UNIVERSITÉ DU BURUNDI
GRENIER DU SAVOIR DU BURUNDI
Dépôt institutionnel officiel
https://repository.ub.edu.bi

De la protection du consommateur contre les produits nuisibles à sa sante en droit burundais : Cas des boissons manufacturées

Hakizimana, Gédéon; Sous la direction du : Dr. Alexis Manirakiza

2024-02
UB, FSPJ
https://repository.ub.edu.bi/handle/123456789/2021

Document téléchargé depuis le **Grenier du Savoir du Burundi** — https://repository.ub.edu.bi

UNIVERSITE DU BURUNDI

FACULTE DES SCIENCES POLITIQUES ET JURIDIQUES

MASTER EN DROIT JUDICIAIRE

DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR CONTRE LES PRODUITS NUISIBLES A SA SANTE EN DROIT BURUNDAIS : CAS DES BOISSONS MANUFACTUREES

Par:

Gédéon HAKIZIMANA

Mémoire présenté et défendu publiquement en vue de l'obtention du diplôme de Master en Droit judiciaire

Identification des membres du jury

- Président du jury : Dr. Pascal RWANKARA
- Secrétaire du jury : Dr. Bonaventure NTAHIRAJA
- Directeur de mémoire : Dr. Alexis MANIRAKIZA

Bujumbura, février 2024

IDENTIFICATION DES MEMBRES DU JURY

Président du jury : Dr. Pascal RWANKARA

Secrétaire du jury : Dr. Bonaventure NTAHIRAJA

Directeur de mémoire : Dr. Alexis MANIRAKIZA

DEDICACE

A notre père,

A notre mère,

A nos frère et sœurs

REMERCIEMENTS

Ce mémoire n'a été possible que grâce à l'apport d'un ensemble de personnes brillantes et passionnées à qui nous souhaitons adresser nos plus chaleureux remerciements. À des degrés divers, ils ont tous participé à la réalisation de ce travail.

Notre gratitude va d'abord à Dr. Alexis MANIRAKIZA, notre directeur de mémoire, qui nous a éclairé de son expertise hors du commun pendant notre parcours académique. Ses encouragements, son engagement et sa grande bienveillance nous ont énormément inspiré et motivé à travailler sur ce sujet.

Nos remerciements vont ensuite aux personnes qui, depuis le commencement de nos études, ont contribué pour que nous soyons capables de rédiger un tel travail. Ici nous soulignons nos enseignants depuis l'école primaire jusqu'à l'université ; la famille MBONIHANKUYE Thaddée qui nous ont accueilli après la crise de 1993 et qui a contribué à notre inscription en 1ère année primaire ; la famille NDIRAHISHA Daniel qui nous a accueilli pour continuer nos études secondaires, cycle inférieur et la famille MUSONERE Pierre pour le cycle supérieure. Qu'elles reçoivent, à travers ces lignes, nos sincères sentiments de reconnaissance.

Enfin, à tous nos amis et connaissances : trouvez dans notre travail l'expression de notre reconnaissance et que l'anonymat ne fasse tort à personne.

RESUME

Le Burundi est un pays en voie de développement. Aucun pays au monde n'est parvenu à la prospérité ni à un niveau de vie décent pour ses citoyens sans s'être doté d'un secteur industriel solide. Mais, avec l'industrialisation, des nouveaux produits sont mis sur le marché et les consommateurs sont exposés aux risques s'il n'y a pas de surveillance sur la qualité de ces derniers.

Les boissons sont parmi les produits les plus fabriqués actuellement. Elles sont présentes partout où l'on passe et sont de plusieurs sortes : dans des débits des boissons, dans des petites boutiques alimentaires, voire dans les ménages. Ce travail de recherche avait alors pour objectif de voir si réellement le droit burundais protège le consommateur contre ces boissons qui sont susceptibles de nuire à sa santé. Et si ces normes existaient, d'analyser si les institutions mises en place pour le protéger assurent convenablement leurs missions. Et en cas d'échec de ces dernières, si le consommateur dispose d'autres moyens possibles afin d'être rétabli dans ses droits.

A l'issue de l'analyse des dispositions légales, tout citoyen a droit à la santé. Et d'ailleurs, il s'agit d'un droit humain. Néanmoins, le consommateur en tant que tel n'est pas protégé contre les produits susceptibles de nuire à sa santé. En plus, même si des institutions chargées de lui protéger ont été mises en place, leurs réalisations ne sont pas convaincantes pour conclure que le consommateur serait efficacement protégé. C'est dans cette perspective qu'au cours de ce travail, nous avons proposé quelques pistes de solution entre autres la mise en place d'un code de consommateur ayant pour objectif de protéger le consommateur en tant que tel ainsi que l'amélioration du cadre institutionnel afin que le consommateur soit protégé ou ait la possibilité de se défendre.

ABSTRACT

Burundi is a developing country. No country in the world has achieved prosperity or a decent standard of living for its citizens without a strong industrial sector. But with industrialization, new products are brought to market, and consumers are exposed to risks if there is no monitoring of their quality.

Beverages are among the most widely manufactured products today. They can be found everywhere you go, in a variety of ways: in drinks outlets, in small food stores, and even in households. The aim of this research was to find out whether Burundian law actually protects consumers against these beverages, which are likely to damage their health. And if such standards did exist, to analyze whether the institutions set up to protect them were adequately fulfilling their missions. And if these fails, whether the consumer has other possible means of having his rights restored.

After analysis of the legal provisions, every citizen has the right to health. And indeed, it is a human right. Nevertheless, the consumer as such is not protected against products likely to harm his or her health. What's more, although institutions have been set up to protect them, their achievements are not convincing enough to conclude that consumers are effectively protected. With this in mind, we have proposed a number of possible solutions, including the introduction of a consumer code designed to protect the consumer as such, and improvements to the institutional framework to ensure that the consumer is protected or has the opportunity to defend himself.

TABLES DES MATIERES

IDENTIFICATION DES MEMBRES DU JURY ---------- i
DEDICACE ---------- ii
REMERCIEMENTS ---------- iii
RESUME ---------- iv
ABSTRACT ---------- v
TABLES DES MATIERES ---------- vi
LES PRINCIPAUX SIGLES ET ABREVIATIONS ---------- xii
AVANT-PROPOS ---------- xiv

INTRODUCTION GENERALE ---------- 1
I. Etat de la question dans la doctrine ---------- 1
II. Problématique ---------- 2
III. Questions de recherche ---------- 3
IV. Hypothèses ---------- 4
V. Méthodologie ---------- 4
VI. Plan ---------- 5

CHAPITRE 1er. LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR : UN APPERÇU GENERAL ---------- 6
Section 1. La notion du consommateur ---------- 6
§1er. La définition du consommateur ---------- 6
A. La conception large de la notion du consommateur ---------- 6
B. La conception stricte de la notion du consommateur ---------- 9
§2. L'évolution de la protection du consommateur ---------- 10
A. L'arrêt Campbell Soup contre Wents ---------- 11
B. L'arrêt Henngser contre Bloomfield Motars ---------- 12
C. Et en dehors des Etats-Unis ? ---------- 12
Section 2. Les droits du consommateur et sources du droit de la consommation ---------- 13
§1er. Les droits du consommateur ---------- 13
A. Les droits fondamentaux ---------- 13

a. Le droit d'être informé ----------14

b. Le droit de choisir----------14

c. Le droit d'être représenté----------14

d. Le droit à la sécurité ----------14

B. Les droits supplémentaires ----------14

a. Le droit à la satisfaction des besoins ----------15

b. Le droit à la réparation ----------15

c. Le droit à l'éducation ----------15

§2. Les sources du droit de la consommation ----------15

A. Les sources internationales----------15

a. La charte onusienne de protection du consommateur----------15

b. La Déclaration universelle des droits de l'homme ----------16

c. Le Pacte international relatif aux droits économique, sociaux et culturels ----------16

d. La Charte africaine des droits de l'homme et des peuples ----------17

e. La résolution 39/248 des Nations Unies portant principes directeurs pour la protection du consommateur----------17

f. La Convention relative aux droits de l'enfant ----------18

B. Les sources internes ----------19

a. La Constitution de la République du Burundi----------19

b. Le code civil livre III ----------20

c. La loi n°1/27 du 29 décembre 2017 portant révision du code pénal ----------21

d. La loi n° 1/01 du 16 janvier 2015 portant révision du code de commerce----------21

e. La loi n° 1/03 du 04 janvier 2011 portant Système National de Normalisation, Métrologie, Assurance de qualité et Essais----------22

f. La loi n°1/06 du 25 mars 2010 portant régime juridique de la concurrence ----------23

CHAPITRE II. LES MECANISMES DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR CONTRE LES BOISSONS NUISIBLES A SA SANTE AU BURUNDI : CAS DES BOISSONS MANUFACTUREES----------24

Section 1. Les mécanismes du contrôle institutionnel de la santé du consommateur -----24

§1er. Les institutions à caractère public----------24

A. Le Ministère de la santé Publique et de la lutte contre le Sida « MSPLS » ----------24

a. Les missions du Ministère ----------25

b. L'organisation du Ministère ----------25

b.1.L'Organigramme----------26

b.2. Les Observations et commentaires ----------27

B. Le Ministère du Commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme----------29

a. Les missions du Ministère ----------29

b. L'organisation du Ministère ----------30

b.1. L'Organigramme----------31

b.2. Observations et commentaires ----------32

C. Le Ministère de l'Intérieur, du Développement Communautaire et de la Sécurité Publique ----------33

a. Les missions du Ministère ----------33

b. Organisation----------33

b.1. L'Organigramme----------34

b.2. Les Observations et commentaires ----------35

D. Le Bureau Burundais de Normalisation et de contrôle de la qualité « BBN »----------36

a. Les missions du bureau----------36

b. L'organisation du Bureau ----------37

b.1. L'Organigramme----------38

b.2. Les Observations et commentaires ----------39

E. Le centre National de Technologie Alimentaire----------39

a. Les missions----------40

b. L'organisation ----------40

b.1. L'organisation ----41
b.2. Les observations et commentaires ----42
§2. Le mécanisme du contrôle de la santé du consommateur par les institutions à caractère privé----43
A. L'association Burundaise des Consommateurs ----43
a. Les missions de l'ABUCO----43
b. L'organisation de l'Association----44
B. L'Association des Consommateurs des Produits de Base ----45
a. Les missions de l'ACOPROBA----45
b. L'organisation de l'ACOPROBA----45
Section 2. Les actions du consommateur lésé ----45
§1er. Les actions extrajudiciaire du consommateur lésé ----46
A. La conciliation ----46
B. La médiation----47
C. L'arbitrage ----48
D. La transaction ----49
§2. L'action judiciaire du consommateur lésé ----49
A. L'action du consommateur : conditions et accessibilité ----49
B. La compétence juridictionnelle----54
a. La compétence matérielle ----54
b. La compétence territoriale ----56
CHAPITRE III. LES PROPOSITIONS POUR UNE MEILLEURE PROTECTION DU CONSOMMATEUR CONTRE LES BOISSONS NUISIBLES A SA SANTE AU BURUNDI : CAS DES BOISSONS MANUFACTUREES ----58
Section 1. L'amélioration du cadre légal----58
§1er. L'établissement d'un cadre normatif : Code de protection du consommateur----59
A. Le concept de vulnérabilité ----59
B. Le caractère d'ordre public de la protection du consommateur----60

C. La bonne foi active ----------61

D. L'obligation générale de sécurité----------61

E. L'équilibre contractuel ----------63

F. La transparence et l'information ----------63

§2. Une politique nationale sur la fabrication et la vente des boissons----------68

A. L'augmentation des prix des boissons alcoolisées----------68

B. La limitation ou l'interdiction de la publicité de l'alcool ----------69

C. L'encadrement de la distribution et de la vente de l'alcool----------70

D. L'éducation du consommateur----------71

§3. La responsabilité du vendeur des boissons ----------72

A. L'inefficacité de la responsabilité civile du droit commun----------72

B. La solution envisagée par les autres législations : La responsabilité objective. --------74

Section 2. L'amélioration du cadre institutionnel----------75

§1er. Le système institutionnel----------75

A. Les institutions administratives chargées de la protection du consommateur ----------76

B. Les institutions judiciaires : le pouvoir du juge dans la protection du consommateur-78

C. La défense des intérêts des consommateurs par les sociétés civiles----------78

§2. La représentation juridictionnelle des intérêts collectifs des consommateurs----------79

