 550 99 40
43.	Oumar Ly	Chef de Service Régional Dakar du Commerce Intérieur	Oumarly78@yahoo.fr 77 650 80 01
44.	Maïmouna Dieng	PFANE/SP	contact@plateforme-ane.sn 33 869 45 40
45.	Gladys Senou	PFANE	33 869 45 40