

Non classifié

DAF/COMP/GF/WD(2008)36



Organisation de Coopération et de Développement Economiques  
Organisation for Economic Co-operation and Development

13-Feb-2008

Français - Or. Anglais

**DIRECTION DES AFFAIRES FINANCIÈRES ET DES ENTREPRISES  
COMITÉ DE LA CONCURRENCE**

DAF/COMP/GF/WD(2008)36  
Non classifié

## **Forum mondial sur la concurrence**

### **L'INTERACTION ENTRE LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE ET LA POLITIQUE À L'ÉGARD DES CONSOMMATEURS**

#### **Contribution de la Tunisie**

-- Session IV --

*Cette contribution est soumise par la Tunisie au titre de la session IV du Forum Mondial sur la Concurrence qui se tiendra les 21 et 22 février 2008.*

Contact: Hélène CHADZYNSKA, Chef de Projet du Forum Mondial sur la Concurrence [Tel: 33 1 45 24 91 05; email: helene.chadzynska@oecd.org].

**JT03240397**

Document complet disponible sur OLIS dans son format d'origine  
Complete document available on OLIS in its original format

Français - Or. Anglais



*Forum mondial de l'OCDE  
sur la concurrence*

---

## **Relation entre la politique de concurrence et la politique à l'égard des consommateurs**

**Khalifa TOUNAKTI**

Directeur Général de la Concurrence  
et des Enquêtes Économiques  
Ministère du Commerce et de l'Artisanat  
Tunisie

21, 22 Février 2008, Paris

1

## **Introduction**

---

■ **La politique de la concurrence a deux objectifs majeurs en Tunisie:**

- Améliorer la compétitivité de l'économie et de l'entreprise tunisienne
- Garantir au consommateur la qualité des produits et des services à des prix abordables

2

## Introduction

- **Cette préoccupation existait déjà dans la politique d'encadrement suivie avant les années 80**
- **Mais les moyens et les méthodes utilisés sont différents**
- **La protection du consommateur est une prérogative de l'État à travers:**
  - l'encadrement des prix
  - le rôle des entreprises publiques de production
  - la politique de subvention
  - La politique du contrôle économique
  - transferts sociaux et assistance

3

## I - La politique de la concurrence

- Dans le nouveau contexte de libéralisation et de réformes, le rôle de l'intervention directe de l'État a été délégué aux forces du marché où la concurrence est au centre des réformes
- 1- Les composantes d'une politique de concurrence:**
- Libéralisation des prix: principe général
  - Autorités de concurrence: veillent au fonctionnement du marché
  - Obligations à l'égard des professionnels
  - Obligations à l'égard des consommateurs
  - Assurer un environnement concurrentiel

4

## I - La politique de la concurrence

### 2- Place prépondérante pour le consommateur dans:

- la loi N°91-64 relative à la concurrence et aux prix
- la loi N°91-117 relative à la protection du consommateur
- les lois relatives aux pratiques commerciales
- les réglementations sectorielles

### 3- Les droits acquis:

- préserver le pouvoir d'achat
- Protéger la santé et la sécurité
- Droit à l'information, au choix et à la qualité
- Possibilité de porter plainte aux services du contrôle économique
- Possibilité de saisir le conseil de la concurrence pour les PAC

5

## I - La politique de la concurrence

### 4- La préservation du pouvoir d'achat du consommateur :

- l'encadrement des prix des produits et services essentiels: fournis par des secteurs non concurrentiels
- la subvention de certains produits et services sensibles
- la garantie de l'approvisionnement régulier du marché (régulation du marché)
- la politique des revenus et la politique fiscale

### 5- La protection contre certaines pratiques abusives:

- refus de vente et des ventes conditionnées
- Réglementation des ventes avec prime
- interdiction de la publicité mensongère
- Responsabilité du producteur ou de l'importateur à l'égard des produits et leurs conformité
- principe de l'autocontrôle au niveau de la production

6

## I - La politique de la concurrence

---

### 6- Droit à la protection :

- obligation d'assurer la sécurité des produits
- obligation d'assurer la conformité des produits aux dispositions légales et réglementaires
- protection contre les risques éventuels d'utilisation
- possibilité de retrait de certains produits en cas de risque grave
- responsabilité des dommages causés
- interdiction d'offre ou de distribution de produits falsifiés ou fraudés
- interdiction de la tromperie sur la nature des produits
- droit du consommateur à la garantie au remplacement ou réparation des produits non conformes

7

## II - Interaction entre les deux politiques

---

- Qui se complètent
- deux politiques qui se chevauchent: l'intérêt du consommateur
- Qui s'enrichissent

8

## II - Interaction entre les deux politiques

### 1- deux politiques complémentaires:

#### ■ Politique de la concurrence:

- objectif commun = bien-être du consommateur
- Lutte contre les PAC: effets bénéfiques pour la concurrence et le consommateur
- amélioration de l'environnement concurrentiel: facilitation d'accès, élimination des barrières à l'entrée, libéralisation des activités: offre des choix

➔ **concurrence réelle: baisse des prix et amélioration de la qualité**

9

## II - Interaction entre les deux politiques

#### ■ Politique de protection du consommateur:

- assurer la transparence des transactions
- assurer l'information adéquate
- assurer un minimum de droits (textes)

➔ Lutter contre les pratiques déloyales

➔ Favoriser une concurrence réelle: seul moyen de résister pour l'entreprise :

Prix ↘

Qualité ↗

10

## II - Interaction entre les deux politiques

---

### 2- Deux politiques qui se chevauchent:

- elles ont pratiquement le même cadre juridique
  - mêmes autorités chargées du contrôle= le ministère du commerce et de l'artisanat chargé de l'application des textes (les deux politiques)
  - non-étanchéité des deux politiques
- ➔ **Deux niveaux de protection du consommateur**

11

## II - Interaction entre les deux politiques

---

### 3- Deux politiques qui s'enrichissent:

- Les dispositions relatives aux consommateurs favorisent la concurrence (environnement): pratiques commerciales, promotions, ventes avec facilités...
- Les infractions peuvent avoir comme origine des PAC
- Les requêtes du consommateurs( arnaques, fraudes, publicité mensongère ...) peuvent aboutir à des PAC
- Favorisent l'instauration d'un environnement concurrentiel
- Échange mutuel d'informations dans les investigations

12

## Conclusion

---

- Mêmes objectifs: bien être du consommateur
- importance de la sensibilisation et de l'advocacy: ont les mêmes cibles et utilisent les mêmes moyens
- Politique de la concurrence: offre des avantages et des choix
- politique du consommateur: assurent les moyens de bénéficier des avantages de la concurrence.