A. Les avantages de la représentation juridictionnelle des intérêts collectifs des consommateurs ----------80

B. Les moyens adoptés pour assurer l'efficacité de la représentation des intérêts collectifs ----------81

CONCLUSION GENERALE ----------85

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES ----------88

I. Textes juridiques universels et régionaux ----------88

II. Textes normatifs internes----------88

III. Textes normatifs étrangers----------89

IV. La doctrine----------90

A. Ouvrages généraux ----------90

B. Thèses et Mémoires ----------91

C. Articles et rapports----------91

D. Dictionnaires et documents divers----------92

E. Les arrêts----------92

V. Sites internet----------93

LES PRINCIPAUX SIGLES ET ABREVIATIONS

AACB : Autorité de l'Aviation Civile au Burundi

ABREMA : Autorité Burundaise de Régulation des Médicaments à usage humain et des Aliments

ABUCO : Association Burundaise des Consommateurs

ACOPROBA : Association des Consommateurs des Produits de Base

Al. : Alinéa

B.B.N : Bureau Burundais de Normalisation

BOB : Bulletin Officiel du Burundi

CADHP : Charte Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples

CAMEBU : Centrale d'achat de médicaments essentiels, de dispositifs médicaux, de produits et matériels de laboratoire du Burundi

CE : Conseil Européen

CEA : Communauté Est-Africaine

CNRKR : Centre National de Reference en Kinésithérapie et Réadaptation médicale

CNTA : Centre National de Technologie Alimentaire

CNTS : Centre National de Transfusion Sanguine

COCJ : Code d'Organisation et de la Compétence Judiciaires

D.L : Décret-Loi

DESS : Diplôme d'Etudes Supérieures Spécialisées

D-G : Directeur **G**énéral

Dir. : Directeur/Direction

DUDH : Déclaration universelle des droits de l'homme

Et al. : et les autres

Ibidem : Même auteur, même ouvrage, même page

Idem : Même auteur, même ouvrage, page différente

INSP : Institut national de la santé publique

LPMPC : Loi relative aux Pratiques du Marché et à la Protection du Consommateur

MARC : Modes Alternatifs de Règlement des Conflits

MSPLS : Ministère de la Santé Publique et de la Lutte contre le Sida

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

ONU : Organisation des Nations Unies

OPC : Office de la protection du consommateur

OTRACO : Organisation du Transport en Commun

PIDESC : Pacte International relatif aux Droits économiques, sociaux et Politiques

AVANT-PROPOS

Ce travail de recherche prend ancrage dans un mémoire de master en Droit Judiciaire, soutenu publiquement au mois de février à l'Université du Burundi. Il a été mené sous la direction du Docteur Alexis MANIRAKIZA, que nous remercions à bien égards.

En fait, la protection du consommateur se trouve depuis plusieurs décennies au cœur des préoccupations de la société, des médias, du milieu universitaire et des pouvoirs publics. Tout être humain a droit à la vie et à son épanouissement. Cette prérogative est proclamée, soutenue et défendue dans la Déclaration universelle des droits de l'Homme, DUDH en sigle, ratifiée par la République du Burundi. Pour arriver à bien vivre, il faut se nourrir, se loger, se vêtir, se divertir, travailler, afin de s'épanouir tant physiquement que moralement e intellectuellement. C'est ainsi que la Déclaration universelle des droits de l'Homme précise que toute personne a droit à un niveau de vie suffisant pour assurer sa santé, son bien-être et ceux de sa famille, notamment, le logement, les soins médicaux ainsi que pour les services sociaux nécessaires. Cependant, avec le développement croisant à la vitesse de l'éclair, mieux avec le développement de la technologie, les produits alimentaires ne cessent de s'accroître et de se diversifier plus ou moins, proportionnellement au besoin de consommation. C'est alors que la nécessité d'assurer la protection aux consommateurs paraît évidente face aux abus du marché et des moyens de production employés.

Pour ce faire, le Burundais devrait mettre en place des normes et des institutions visant à protéger le consommateur contre les abus des fabricants et vendeur. C'est ainsi que nous avons pensé à analyser l'état actuel de la protection du consommateur des boissons manufacturées. Le constat qui se dégage de cette analyse est que, malgré la présence des textes et institutions chargés d'assurer cette protection, le consommateur se trouve toujours lésé et éprouve tellement de difficultés d'accès à la justice qu'il préfère renoncer à ses droits. A la suite de ce constat, l'étude dégage alors des propositions jugées efficaces pour une meilleure protection du consommateur lésé au Burundi. Ces propositions sont d'ordre juridique et institutionnel et tendent à éviter que le consommateur soit résigné à son sort car, la résignation entraîne la frustration et celle-ci fait perdre la confiance des consommateurs vis-à-vis non seulement des professionnels mais également des gouvernants.

INTRODUCTION GENERALE

De tout temps, « la loi a [eu] pour fonction de protéger les faibles contre les forts »[1]. Le souci de protéger les consommateurs n'est pas une nouveauté. Depuis des siècles l'Etat s'efforce de les prémunir contre les fraudes et falsifications des marchands, qui sont de tout temps.

Fort malheureusement, le droit de la consommation est un droit peu connu au Burundi. Cela implique le fait que le consommateur est souvent ignorant de ses droits mais aussi de la complexité du droit.

Comme Adam SMITH l'a bien dit, « l'intérêt du consommateur est presque constamment sacrifié à celui du professionnel et le système économique semble considérer la production et non la consommation comme une fin suprême et l'objet de toute industrie et de tout commerce… »[2]. C'est alors dans cette optique que le consommateur est souvent la cible de divers risques, directs ou indirects, pouvant porter atteinte à son intégrité physique ou à sa santé. Ces risques sont présents dans tous les produits que le consommateur se procure dans sa vie quotidienne.

I. Etat de la question dans la doctrine

A la conception de notre travail, la première démarche était celle de savoir la position de certains auteurs et/ou doctrinaires par rapport à la question de protection des consommateurs. A notre connaissance, aucun auteur n'a traité un sujet sur la protection du consommateur contre les boissons susceptibles de nuire à sa santé. Néanmoins, certains auteurs ont déjà fait des recherches soit sur la protection du consommateur en général, soit sur la protection de celui-ci dans les autres cadres.

Nous pouvons citer les auteurs tels que BACINONI dans son mémoire « *La protection du consommateur en droit positif burundais* », NDABANIWE Eric et NZITONDA Olivier dans leur mémoire «*La protection juridique des consommateurs de l'eau et de l'électricité fournies par la REGIDESO* », RAMBA Raïssa et BARICAKO Aloys dans leur mémoire « *La protection juridique des consommateurs des produits pharmaceutiques au Burundi* », NDAYIMIRIJE Gracia Sandrine dans son travail de fin d'études supérieures spécialisées en droits de l'homme et résolution

[1] D. MAZEAUD, « Le juge face aux clauses abusives », in *Le juge et l'exécution du contrat*, colloque IDA, Aix-en-Provence, PUAM, 193, p.13.

[2] A. SMITH, "An *inquiry into the nature and causes of the wealth of nations",* New York, the Morden library, 1934, p. 38.

pacifique des conflits « *De l'action du consommateur lésé en droit burundais* », ainsi que Prof. Jean-Marie BARAMBONA dans son article « *L'état des lieux de la sécurité des produits au Burundi* ».

II. Problématique

« Les consommateurs, par définition, nous incluent tous » disait le Président américain John F. Kennedy. Si nous sommes tous des consommateurs, nous constituons alors un groupe économique plus important qui mérite une protection particulière du fait que personne n'est exclue.

Le progrès technologique et scientifique au Burundi ne cesse d'apporter du nouveau au marché de la consommation. Chaque jour, des nouveaux produits, des nouvelles innovations et des nouvelles découvertes arrivent entre les mains des consommateurs sous formes des produits à consommer. Ainsi, l'ouverture des frontières du Burundi par la mondialisation et l'adhésion à la Communauté Est-Africaine (CEA) devrait inciter le législateur burundais à une grande vigilance.

Au Burundi, le recours aux produits alimentaires manufacturés n'est pas fréquent. Selon les chiffres en provenance du Ministère du commerce, on dispose 34 entreprises produisant les aliments. Par contre, pour ce qui est des boissons, presque toute la population fait recours à ces dernières et le Burundi contient actuellement 87 industries de productions des boissons sans compter d'autres boisson fabriquées dans les ménages (Insongo, Urwarwa, Impeke, Umutobe, Umugorigori, …). Cela revient alors à démontrer le risque que court la population burundaise si ces produits ne sont pas surveillés de près.

Avec le développement croissant à la vitesse de l'éclair, mieux avec le développement de la technologie au Burundi, la fabrication des diverses boissons ne cesse de s'accroître et de se diversifier plus ou moins, proportionnellement au besoin de consommation. C'est pourquoi la nécessité d'assurer la protection des consommateurs paraît évidente face aux abus du marché et des moyens de production employés.

En effet, les consommateurs des boisons doivent être protégés d'une manière particulière pour deux raisons. Premièrement, ils ont une tendance accrue d'avoir confiance aux boissons manufacturées et les consomment sans souci de savoir leur qualité ainsi que leur contenu.

Deuxièmement, il existe un déséquilibre intellectuel : la langue de l'étiquette, la publicité et le marketing font que le consommateur soit mal informé et conclut des contrats qui ne sont pas

nécessairement intéressants pour lui. Par conséquent, le consommateur de ces boissons représente le groupe économique le plus important (en nombre) et pourtant le moins informé.

La majorité des consommateurs burundais, étant dits moyens, est loin de soupçonner la multitude de risques qui peuvent attenter à leur santé lors de chaque acte d'achat qu'ils effectuent et se trouvent souvent désarmés face au fabriquant et vendeur professionnel pour avoir les informations nécessaires et complètes afin de s'engager en connaissance de cause. D'où la nécessité de la protection de sa santé.

III. Questions de recherche

Pour choisir notre sujet de recherche, nous nous sommes posé la question suivante : *« Le droit burundais qui établit les normes de droit et qui met en place les institutions nécessaires à la protection des citoyens garantit-il la protection du consommateur contre les boissons nuisibles à sa santé ? »*

Il est bien évident que pour répondre à cette question, l'on devra inévitablement la subdiviser, au moins en trois autres sous-questions :

1. *Le droit burundais reconnaît-il au consommateur les droits garantis par les textes internationaux afin de préserver sa santé ?*

2. Si oui, y a-t-il des institutions mises en place pour s'assurer que les droits reconnus au consommateur sont protégés ?

3. Et en cas d'échec, le consommateur possède-t-il des moyens pour être rétabli dans ses droits ?

L'ultime objectif étant de proposer des ajustements permettant de rendre effectif le droit à la santé du consommateur, l'on devra, à la fin du travail, pouvoir répondre à la question suivante : *Quelles améliorations apporter aux règles de la protection du consommateur, de l'organisation institutionnelle et judiciaire et de la responsabilité des fabricants en vue d'assurer efficacement de la santé du consommateur ?*

IV. Hypothèses

La réponse provisoire donnée à la question de la recherche - formulée ici sous forme d'hypothèse à vérifier -, est que : *Tout en consacrant les normes qui garantissent le droit à la santé, le législateur ne garantit pas véritablement le droit à la santé du consommateur.*

On ne pourra bien sûr arriver à cette réponse - plus ou moins générale - qu'après avoir vérifié les prémices particulières suivantes :

1. Les règles du droit commun n'assurent pas efficacement le droit à la santé du consommateur
2. Les institutions tant publiques que privées en place ne sont pas au service du consommateur pour s'assurer que les produits mis sur marché sont de qualité.
3. Le consommateur, compte tenu de l'absence d'information, de ses moyens matériels limités ainsi que d'innombrables obstacles judiciaires, n'a pas l'habitude d'ester en justice pour être rétabli dans ses droits.

V. Méthodologie

Pour élaborer notre étude, il est apparu opportun de recourir à la démarche déductive. A cet égard, il convient d'analyser les différents outils juridiques ou normatifs (traités, lois, arrêtés, directives et pratiques) dont dispose le Burundi en matière de la protection du consommateur. Il est également utile de s'inspirer de la législation étrangère ayant déjà mis en place des normes et institutions spéciales pour la protection du consommateur.

Pour confronter la loi à la pratique du terrain, il semble adéquat de privilégier la méthode documentaire, l'observation et l'entretien dans les différentes institutions étatiques chargées de la protection du consommateur à savoir : le Ministère de la Santé et de lutte contre le Sida ; le Ministère du Commerce, du transport, de l'Industrie et du Tourisme ; le Ministère de l'Intérieur, du Développement Communautaire et de la Sécurité Publique ; le Bureau Burundais de Normalisation et de Contrôle de la Qualité ; ainsi que dans les institutions privées à savoir notamment : l'Association burundaise pour la protection du consommateur (ABUCO) et l' l'Association des consommateurs des produits de base (ACOPROBA).

VI. Plan

Notre travail de recherche comprend trois chapitres. Le premier est réservé à l'aperçu général de la protection du consommateur où y sont exposés la notion du consommateur, ses droits ainsi que leurs sources.

Le deuxième chapitre est consacré à l'analyse des institutions tant publiques que privées chargées d'assurer la protection du consommateur. Si ces dernières ont pour mission de protéger le consommateur, cela n'empêche pas que ses droits soient parfois bafoués. C'est la raison pour laquelle un accent sera porté sur les actions dont dispose le consommateur pour faire valoir ses droits.

Enfin, compte tenu des lacunes qui seront observées au cours du deuxième chapitre, le troisième met en exergue les propositions des solutions pour une meilleure protection du consommateur. Une conclusion générale mettra fin à notre travail.

CHAPITRE 1er. LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR : UN APPERÇU GENERAL

Au cours de ce chapitre premier, nous allons analyser la notion du consommateur d'abord (section 1) avant de voir ses droits (section 2) ainsi que leurs sources tant au niveau national qu'international (section 3).

Section 1. La notion du consommateur

La notion de consommateur n'est pas facile à décrire du fait que cette qualité peut appartenir à tous et à chacun, qu'il soit employeur, travailleur, producteur, professionnel, etc.

Sous l'aspect économique, le consommateur est « *celui qui réalise l'acte terminal (en latin « consommare » : achever) de l'activité économique classiquement étudiée dans les trois phases de la production, la distribution et la consommation* »[3]. En effet, la production et la distribution sont les étapes antérieures à la consommation consistant à recueillir, à transformer et à repartir les richesses. La consommation est alors la dernière étape de ce processus économique ; elle l'achève.

Le code de commerce burundais ne définit pas le consommateur. Néanmoins, le décret-loi du 09 juillet 1993 portant dispositions générales du code de commerce définissait le consommateur comme étant « *toute personne physique ou morale qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services sur le marché* »[4].

Pour mieux clarifier cette notion, il faut d'abord définir le consommateur au sens strict défendu par les partisans de la conception étroite de cette notion mais aussi voir les extensions possibles proposées par les partisans de la conception large.

§1er. La définition du consommateur

Nous analysons la notion du consommateur selon la conception *lato* et *stricto sensu.*

A. La conception large de la notion du consommateur

Le consommateur est toute personne, même un professionnel, dans la mesure où elle conclut un contrat échappant à sa compétence professionnelle. C'est un souci d'équité qui a conduit la jurisprudence française à envisager une conception extensive de la notion de consommateur.

[3] D. FERRIER, *La protection des consommateurs*, 2e éd. Dalloz, Paris, 1996, p.13.
[4] Article 77 du D-L n° 1/045 du 09 juillet 1993 portant dispositions générales du code de commerce, *B.O.B.* N° 1/94.

L'idée est alors de faire bénéficier les règles protectrices du droit de la consommation au plus grand nombre de contractants supposés en situation de faiblesse[5].

Dans cette conception large, la question est de savoir si les professionnels agissant en dehors de leur sphère de compétence peuvent être assimilés aux consommateurs, plus largement peuvent-ils faire l'objet d'une protection sur le terrain du droit de la consommation ? En effet, *« s'il est clair que le particulier qui achète pour ses besoins privés est un consommateur, la question se pose de savoir s'il est de même de celui qui achète, pour l'exercice de son activité professionnelle, un bien destiné à être utilisé par lui-même et non à être revendu* »[6]. C'est le cas notamment d'un avocat qui achète un matériel informatique pour son cabinet, un commerçant qui fait installer un système d'alarme dans son magasin, un agriculteur qui souscrit une assurance pour son exploitation.

Il s'agit ici d'une véritable extension de la notion du consommateur qui est proposée pour cette catégorie de personnes. Les actes qu'elles accomplissent ont un but professionnel, ce qui fait qu'elles n'entrent pas dans la catégorie des consommateurs *stricto sensu*. Mais, agissant en dehors de leurs spécialités, ce sont donc des profanes qui risquent de se trouver dans une situation comparable à celle du consommateur vis-à-vis du professionnel. Ainsi, un agent immobilier ayant acquis un système d'alarme pour la protection de ses locaux fut considéré comme un consommateur apte à dénoncer les clauses abusives insérées dans son contrat parce que relativement au contenu du contrat en cause, il était dans le même état d'ignorance que n'importe quel autre consommateur.

Selon la jurisprudence française[7], le professionnel n'est consommateur que dans la mesure où l'opération qu'il conclut n'a pas de rapport direct avec l'exercice de sa profession. En effet, l'acquisition d'un système d'alarme n'est pas assimilable à un acte d'exploitation d'un agent immobilier. Ainsi, le professionnel contractant en dehors de sa compétence est « ignorant ».

Donc, pour les partisans de cette conception large, le seul véritable critère qui distingue le consommateur du professionnel est celui « du savoir » : le consommateur agit comme un

[5] C. DUPIN,, *La notion du consommateur*, mémoire, Université Paris-sud, A/A 2013-2014, p.6.
[6] A. DE CALUWE *et. al*. *Les pratiques du commerce*, Maison Ferdinand Larcier, Bruxelles, 1973, p.8.
[7] Cass. Civ. 1ère, 24 janvier 1995, n°92-18.227, Bull. civ. I, n°54

consommateur lorsqu'il acquiert des produits ou services en dehors de ce qui est l'objet de sa profession[8].

L'idée est qu'il existe un déséquilibre de puissance économique entre les contractants et que le droit de la consommation permet de rétablir cet équilibre, en assimilant le professionnel agissant en dehors de son domaine de compétence à un consommateur inexpérimenté.

Autrement dit c'est bien la compétence du professionnel qui sert de critère pour déterminer si, oui ou non, il se trouve en situation d'infériorité par rapport à son cocontractant. Cependant, ce critère est contesté par les partisans de la conception étroite. Pour eux, le but non professionnel reste le meilleur critère de la qualité de consommateur pour des raisons suivantes :

D'abord, il n'est pas sûr que le professionnel qui agit en dehors de sa spécialité soit aussi désarmé que le simple consommateur. Evidemment, cela dépend des cas. Mais il semble que de façon générale, celui qui agit pour les besoins de sa profession porte à ses actes une attention plus grande que celui qui agit dans un but privé.

Ensuite, la conception large rend imprécis le champ d'application des règles protectrices du consommateur. Pour savoir si un professionnel agit ou non en dehors de sa spécialité, pour savoir si son acte est en rapport direct ou indirect avec son activité professionnelle, il faut procéder cas par cas, à une recherche dont le résultat est toujours aléatoire. Or, les contractants ont besoin de connaitre à l'avance les règles qui seront applicables à leur relation. La conception stricte du consommateur, relativement précise, apporte une sécurité juridique que ne fournit pas la conception large, trop floue.

Afin, si l'on considère comme consommateur le professionnel qui agit en dehors de sa profession, il faudrait symétriquement assimiler au professionnel, le consommateur qui agit dans sa sphère de compétence. Un avocat par exemple, pourrait être jugé assez compètent pour déjouer, sans le recours de la loi, les pièges juridique des contrats qu'il signe pour l'usage non professionnel[9].

Au parallélisme professionnel-consommateur serait alors substitué, comme critère d'application des règles protectrices, le parallélisme compètent-profane. Le critère serait satisfaisant

[8] J. CALAIS-AULOY, et F. STEINMETZ, *Droit de la consommation*, 5e éd., DALLOZ, Paris, 2000, p.9.
[9] C. DUPIN, *Op.cit*., p.12.

théoriquement, mais il perdrait toute précision. Il ne peut pour cette raison être sérieusement envisagé.

B. La conception stricte de la notion du consommateur

Si le législateur burundais définit le consommateur comme étant *toute personne physique ou morale qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services sur le marché,* cette définition est presque semblable à celle donnée par la plupart des auteurs. Ainsi, selon Jacques GHESTIN, le consommateur est « *la personne qui, pour des besoins personnels, non professionnels, devient partie à un contrat de fourniture de biens ou de services »*[10]. Quant à Laurent DE BROUWER, le consommateur est « *toute personne physique ou moral qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services mis sur le marché »*[11].

A travers ces définitions, on constate que le consommateur est défini de manière stricte à travers *la finalité* de l'acte qu'il accomplit. La conception large de la notion de consommateur tendant à rendre imprécises les frontières du droit de la consommation, il devenait nécessaire d'opter pour une conception restrictive dans un souci de rigueur, d'harmonie et de sécurité juridique. Pour y arriver, la législation française qui était muette aussi sur la définition de la notion du consommateur a inséré une définition de la notion de consommateur dans le Code de la consommation.

Le consommateur est: *« toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole* [12]».

L'analyse de cette définition permet d'établir que celle-ci repose sur deux critères : un critère personnel et un critère finaliste[13].

Pour le critère personnel, le terme de consommateur est réservé aux personnes physiques uniquement et ce, dans la mesure où seules ces dernières sont susceptibles d'agir pour leurs besoins personnels. Cela est d'autant plus vrai que les personnes morales sont bien souvent associées à une activité professionnelle, qu'elle soit à but lucratif ou non.

[10] J. GHESTIN, *La formation du contrat*, L.G.D.J., Paris, 1993, p.59.
[11] L. DE BROUWER, *Le droit des promotions commerciales*, 2e éd., De Boeck Université, Paris-Bruxelles, 1997, p.5.
[12] Article luminaire, pt 1, Code de consommation français, Dernière modification le 11 juin 2023 - Document généré le 26 juin 2023.
[13] N. SAUPHANOR-BROUILLAUD, *Traité de droit civil, Les contrats de consommation*, Règles communes, LGDJ, 2013, p.47.

Quant au critère finaliste, il renvoie au fait que le consommateur doit agir à des fins « qui n'entrent pas dans le cadre de son activité « professionnelle », et plus particulièrement de son « activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ».

En d'autres termes, le consommateur ne peut être que celui qui contracte pour ses besoins personnels ou domestiques : cette finalité personnelle du contrat conclu est dès lors un critère essentiel qui permet de savoir si on est en présence ou non d'un consommateur nécessitant d'être protégé sur le terrain du droit de la consommation. Il en résulte l'exclusion de toutes personnes physiques ou morales agissant strictement à des fins professionnelles du bénéfice des dispositions réservées aux seuls consommateurs. Une telle affirmation ne manquera néanmoins de poser certaines difficultés[14].

§2. L'évolution de la protection du consommateur

La notion de protection du consommateur est apparue aux Etats-Unis dans les années 1960 sous l'impulsion du mouvement consumériste dirigé par Raph Nader. Economiste et avocat américain, il fonde le mouvement visant à organiser l'information et la défense des consommateurs face aux entreprises de production et de distribution.

Il publie le livre " Unsafe at any speed " dans lequel il dénonce le manque de sécurité des voitures américaines (General Motars) et l'oblige à retirer du marché la vente de la Corvair. En 1971, il crée l'association des consommateurs américains Public Citizen[15].

[14] Qu'en est-il des contrats mixtes, autrement dit des contrats qui ont été conclus à la fois pour des raisons professionnelles et domestiques ? L'exemple d'un commercial achetant une voiture pour ses déplacements aussi bien personnels et familiaux que professionnels illustre parfaitement cette situation. A ce titre, le législateur européen apporte une précision dans le considérant 17 de la directive 2011/83/UE qui dispose que « […] en cas de contrats à double finalité, lorsque le contrat est conclu à des fins qui n'entrent qu'en partie dans le cadre de l'activité professionnelle de l'intéressé et lorsque la finalité professionnelle est si limitée qu'elle n'est pas prédominante dans le contexte global du contrat, cette personne devrait également être considérée comme un consommateur ». Ce considérant doit être rapproché de la solution retenue par l'arrêt Gruber de la Cour de Justice des Communautés européennes du 20 janvier 2005. Selon cet arrêt, celui qui agit à double fin ne peut être considéré comme un consommateur à moins, cependant, que la partie professionnelle soit insignifiante, « marginale au point d'avoir un rôle négligeable dans le contexte global de l'opération en cause ». La qualité de consommateur n'est donc accordée, dans cette hypothèse, que dans des conditions particulières : il faut que la personne qui entend se prévaloir des dispositions du Code de la consommation ait agi principalement à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité professionnelle. En ajoutant ce considérant, le législateur européen décide d'octroyer une faveur à certaines personnes, l'objectif de ces dispositions dérogatoires étant, bien entendu, de protéger les personnes présumées se trouver en position de faiblesse.

[15] https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/consum%C3%A9risme/36544.

En réaction à la création de l'OMC au milieu des années 1990, Public Citizen a élargi son champ d'action à l'international pour pouvoir réagir contre les conséquences désastreuses de la globalisation économique. L'Observatoire du Commerce mondial dirigé par Lori Wallach a largement participé à la prise de conscience internationale des menaces posées par l'OMC et la libéralisation commerciale.

Le président Kennedy fut le premier président à mener une réflexion sur la protection du consommateur. En 1962, lors d'un discours devant le congrès américain, il formule quatre droits de base du consommateur :

- Le droit à la sécurité ;
- Le droit à l'information ;
- Le droit à la représentation ;
- Le droit aux choix.

Ainsi, aux Etats-Unis, plusieurs principes se sont développés pour protéger le consommateur considéré comme la partie faible dans les contrats : la loyauté et la bonne foi dans les contrats aboutissent au régime des clauses dites « odieuses » (unconscionables clauses).

Deux décisions de justice importantes sont à l'origine de la prise de consciences de la nécessité de protéger le consommateur. Il s'agit de l'arrêt Campbell Soup contre Wentz (A) et l'arrêt Henngser contre Bloomfield Motars (B). C'est ainsi que l'idée de la protection du consommateur s'est propagée partout dans le monde (C).

A. L'arrêt Campbell Soup contre Wents

Un contrat de fourniture liait un fermier à un fabricant de conserves. Le contrat auquel le fermier avait dû adhérer prévoyait la résiliation unilatérale en faveur du fabricant. L'évolution des cours[16] avait rendu le prix insuffisant et défavorable au fermier. Le tribunal a refusé l'exécution en nature au motif que « les clauses étaient si dures et excessives qu'elles étaient odieuses et ne pouvaient être appliquées[17].

[16] D'après LAROUSSE, il s'agit du taux ou des prix auxquels se négocient les valeurs, les marchandises, les denrées.

[17] G-S. NDAYIMIRIJE, *De l'action du consommateur lésé en droit burundais*, mémoire, UB, Bujumbura, DESS en droit de l'homme et résolution pacifique des conflits, 2017, p.11.

B. L'arrêt Henngser contre Bloomfield Motars

Une clause d'exonération stipulée par un fabricant d'automobiles limitait la responsabilité au remplacement de la pièce défectueuse. Elle était invoquée alors que la direction de la voiture avait cédé quelques jours après l'achat. Le tribunal l'a déclarée nulle[18].

C. Et en dehors des Etats-Unis ?

Le mouvement s'est étendu à la France et s'est concrétisé par la loi du 10 janvier 1978 dite Scrivener 1 (Christiane Scrivener, alors secrétaire d'Etat à la consommation) et la loi du 13 juillet 1979 dite Scrivener 2.

Au niveau mondial, plusieurs décisions importantes ont été prises et des traités ont été signés :

- Le Traité de Rome du 25 mars 1957 : la protection du consommateur est effectuée pour la première fois dans ce traité avec deux mentions concernant l'agriculture et la concurrence[19].
- Le 14 avril 1975, la Communauté Européenne formule par résolution son premier programme de protection des consommateurs. Cette résolution reprenait et complétait les droits fondamentaux de la déclaration de Kennedy : le droit à la protection de la santé et de la sécurité, le droit à la protection des intérêts économiques, le droit à une position juridique renforcée, le droit à l'information et à l'éducation et le droit à la consultation et à la représentation dans la prise de décisions[20].
- Le 9 avril 1985, l'ONU adoptait à l'unanimité en assemblée plénière, la Charte mondiale des droits des consommateurs[21].
- En 1992 a lieu le Sommet de la Terre à Rio, qui diffuse ainsi au niveau mondial le concept de développement durable défini en 1987 par le rapport Bruntlandt. Ce sommet est l'occasion de proposer aux autorités aussi bien locales que nationales ou supranationales, d'adopter un Agenda 21 visant à planifier une réorientation des modes de développement et de consommation en

[18] *Ibidem*.
[19] https://www.touteleurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/les-traites-de-rome-1957/ consulté le 01 décembre 2023 à 11h42min.
[20] https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/26d73eca-e878-4d14-8d1b-0c6fdc73b323/language-fr consulté le 01 décembre 2023 à 12h4min.
[21] https://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9fense_du_consommateur consulté le 01 décembre 2023 à 13h

perspective du 21e siècle. Désormais, la consommation élargit ses fondements aux trois piliers du développement durable : l'économie, la justice sociale et l'environnement[22].

- En 1992, le Traité de Maastricht consacre pour la première fois un titre explicite à la protection du consommateur dans son article 129 [23].
- En 1999, le traité d'Amsterdam développe la définition des droits du consommateur. La Journée mondiale des droits du consommateur du 15 mars donne chaque année l'occasion de promouvoir les droits fondamentaux des consommateurs et de mettre en évidence les abus et injustices sociales qui affaiblissent les droits des consommateurs. Cette journée mondiale a été célébrée pour la première fois le 15 mars 1983. Deux ans plus tard, le 9 avril 1985, l'Assemblée générale des Nations Unies a accepté les lignes directrices des Nations Unies sur la protection des consommateurs. Les lignes directrices formulent les principes des droits du consommateur exigés par les organisations de consommateurs[24].

Section 2. Les droits du consommateur et sources du droit de la consommation

Chaque consommateur possède des droits. Comme nous l'avons noté précédemment, le président américain John Kennedy a proclamé certains droits des consommateurs dans un discours célèbre dans les milieux consuméristes qui ont été considérés comme fondamentaux [25]. D'autres mouvements des consommateurs ont venu ajouter d'autres droits dits supplémentaires. Dans cette section, nous allons analyser ces différents droits (§1er) ainsi que leurs sources (§2)

§1er. Les droits du consommateur

Sous ce paragraphe, nous analysons les droits fondamentaux et les droits supplémentaires.

A. Les droits fondamentaux

Les droits fondamentaux sont notamment le droit d'être informé, le droit de choisir, le droit d'être représenté et le droit à la sécurité. Ils peuvent être définis de la façon suivante :

[22] https://www.un.org/fr/conferences/environment/rio1992 consulté le 01 décembre 2023 à 13h20min.
[23] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:11992M/TXT consulté le 01 décembre 2023 à 12h30min.
[24] https://www.journaldunet.com/management/juridique/1032285-l-histoire-de-la-protection-du-consommateur/ consulté le 01 décembre 2023 à 13h50min.
[25] G.S. NDAYIMIRIJE, *Op.cit*., p.12.

a. Le droit d'être informé

C'est pouvoir obtenir les informations nécessaires pour faire un choix avisé et être protégé contre la publicité et l'étiquetage malhonnête ou trompeur[26].

Le professionnel doit fournir au consommateur les éléments qui lui permettent de faire un choix en connaissance de cause et le protéger de toute information trompeuse ou biaisée.

b. Le droit de choisir

Le consommateur doit être capable de faire un choix à partir d'une série de produits et services offerts à des prix compétitifs avec l'assurance d'une qualité satisfaisante. Il donne accès au consommateur à une variété de produits et services correspondant à ses besoins et à des prix compétitifs[27].

Le choix est le mécanisme par lequel les consommateurs exercent une influence sur les marchés. Un choix avisé permet aux consommateurs de traduire leurs activités d'achat en normes de vie améliorée ainsi qu'en une capacité de transmettre ces signaux corrects aux producteurs[28].

c. Le droit d'être représenté

Le droit d'être représenté permet au consommateur d'être représenté aux niveaux où se prennent les décisions, afin que ses intérêts soient pris en considération.

d. Le droit à la sécurité

Le consommateur a le droit d'être protégé contre les produits, procédés de production et service dangereux pour sa vie et sa santé.

B. Les droits supplémentaires

Ces droits supplémentaires sont le droit à la satisfaction des besoins, le droit à la réparation, le droit à l'éducation ainsi que le droit à un environnement sain.

---

[26] https://www.opc.gouv.qc.ca/zone-enseignants/liste-activites/activite/droits-responsabilites-consommateur/#:~:text=1985%20Le%209%20avril%201985,nationales%20de%20protection%20des%20consommateurs, consulté le 24 septembre 2023 à 16h36.

[27] https://www.opc.gouv.qc.ca/zone-enseignants/liste-activites/activite/droits-responsabilites-consommateur/#:~:text=1985%20Le%209%20avril%201985,nationales%20de%20protection%20des%20consommateurs, consulté le 24 septembre 2023 à 16h40min.

[28] CONSUMERS INTERNATIONAL, *Les droits des consommateurs et le système commercial multilatéral*, p.11.

a. Le droit à la satisfaction des besoins

Chaque consommateur doit avoir accès aux biens et services de base : nourriture adéquate, vêtements, logement, soins de santé, éducation, service public, eau et hygiène.

b. Le droit à la réparation

Le consommateur a droit d'obtenir un règlement équitable des plaintes justifiées, y compris une compensation pour information fausse ou trompeuse, biens défectueux ou services insatisfaisants.

c. Le droit à l'éducation

Le droit à l'éducation du consommateur est le droit d'acquérir le savoir et les compétences nécessaires afin de choisir les biens et services en confiance et en connaissance de cause, tout en étant informé des droits fondamentaux[29].

d. Le droit à un environnement sain

L'environnement physique doit être sauvegardé en favorisant la qualité de la vie, pour les générations présentes et futures. Les biens et services mis en vente devraient avoir le moins possible d'impact sur l'environnement, de l'obtention des matières premières jusqu'à l'élimination des déchets.

§2. Les sources du droit de la consommation

Ce paragraphe traite des sources tant internationales qu'internes visant à protéger le consommateur.

A. Les sources internationales

Il s'agit ici des sources à portée universelle et régionale.

a. La charte onusienne de protection du consommateur

Les droits du consommateur n'ont pas encore été formellement codifiés dans les instruments juridiques internationaux contraignant de protection des droits de l'homme. Mais, grâce à l'adoption de la charte de protection du consommateur par l'Assemblée Générale des Nations Unies en date du 09 avril 1985, les droits du consommateur ont finalement acquis une position de

[29] https://cicodev.org/droits-et-devoirs-du-consommateur-2/ consulté le 20 novembre 2023 à 17h32.

reconnaissance et de légitimité internationale qu'aucun Etat membre ne peut les méconnaitre ou les ignorer.

Cette charte reconnaît huis droits au consommateur à savoir :

- La protection de la sécurité physique, économique et juridique ;
- Le droit à l'information ;
- Le droit au choix ;
- Le droit à la réparation ;
- Le droit à l'éducation ;
- Le droit d'être entendu ;
- Le droit à un environnement sain ;
- Le droit à la satisfaction des besoins de base.

b. La Déclaration universelle des droits de l'homme

Le texte de la DUDH est aujourd'hui reconnu par l'ensemble des Etats du monde et constitue la première source d'inspiration en matière de droits humains. Dans son article 25 alinéa 1, la DUDH stipule : « *Toute personne a droit à un niveau de vie suffisant pour assurer sa santé, son bien-être et ceux de sa famille, notamment pour l'alimentation, l'habillement, le logement, les soins médicaux ainsi que pour les services sociaux nécessaires ; elle a droit à la sécurité en cas de chômage, de maladie, d'invalidité, de veuvage, de vieillesse ou dans les autres cas de perte de ses moyens de subsistance par suite des circonstances indépendantes de sa volonté.*[30] »

A partir de cette disposition, dans le but de l'appliquer dans notre contexte, on peut en déduire que le consommateur a droit à un niveau de vie suffisant pour assurer sa santé. Cela implique alors le droit à l'éducation, à l'information, à un environnement sain, etc.

c. Le Pacte international relatif aux droits économique, sociaux et culturels

L'article 12 alinéa 1 du Pacte International relatif aux Droits Economique, sociaux et culturels dispose : « *Les Etats parties au présent Pacte reconnaissent le droit qu'à toute personne de jouir du meilleur état de santé physique et mentale qu'elle soit capable d'atteindre ».*

[30] Article 25 de la déclaration universelle des droits de l'homme.

Le CODESC interprète le droit à la santé, tel que défini ci-dessus, comme un droit global, dans le champ duquel entrent non seulement la prestation de soins de santé appropriés en temps opportun, mais aussi les facteurs fondamentaux déterminants de la santé tels que l'accès à l'eau salubre et potable et à des moyens adéquats d'assainissement, l'hygiène du travail et du milieu et l'accès à l'éducation et à l'information relative à la santé[31].

Le deuxième alinéa de cet article est très important car il énumère toute une série des mesures à prendre en vue d'assurer le plein exercice du droit à la santé. Parmi ces mesures, le Pacte insiste sur l'amélioration de tous les aspects de l'hygiène du milieu et de l'hygiène industrielle. L'hygiène du milieu recouvre l'étude des facteurs environnementaux susceptibles d'avoir une incidence sur la santé, ainsi que la lutte contre ceux-ci. Elle vise à prévenir les maladies d'origine environnementale et à créer un environnement favorable à la santé.

d. La Charte africaine des droits de l'homme et des peuples

L'article 16 de la CADHP dispose ainsi :

« 1. *Toute personne a le droit de jouir du meilleur état de santé physique et mentale qu'elle soit capable d'atteindre*.

2. *Les Etats parties à la présente charte s'engagent à prendre les mesures nécessaires en vue de protéger la santé de leurs populations et de leur assurer l'assistance médicale en cas de maladie.* »

e. La résolution 39/248 des Nations Unies portant principes directeurs pour la protection du consommateur

Le souci de la protection du consommateur par les Nations Unies a commencé par la Résolution 39/229 portant protection contre les produits nocifs pour la santé et l'environnement adoptée en 1982. Cette résolution vise à protéger les consommateurs contre les produits chimiques dangereux et les produits pharmaceutiques. Mais, une révolution remarquable du souci de protection du consommateur est apparue le 9 avril 1985 lors de l'adoption de la Résolution 39/248. Cette résolution était motivée une fois de plus par le souci principal de protéger les consommateurs

[31] Observations générales N° 14 sur le droit à la santé adoptée le 11 mai 2000 par le Comité des droits économiques, sociaux et culturels, point 11.

souvent en position désavantageuse et leur permettre de jouir du droit d'obtenir des produits qui ne sont pas dangereux pour leur santé.

Compte tenu des intérêts et des besoins des consommateurs de tous les pays, en particulier des pays en développement, et de la position souvent précaire des consommateurs sur le plan économique et du point de vue de l'éducation et du pouvoir de négociation, et considérant que les consommateurs doivent jouir du droit d'obtenir des produits qui ne sont pas dangereux et qu'il importe de promouvoir un développement économique et social juste, équitable et soutenu et la protection de l'environnement, les Nations-unis ont mis en place des principes directeurs visant à aider les pays à établir ou à maintenir chez eux une protection adéquate du consommateur. Parmi ces principes, on y trouve une obligation de protection de la sécurité physique du consommateur[32].

En effet, Les gouvernements sont appelés à adopter des mesures appropriées, notamment un cadre juridique, des règles de sécurité, des normes nationales ou internationales et des normes facultatives, ou encourager leur adoption, et encourager la tenue à jour d'états sur la sûreté des produits, de manière à avoir la certitude qu'ils sont sans danger tant pour l'usage prévu que pour une utilisation normalement prévisible[33]. C'est ainsi qu'on devrait s'assurer par des politiques appropriées que les biens produits par les fabricants sont sûrs tant pour l'usage prévu que pour une utilisation normalement prévisible[34].

f. La Convention relative aux droits de l'enfant

La grande innovation de cette convention en matière de droit à la santé est que dans son article 51, un ensemble des mesures à prendre pour assurer la réalisation intégrale de ce droit en faveur des enfants a été mis en place. Parmi ces mesures, on pourrait citer la fourniture d'aliments nutritifs et d'eau potable compte tenu des dangers et des risques de pollution du milieu naturel, l'hygiène et la salubrité de l'environnement, le développement des soins de santé préventifs, etc.

En résumé, après avoir parcouru les différents instruments de protection des droits de l'homme, on peut déduire que le droit à la santé du consommateur n'est qu'une des composantes du droit à

[32] https://www.google.com/search?q=resolution+39%2F248+du+09+avril+1985+nations+unies&oq=resolution+39%2F248+du+09+avril+1985+nations+unies&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCTI5ODU1ajBqN6gCALACAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8 consulté le 22 décembre 2023 à 13h 44min.

[33] Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur, point 11.

[34] *Ibidem*, point 12.

la santé visant à protéger le consommateur contre les effets pervers liés à la consommation des produits de mauvaise qualité susceptibles d'altérer sa santé.

B. Les sources internes

Au Burundi, il n'y a pas de textes spécifiques au droit de la consommation, mais des dispositions sont éparpillées dans diverses lois burundaises à savoir la Constitution, le code civil livre III, le code de commerce, le code pénal, la loi portant système de Normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essais, ainsi que la loi portant régime juridique de la concurrence.

a. La Constitution de la République du Burundi

L'article 55 de la Constitution burundaise énonce : « *Toute personne a le droit d'accéder aux soins de santé*»[35]. La Constitution reconnaît le droit à toute personne de se faire soigner. Mais cette disposition est lacunaire en matière de droit de santé. En effet, le législateur burundais semble reconnaitre ce droit aux personnes malades car, seuls les malades ont besoin des soins. Or, l'absence de maladie ne signifie pas être en bonne santé. La Constitution de l'Organisation Mondiale de la santé définit la santé comme « un état de complet bien-être physique, mental et social, et ne consiste pas seulement en une absence de maladie ou d'infirmité. La possession du meilleur état de santé qu'il est capable d'atteindre constitue l'un des droits fondamentaux de tout être humain, quelles que soient sa race, sa religion, ses opinions politiques, sa condition économique ou sociale »[36].

Le droit à la santé est donc plus vaste que le droit d'accéder aux soins de santé car il ne doit pas seulement être reconnu à une personne déjà souffrante mais doit surtout viser à empêcher la personne d'attraper la maladie comme le dit bien l'adage « il vaut mieux prévenir que guérir ». Par ailleurs, la plus grande partie des maladies dans le monde comme la plupart des décès résultent de la mauvaise satisfaction des besoins fondamentaux comme le manque d'eau potable, la mauvaise alimentation, etc. l'évolution de santé publique au 19^{e} siècle montre que les interventions

[35] Article 55 de la Constitution de la République du Burundi.
[36] Paragraphe 1er et 2 du préambule de la Constitution de l'OMS, adoptée par la Conférence internationale de la santé, tenue à New York du 19juin au 22 juillet 1946.

principales pour améliorer sensiblement l'état de santé de la population se situent en dehors des services de santé[37].

C'est dans cette perspective que la Constitution burundaise énonce dans son article que « *toute personne est fondée à obtenir la satisfaction des droits économiques, sociaux et culturels indispensables à sa dignité et au libre développement de sa personne, grâce à l'effort national et compte tenu des ressources du pays.* »

La réalisation du droit à la santé du consommateur est étroitement dépendante à la réalisation des droits économiques, sociaux et culturels.

b. Le code civil livre III

Les premiers dispositions qui protègent les consommateurs sont ceux de l'article 258 qui dispose que « *Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.* [38] » Il ressort de ces dispositions que toute personne qui se sent lésée du fait d'un produit, a le droit de demander que le préjudice subi soit réparé par le vendeur.

En plus de l'article 258, le code civil renferme plusieurs autres dispositions qui protègent les consommateurs notamment dans le titre III concernant la vente. Ce titre comprend des dispositions qui ont pour but de protéger l'acheteur contre certaines pratiques nuisibles du vendeur.

Pour garantir le droit du consommateur, le législateur impose aux vendeurs certaines obligations. L'article 279 dispose que le vendeur est tenu d'expliquer clairement ce à quoi il s'oblige et que tout pacte obscur ou ambigu s'interprète contre lui. Les obligations du vendeur se focalisent sur deux obligations essentielles à savoir l'obligation de délivrance et celle de garantie de la chose vendue.

La première obligation de délivrance n'attire pas notre attention car concernant le transport et la délivrance de la chose vendue. Par contre, la seconde concernant la garantie de la chose vendue est importante en ce qui concerne la protection de la santé du consommateur.

Ce sont les articles 302 à 317relatifs à la garantie contre l'éviction ainsi que les articles 3018 à 326 en rapport avec la garantie contre les vices cachés auxquels nous faisons référence. En effet,

[37] M. OZDEN, « Le droit à la santé » *in une collection du programme des Droits Humains*, Centre Europe-Tiers Monde, p.17.
[38] Article 258 CCL III.

quand un consommateur s'approvisionne en bien sur le marché, il réalise un contrat de vente. Grace alors à ces dispositions susmentionnés, le vendeur est soumis à l'obligation de garantir l'acheteur (ici consommateur) contre l'éviction et contre les vices cachés.

c. La loi n°1/27 du 29 décembre 2017 portant révision du code pénal

De même que les autres textes précédents, le code pénal ne traite pas spécifiquement du droit de la consommation. Néanmoins, certaines dispositions pourraient être utilisées pour protéger le consommateur. En effet, les articles 303 et 304 portent sur la tromperie et dispose que « *Est puni de trois mois à deux ans de servitude pénale et d'une amende de cinquante mille francs à cent mille francs ou d'une de ces peines seulement, celui qui a trompé l'acheteur :*

1° Sur l'identité de la chose vendue, en livrant frauduleusement une chose autre que l'objet déterminé sur lequel a porté la transaction ;

2° Sur la nature ou l'origine de la chose vendue, en vendant ou en livrant frauduleusement une chose qui, semblable en apparence à celle qu'il a achetée ou qu'il a crue acheter, déçoit l'acheteur dans ce qu'il a principalement recherché. [39]*»*

L'article 304 al. 1 et 2 quant à lui dispose que « *Est puni des peines prévues à l'article 303 celui qui, par des manœuvres frauduleuses, a trompé :*

1°L'acheteur ou le vendeur sur la qualité des choses vendues ;
2°L'acheteur ou le vendeur sur la qualité des choses vendues ; [40]»

Ces sont ces deux articles qui peuvent être utilisés pour protéger le consommateur. Mais, ici, il faut souligner que comme la loi pénale est d'interprétation stricte, ces dispositions sont à évoquer uniquement en cas de tromperie sur l'identité, la nature, la qualité ainsi que la quantité de la chose vendue.

d. La loi n° 1/01 du 16 janvier 2015 portant révision du code de commerce

C'est déplorable que cette loi ne protège pas le consommateur car, dans ses dispositions du titre XI qui portent sur la vente commerciale précise bien qu'elles s'appliquent aux contrats de vente

[39] Article 303 de loi n°1/27 du 29 décembre 2017 portant révision du code pénal.
[40] Article 304, al. 1er et 2 de loi n°1/27 du 29 décembre 2017 précitée.

de marchandises entre commerçants, personnes physiques et personnes morales[41] mais qu'elles ne régissent pas les ventes aux consommateurs[42].

Cependant, le décret-loi n°1/045 du 09 juillet 1993 portant dispositions générales du code de commerce lui, consacrait tout le titre VII à la protection du consommateur.

En effet, en parcourant ce titre, on pouvait trouver d'abord la définition du consommateur, ses champs d'application ainsi que les différents mécanismes de protection de celui-ci incluant les sanctions prévues en cas de manquement.

Ce texte comportait ensuite des dispositions ayant pour but de protéger le consommateur lors de la conclusion du contrat relatif aux biens et aux services notamment la vente et réglementait la publicité. Ainsi, il prescrivait l'obligation d'information à l'égard du consommateur et interdisait les clauses abusives dans les offres en ventes des produits et services entre vendeur et consommateur.

Enfin, ledit texte interdisait tout acte du vendeur qui porterait atteinte aux intérêts d'un ou plusieurs consommateurs à défaut de quoi le tribunal de commerce contesterait l'existence et ordonnerait la cessation d'un acte, réprimé même pénalement, constituant une infraction aux dispositions de ce texte[43].

e. La loi n° 1/03 du 04 janvier 2011 portant Système National de Normalisation, Métrologie, Assurance de qualité et Essais

Il s'agit d'une loi ayant pour objectif principal de protéger le consommateur. En effet, elle a pour objet notamment de protéger et améliorer la santé et la sécurité du consommateur en particulier et du public en général ; d'augmenter la confiance des consommateurs et limiter leur exploitation en leur offrant un nombre croissant de produits dont les processus de production et de conservation sont conformes à des normes établies ; ainsi que d'améliorer la qualité et la réputation des produits fabriqués ou commercialisés au Burundi[44].

[41] Article 252 de la loi n°1/27 du 29 décembre 2017 i précitée.
[42] Article 253 de la loi n°1/27 du 29 décembre 2017 précitée.
[43] Article 9 et 10 du décret-loi n°1/045 du 09 juillet 1993 portant dispositions générales du code de commerce.
[44] Article 2 de la loi n 1/03 du 04 janvier 2011 portant système national de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essais.

f. La loi n°1/06 du 25 mars 2010 portant régime juridique de la concurrence

Cette loi a pour objet de définir les règles applicables en matière de concurrence et de prix, de préciser les obligations mises à la charge des producteurs, commerçants, prestataires de services et tous autres intermédiaires, de prévenir toutes les pratiques anticoncurrentielles et d'assurer la loyauté et la régularité des transactions à travers la transparence et la lutte contre les pratiques restrictives[45].

Ce texte protège le consommateur dans la mesure où il prévoit dans ses certains points, notamment à travers le chapitre VI intitulé « de l'information commerciale », une obligation aux opérateurs économiques d'avoir une attitude loyale par une communication correcte des conditions de vente notamment par une bonne information sur les prix[46].

Dans le souci de garantir le pouvoir des consommateurs et leur liberté de choix entre les produits et services offerts, il précise également que les règles d'informations commerciales sont constituées notamment par la publicité des prix, le marquage, l'étiquetage, la communication des barèmes de prix, les conditions de règlement, etc.[47]

Comme nous venons de le voir, le consommateur, notion qu'on a essayé d'esquisser dans la première section, possède plusieurs droits qui doivent être respectés. Ces derniers sont garantis par des textes tant internationaux que nationaux. Mais, les dispositions des textes ne suffisent pas, il faut en plus qu'il y ait des institutions chargées de garantir sa mise en application. C'est dans cette perceptive que nous allons, au cours du deuxième chapitre, analyser les institutions chargées de garantir la protection du consommateur et en cas de défaillance de celles-ci, les voies dont il dispose pour être rétabli dans ses droits.

[45] Article 1 de la loi n°1/06 du 25 mars 2010 portant régime juridique de la concurrence.
[46] Article 65 de la loi n°1/06 du 25 mars 2010 précitée.
[47] Article 66 de la loi n°1/06 du 25 mars 2010 précitée.

CHAPITRE II. LES MECANISMES DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR CONTRE LES BOISSONS NUISIBLES A SA SANTE AU BURUNDI : CAS DES BOISSONS MANUFACTUREES

La protection du consommateur des boissons nuisibles à sa santé au Burundi doit se faire par le biais d'un contrôle. Ce contrôle serait efficace une fois qu'il est assuré par des institutions tant étatiques que privées (section 1). En cas d'échec de prévention, le consommateur dispose de plusieurs moyens pour être établi dans ses droits même si les obstacles ne manquent pas (section 2)

Section 1. Les mécanismes du contrôle institutionnel de la santé du consommateur

Dans cette section, nous allons analyser les différentes institutions chargées de protéger le consommateur contre les produits nuisibles à sa santé. Ces institutions sont impliquées dans la gestion et assurance de la qualité des produits ou dans la protection du consommateur en général. Ces institutions sont, d'une part à caractère public, et d'autre part, à caractère privé.

§1er. Les institutions à caractère public

Parmi les institutions nationales à caractère public, nous analyserons le Ministère de la Santé Publique et de la Lutte contre le Sida(A), le Ministère du Commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme(B), le Ministère de l'Intérieur, du Développement Communautaire et de la Sécurité Publique(C), le Bureau Burundais de Normalisation et de contrôle de la qualité(D) et le Centre National de Technologie Alimentaire(E).

A. Le Ministère de la santé Publique et de la lutte contre le Sida « MSPLS »

Le Ministère de la santé publique, comme son nom l'indique, est la principale institution chargée de veiller à la santé de la population dans le but de permettre le développement harmonieux de ses facultés physiques et mentales. A ce titre, il élabore pour le gouvernement, la politique de santé publique, la planifie, veille à sa mise en œuvre et en contrôle l'exécution dans les domaines de la prévention, des soins et du médicament.

Dans ce paragraphe, nous allons d'abord analyser les missions qui lui sont confiées en rapport avec la protection du consommateur (a). Ensuite, nous allons voir si réellement, à travers son organisation, il les accomplit (b).

a. Les missions du Ministère

Sous l'autorité directe du Ministère ayant en charge la santé publique dans ses attributions, et dans le cadre de la politique générale définie par le Gouvernement du Burundi, le MSPLS a notamment pour missions ayant un rapport avec la protection du consommateur :de concevoir la politique nationale en matière de santé publique, d'hygiène et d'assainissement ; de veiller à l'amélioration de l'état de santé de la population ; de coordonner les actions de promotion de la santé, de prévention et de prise en charge médicale et psychosociale et d'assurer le contrôle de la qualité des médicaments, de l'eau, des aliments et de tous les produits consommables[48].

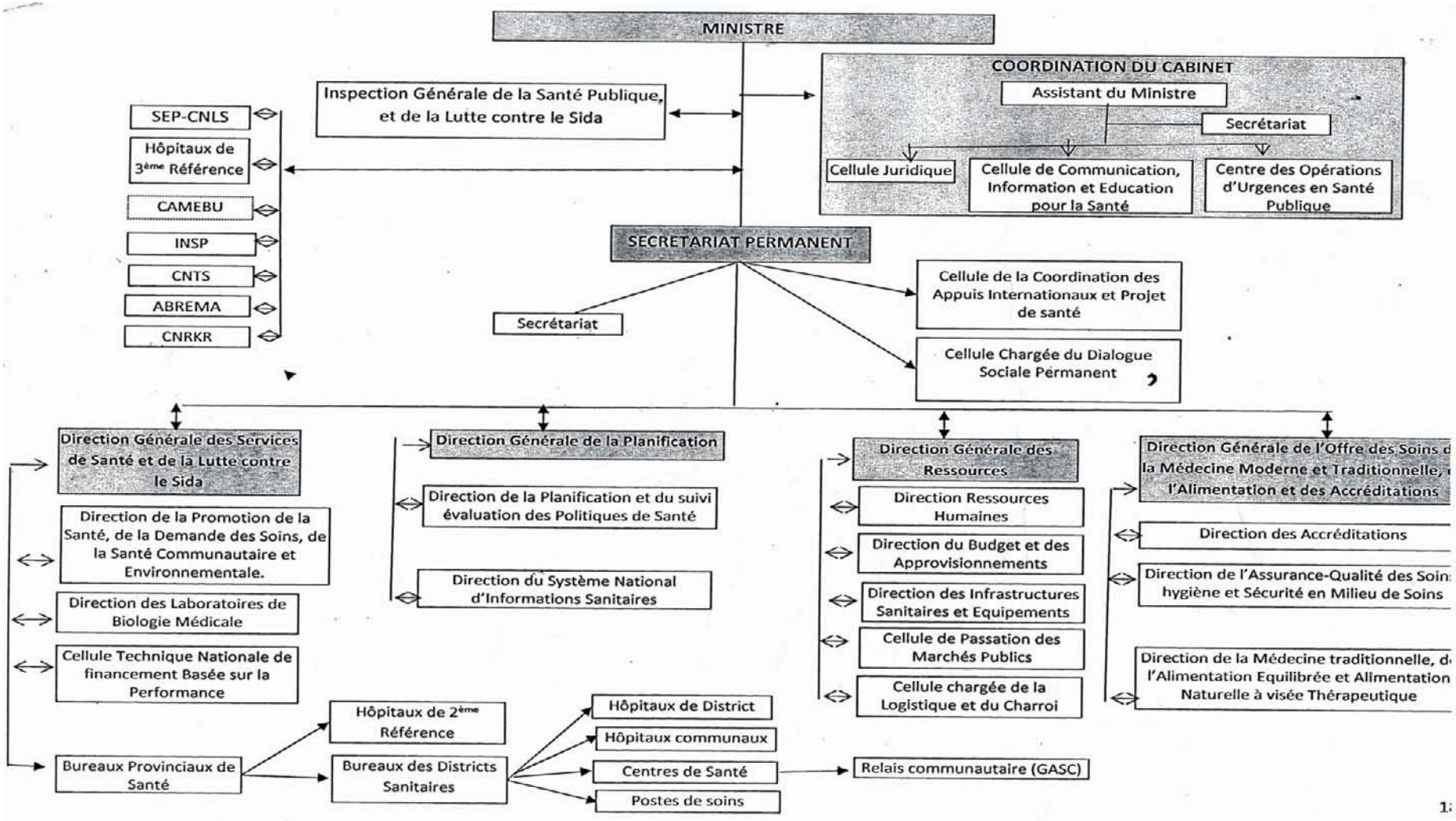
b. L'organisation du Ministère

Pour la réalisation de sa mission générale, le ministère ayant la santé dans ses attributions dispose des services de l'administration centrale, des administrations personnalisées, des services déconcentrés et des services décentralisés.

A travers son organigramme, voyons les organes chargés de la mission de protéger la population contre les produits nuisibles à sa santé tout en émettant des observations et commentaires sur base de ce que nous avons observé sur terrain.

[48] Article 3 du Décret n°100/093 du 09 novembre 2020 portant organisation et fonctionnement du Ministère de la Santé Publique et de la Lutte contre le Sida.

b.1.L'Organigramme



b.2. Les Observations et commentaires

A la lecture des différents textes régissant le MSPLS, c'est l'Autorité Burundaise de Régulation des Médicaments à usage humain et des Aliments « ABREMA » et la Direction de la Médecine traditionnelle, de l'Alimentation équilibrée et de l'Alimentation Naturelle à visée thérapeutique qui ont les missions de protéger le consommateur des produits susceptibles de nuire à sa santé.

Pour l'ABREMA, elle a notamment pour mission de :

- règlementer, en collaboration avec les services concernés, toutes les activités relatives à la qualité et l'innocuité des aliments préfabriqués et emballés, des médicaments à usage humain, des médicaments à base de plantes, des médicaments traditionnels, des produits cosmétiques et diététiques contenant un principe actif, des dispositifs médicaux et des cosmétiques ;
- règlementer encore une fois, en collaboration avec les services concernés, la fabrication, l'importation et l'exportation, l'étiquetage, l'emballage ou l'identification, le stockage, la vente, la distribution et la promotion exercée sur des aliments préfabriqués et emballés, des médicaments à usages humain, des produits cosmétiques et diététiques contenant un principe actif, des médicaments à base de plante, des médicaments traditionnels, des dispositifs médicaux ou les matériaux ou substances utilisés dans la fabrication des produits précédemment cités ;
- conduire le processus d'enregistrement et d'homologation des produits cités ci-dessus ;
- examiner, octroyer, délivrer, suspendre, annuler et retirer les certificats, les licences d'exploitations et toute autre autorisation d'ouverture, de fabrication, de vente et de mise sur le marché des produits ci-dessus cités dans le pays ;
- effectuer les inspections des locaux des infrastructures dans lesquelles sont fabriqués, analysés, stockés, distribués ou vendus ces produits ainsi que les équipements utilisés ;
- prescrire les normes de qualité en ce qui concerne les produits fabriqués, destinés à être fabriqués ou importés vers le Burundi ou exportés à partir du Burundi en collaboration avec la BBN ;
- collaborer avec la justice pour prendre les mesures juridiques sur les plaintes formulées par les consommateurs contre les fabricants, les donateurs, les distributeurs ou les dispensateurs des produits règlementés et

- accomplir les actes ou prendre les mesures nécessaires ou opportunes pour la prévention des dangers pouvant résulter de la consommation ou l'utilisation des produits de mauvaise qualité sur la santé des populations[49].

Quant à la Direction de la Médecine traditionnelle, de l'Alimentation équilibrée et de l'Alimentation Naturelle à visée thérapeutique, elle a notamment pour missions de :

- proposer des stratégies de collaboration multisectorielle en faveur de la sécurité alimentaire et toutes les mesures législatives et règlementaires rendues nécessaires par les situations concrètes en matière de l'alimentation et de nutrition ;
- coordonner et promouvoir toutes les activités d'information, d'éducation et de sensibilisation de la population pour qu'elle adopte des habitudes alimentaires saines et favorables à leur santé en collaboration avec le ministère ayant l'agriculture et l'élevage dans ses attributions ;
- veiller à la qualité nutritionnelle des aliments produits ou commercialisés au Burundi en collaboration avec les autres services techniques des ministères concernés ;
- assurer le suivi-évaluation de la mise en œuvre des interventions de nutrition et de l'alimentation sur tout le territoire national en collaboration avec le ministre ayant l'agriculture et l'élevage dans ses attributions ainsi que
- assurer la coordination de tous les intervenants dans le domaine d'alimentation et de nutrition en collaboration avec le ministre ayant l'agriculture et l'élevage dans ses attributions[50].

Malgré toutes ces missions ci-dessus énumérées, la réalité est que cette direction ne s'occupe que de la médecine traditionnelle. Selon les propos de l'un des employés de cette direction que nous avons interrogé, car il y a plus de trois mois que cette direction n'a pas de directeur, toutes les autres missions relatives à la surveillance des produits sont confiées à l'ABREMA. Cela revient à conclure que la règlementation n'est pas suivie à la lettre.

C'est déplorable que, malgré l'existence de ces institutions, ce sont les députés qui soient les premiers à demander la suppression sur le marché de certains produits nuisibles à la santé du consommateur.

[49] Article 5 du décret n°100/039 du 26 février 2021 portant création, organisation et fonctionnement de l'autorité burundaise de régulation des médicaments à usage humain et des aliments, « ABREMA » en sigle.

[50] Article 25 du Décret n°100/093 du 09 novembre 2020 portant organisation et fonctionnement du Ministère de la santé Publique et de la lutte contre le Sida.

On se réfère par exemple à la séance des questions orales avec débat du lundi 11 décembre 2023 dans laquelle trois membres du Gouvernement à savoir le Ministre de la santé publique et de la lutte contre le Sida ; celui de l'environnement, de l'agriculture et de l'élevage ainsi que le Ministre ayant le commerce dans ses attributions étaient des invités.

Les députés ont demandé aux deux ministres, celui ayant le commerce dans ses attributions et celui ayant la santé dans ses attributions si elles sont au courant de l'impact sur la santé et la vie sociale de la boisson « KICK » et ont demandé que cette dernière soit supprimée sur le marché[51].

B. Le Ministère du Commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme

Le ministère du commerce joue un grand rôle dans le domaine de la protection du consommateur. Ayant dans ses attributions le contrôle des industries et du commerce, il lui revient d'accomplir certaines missions pour assurer la protection des consommateurs des produits fabriqués dans ces industries et mis sur le marché.

Au cours de ce paragraphe, nous allons premièrement analyser les missions qui lui sont confiées en rapport avec la protection du consommateur (a). Ensuite, nous allons voir si réellement, à travers son organisation, il les accomplit (b).

a. Les missions du Ministère

Parmi les missions principales du Ministère du Commerce, du Transport, de l'Industrie et du Tourisme, il y a notamment celles d'assurer le contrôle et la normalisation de la qualité des produits et d'arrêter des mesures de protection de la propriété industrielle[52] ; d'effectuer ou faire effectuer des enquêtes spécifiques sur les activités commerciales pouvant porter préjudice à la santé des consommateurs et/ou au fonctionnement transparent du marché[53] ; de promouvoir des associations de consommateurs pour la défense de leurs intérêts[54] ainsi que d'assurer le respect des normes sanitaires et environnementales lors de l'agrément de nouvelles unités industrielles[55].

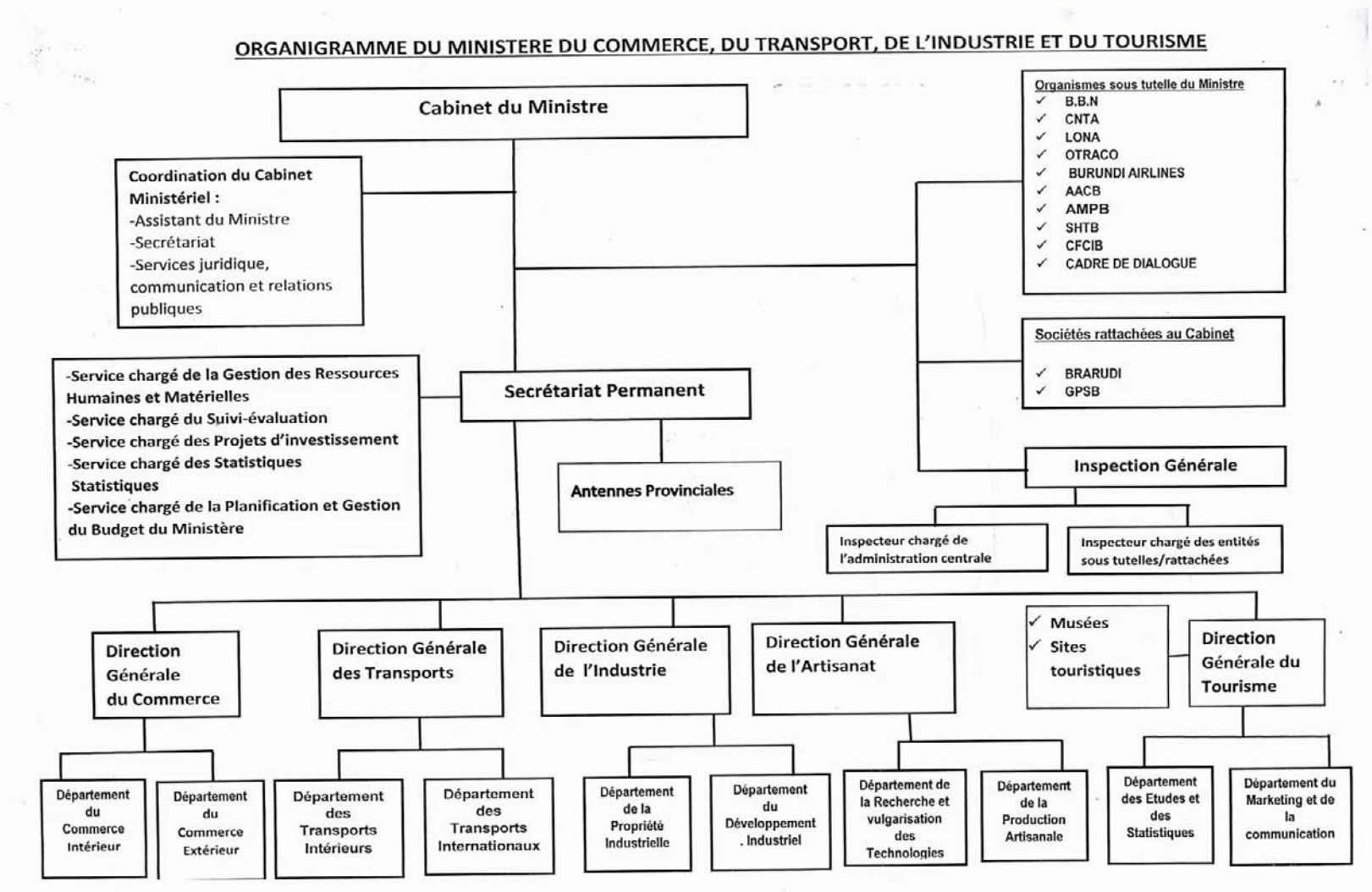
[51] https://www.assemblee.bi/spip.php?article2894 consulté le 17 décembre 2023 à 15h41.
[52] Art 1er du Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 portant réorganisation du ministère du commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme.
[53] Article 18 du Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 précité.
[54] Article 18 du Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 précité.
[55] Article 25 du Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 précité.

b. L'organisation du Ministère

Pour la réalisation de sa mission générale, le ministère ayant le commerce dans ses attributions dispose des services de l'administration centrale, des services rattachés et des organismes personnalisés sous tutelle[56]. A travers son organigramme, voyons l'organe chargé de la mission de protéger la population contre les produits nuisibles à sa santé.

[56] Article 2, al.1er du Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 précité.

b.1. L'Organigramme



b.2. Observations et commentaires

En analysant l'organigramme du Ministère, on peut conclure immédiatement que la direction générale du commerce, la direction générale de l'industrie et la BBN (qui fera objet d'un titre à part) sont chargées de veiller à la protection du consommateur. A la lecture du décret portant organisation de ce Ministère, la direction générale de l'industrie ne protège le consommateur qu'à travers la protection des industries contre la contrefaçon et le piratage[57]. Elle ne se contente que de promouvoir et de protéger le secteur industriel.

Si la direction générale du commerce a pour mission de protéger le consommateur par un suivi des prix des produits, par l'effectuation des enquêtes sur les activités commerciales pouvant porter préjudices à la santé du consommateur et par la promotion des associations des consommateurs, c'est au niveau de la commercialisation, c'est-à-dire pour les produits déjà fabriqués et mis au marché. Il fallait alors que la direction générale de l'industrie assure, quant à elle, le suivi des produits lors de la fabrication. On ne doit pas attendre que le produit soit au marché pour évaluer son impact sur la santé du consommateur mais plutôt lors de son fabrication.

Sur le terrain, on observe des phénomènes de chevauchement des activités règlementaires, d'éparpillement des taches de surveillance et de manque de coordination. Bien plus, la responsabilité de la protection de la santé publique vient parfois en contradiction avec l'obligation de favoriser le commerce ou de développer un secteur donné. Cela s'observe par exemple à travers le discours du ministre ayant le commerce dans ses attributions sur la question de suspendre la liqueur Kick considéré comme dangereuse à la santé du consommateur. Pour elle, fermer les entreprises c'est porter atteinte à l'économie du pays[58].

[57] Article23 du Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 précitée.

[58] https://www.facebook.com/100064820105288/posts/pfbid02sMSeEjMVf6DXwxDgrp97MSHGYZ9Xah1toYzJYEcBAgAHaodv3xmXk4bw99PDDXVal/?app=fbl consulté le 22 décembre 2023 à 14h38min.

C. Le Ministère de l'Intérieur, du Développement Communautaire et de la Sécurité Publique

Il s'agit de deux Ministères, à savoir le Ministère de l'Intérieur et du Développement Communautaire et le Ministère de la Sécurité Publique et de la Gestion des Catastrophes, qu'on a combiné pour former un seul Ministère. Actuellement, ce Ministère est régi par le décret n° 100/ 298 du 21 novembre 2011.

Sous ce paragraphe, analysons les missions qui lui sont confiées(a) et ensuite, à travers son organisation, nous allons voir si réellement il assure la mission de protéger le consommateur(b).

a. Les missions du Ministère

En se référant sur décret portant structure, fonctionnement et missions du Gouvernement, le Ministère de l'Intérieur, du développement communautaire et de la Sécurité Publique a un rôle à jouer en matière de la protection du consommateur. Parmi ses missions, il y a notamment la mission :

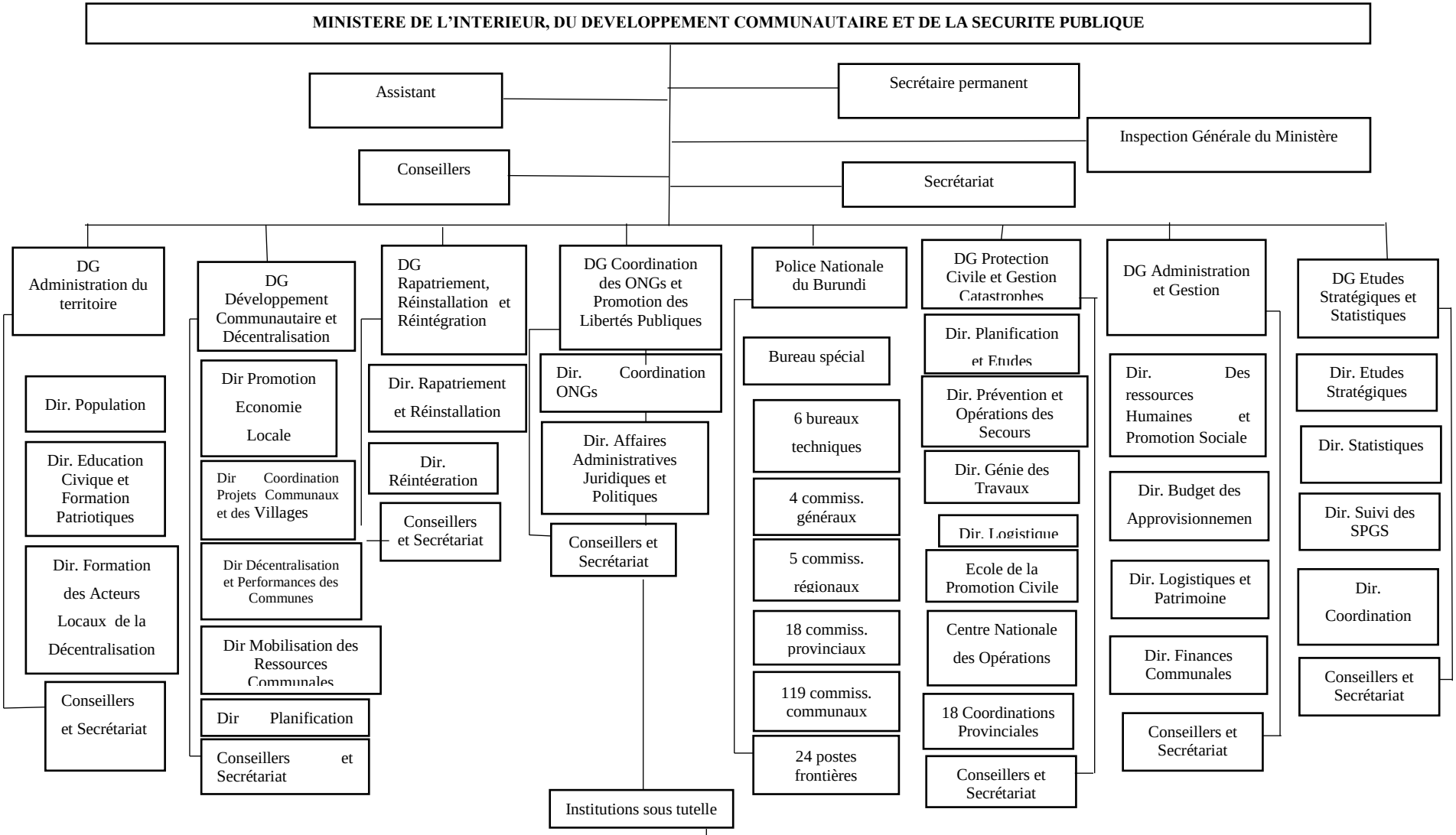
- de participer, en collaboration avec les autres Ministères et organisations intéressées, à la protection et à la promotion des droits de la personne humaine et des libertés publiques dans les circonscriptions administratives ;
- de participer à l'éducation de la population au respect des droits de l'homme et d'autres valeurs démocratiques ;
- de contribuer à l'amélioration de la qualité de la vie des populations en milieu rural ainsi que de promouvoir et encadrer le mouvement coopératif et les autres associations[59].

b. Organisation

A travers son organigramme, voyons l'organe chargé de la mission de protéger le consommateur contre les produits nuisibles à sa santé.

[59] Article 32 du Décret n° 100/007 du 28 juin 2020 portant révision du Décret n 100/037 du 19 avril 2018 portant structure, fonctionnement et missions du gouvernement de la République du Burundi.

b.1. L'Organigramme



b.2. Les Observations et commentaires

A la lecture de l'organigramme du ministère, il nous a été difficile de trouver la direction ayant dans ses attributions la protection et la promotion des droits humains, l'éducation de la population au respect des droits humains, et/ou l'amélioration de la qualité de vie de la population. Mais, ce ministère procède le plus souvent à des descentes sur terrain pour chercher et renverser les boissons « dites prohibées ». C'est le cas de ce qui s'est passé en zone Gitaza de la commune Muhuta, province de Rumonge où 12.500 litres ont été versés par terre et 5 personnes arrêtées. Selon l'administrateur de ladite commune, il est interdit de fabriquer et de commercialiser des produits qui peuvent être nuisibles à la santé humaine. Il ajoute que ces fabricants n'ont aucun document qui leur autorise ces activités[60]. Mais ici, on peut se demander si réellement tous les fabricants des boissons dans les ménages possèdent des documents d'autorisation. La réponse est non. Quant à la question de nuire à la sante, les autorités locales en collaboration avec le ministère procèdent-ils aux études de laboratoire pour conclure le degré de nuisance ? La réponse est aussi non.

Nous avons essayé de contacter les autorités de ce ministère pour savoir dans quel but et sur quels critères considèrent-ils qu'une boisson soit prohibée mais en vain. Néanmoins, le code pénal burundais dispose que *« constituent des boissons prohibées,… les boissons alcoolisées ou non alcoolisées fabriquées artisanalement au niveau local ou importées, classées comme telle en application des dispositions de l'ordonnance du Ministère ayant la santé publique dans ses attributions »*[61]. Cela revient à dire qu'il n'est pas de la compétence ni des autorités locales ni de la police de déterminer si une boisson est prohibée.

Quant à la police, à travers les propos du commissaire communal, Lt. Pol. IRANKUNDIYE Lazard qui précise que cette activité est de lutte contre la criminalité et que ces boissons constituent un danger public[62], on peut déduire que ces activités se déroulent dans le cadre de la sécurité publique et non de la protection du consommateur. Mais, à travers ces activités et les propos de la police

[60] https://mininterinfos.gov.bi/gitaza-une-autre-sorte-de-boissons-prohibees/ consulté le 28 décembre 2023 à 14h50.
[61] Article 520 de la loi n°1/27 du 29 décembre 2017 portant révision du code pénal.
[62] https://mininterinfos.gov.bi/gitaza-une-autre-sorte-de-boissons-prohibees/ consulté le 28 décembre 2023 à 14h55.

lors de telles descentes, nous avons constaté que ce n'est pas uniquement la sécurité qui est visée, mais aussi la santé des consommateurs.

Lors d'une autre descente le 26 mai 2021 à Mutakura, commune Ntahangwa de la Mairie de Bujumbura, la police se souciait normalement de la pénurie du sucre car, selon les informations qu'elle détenait, il y avait une boisson de « *Urugombo* » qu'on transformait en « *inkoneseri* » en y ajoutant du sucre. Mais, selon la police, *« la fabrication et la consommation de ce genre de boissons prohibées à un double impact néfaste sur la population. D'une part, fabriquées dans des conditions d'hygiène déplorables et avec mélange de produits chimiques nuisibles à la santé, elles altèrent lentement la santé des consommateurs. D'autre part, ces consommateurs s'adonnent aux activités criminelles visant à créer de l'insécurité pour se procurer de l'argent, en témoigne le chanvre indien qu'on y a découvert »*[63].

D. Le Bureau Burundais de Normalisation et de contrôle de la qualité « BBN »

Par décret-loi n° 1/036 du 13 décembre 1989 il a été créé un système de normalisation et de contrôle de la qualité des produits originaires du Burundi ou commercialisés au Burundi. C'est ainsi qu'en 1992, un bureau burundais de normalisation a été créé par décret-loi n° 1/17 du 7 mai 1992. Actuellement, le BBN est régie par le décret n°100/039 du 03 mars 2020.

Au cours de ce paragraphe, nous allons premièrement analyser les missions qui lui sont confiées en rapport avec la protection du consommateur (a). Ensuite, nous allons voir si réellement, à travers son organisation, il assure ce rôle (b).

a. Les missions du bureau

L'objectif du bureau de normalisation et de contrôle de la qualité est d'assurer la qualité et de protéger le consommateur. Pour ce faire, le bureau a pour missions notamment de :

- préparer et publier des normes nationales en conformité avec les principes et procédures internationales reconnues ainsi que promouvoir leur application au niveau du commerce, de l'industrie et des textes règlementaires établis par d'autres instances ;

[63] https://mininterinfos.gov.bi/fabrication-des-boissons-prohibees-une-des-causes-de-la-penurie-du-sucre-au-Burundi/ consulté le 02 janvier 2024 à 15h52.

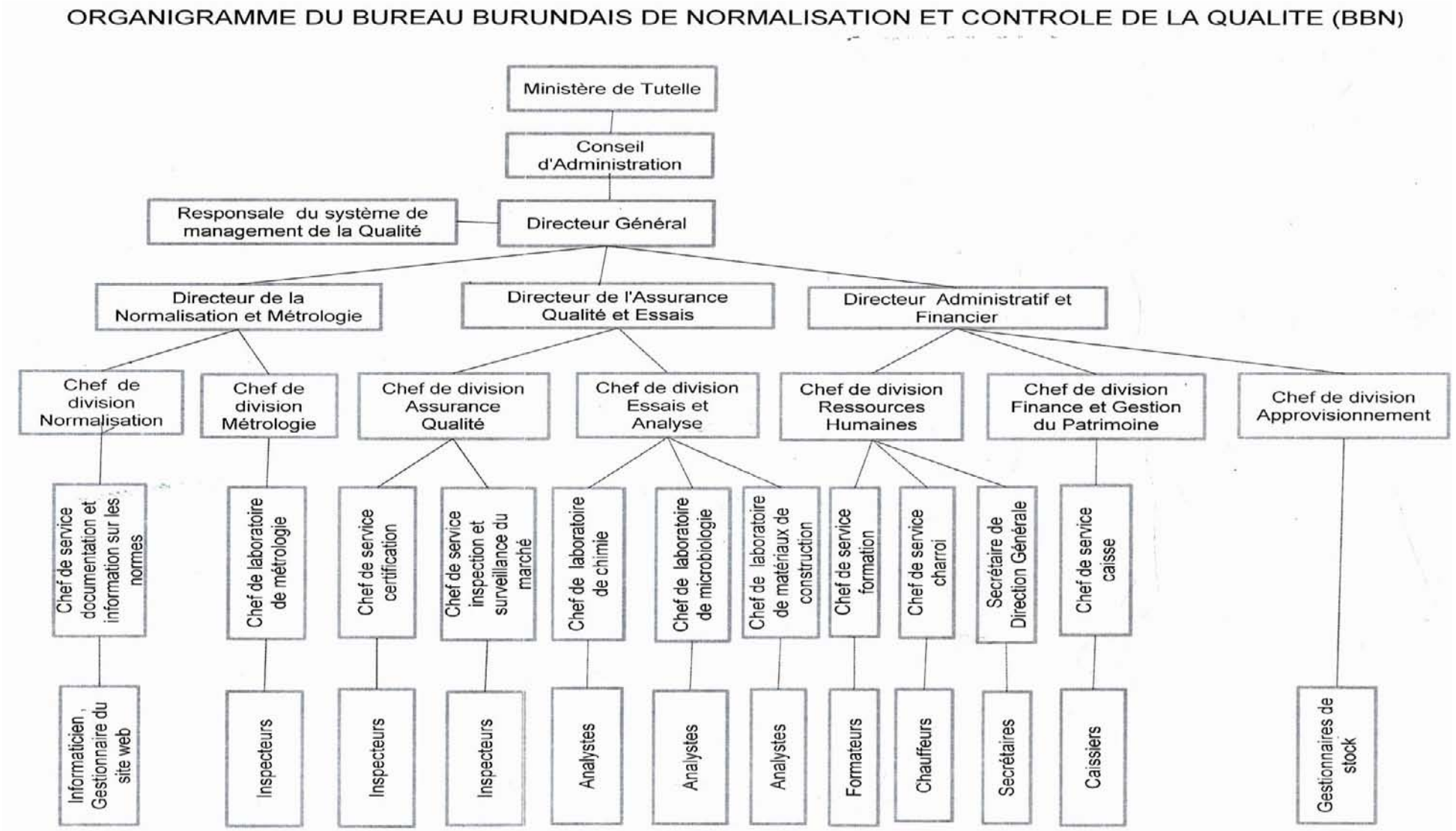
- établir et maintenir des étalons nationaux de mesure et à des niveaux de précision répondant aux besoins du pays ainsi que contribuer à la diffusion de leur valeur dans le commerce, l'industrie et la société civile par le biais du système d'étalonnage ;
- établir, mettre en application et maintenir les normes de métrologie légale s'appliquant au matériel de mesure ainsi qu'assurer la justesse des mesures effectuées dans le commerce à des fins de poursuites judiciaires et au sein des systèmes de santé ;
- établir et maintenir des services d'évaluation de la conformité aux normes, c'est-à-dire essais et services d'inspection et de certification dont la compétence a été attestée afin d'assurer un degré maximum d'acceptation de la part des acteurs économiques et des autorités compétentes en la matière
- établir et maintenir la surveillance du marché, le contrôle des importations et le système de contrôle de l'industrie pour les produits règlementés par des normes obligatoires[64].

b. L'organisation du Bureau

A travers son organigramme, voyons l'organe chargé de la mission de protéger le consommateur contre les produits nuisibles à sa santé.

[64] Article 3 du décret n°100/039 du 03 mars 2020 portant organisation et fonctionnement du Bureau Burundais de Normalisation et de Contrôle de la qualité.

b.1. L'Organigramme



b.2. Les Observations et commentaires

Le BBN est une institution de grande importance dans le domaine de la protection du consommateur du fait qu'il est l'organe de la régulation du système nationale de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essaie. En effet, c'est à travers les normes, les assai et les inspections qu'il est possible de surveiller les produits mis au marché. Mais, il est impossible que le BBN soit à mesure d'accomplir cette tâche. Pour réaliser ses missions, il doit être nanti des moyens matériels, financiers et humains. Les opérations de contrôle sont couteuses et exigent des ressources financières et humaines et des moyens logistiques appropriés. Imaginez par exemple, actuellement nous avons plus de 80 entreprises qui fabriquent les boissons, selon les chiffres en provenance du Ministère du commerce. Selon le directeur de l'assurance, qualité et essaie, service de certification, il y a trois employés seulement dans cette direction. Cet effectif est insuffisant pour contrôler la conformité des produits fabriqués sur tout le territoire du Burundi sans oublier les importations.

Une autre observation est que pour le contrôle de la qualité, le décret n°100/093 du 09 novembre 2020 portant organisation et fonctionnement du Ministère de la Santé Publique et de la Lutte contre le Sida confie à ce ministère la mission d'assurer le contrôle des aliments consommables. Toutefois, au regard de la loi n°1/03 du 04 janvier 2011 portant système national de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essais, cette compétence revient également au BBN. Pour éviter le chevauchement, un arrangement devra être trouvé entre les deux institutions pour que chacune sache ses tâches. Une autre solution serait de mettre en place une structure interministérielle chargée d'analyser les différentes questions qui se posent dans le domaine de la consommation.

E. Le centre National de Technologie Alimentaire

Le centre National de Technologie Alimentaire, CNTA en sigle, est une institution de recherche-développement en technologie alimentaire de l'Etat relevant du Ministère de l'agriculture et de l'élevage. Il a été créé par décret n° 100/075 du 21 mai 1993. Il s'agit d'une institution dotée d'une administration personnalisée avec une gestion autonome et un patrimoine qui lui est propre. Actuellement, il est régi par le décret n° 100/055 du 17 avril 1998 portant modification des statuts du Centre National de Technologie Alimentaire.

Sous ce point, analysons d'abord les missions qui lui sont confiées (a) et puis, à travers son organisation, voyons s'il les accomplit (b).

a. Les missions

Le CNTA a notamment pour mission :

- de promouvoir la recherche/développement en Technologie alimentaire ;
- de contribuer à la valorisation des produits agricoles et animaux ;
- de promouvoir les entreprises agro-alimentaires par le transfert, la diffusion et la vulgarisation des technologies[65].

b. L'organisation

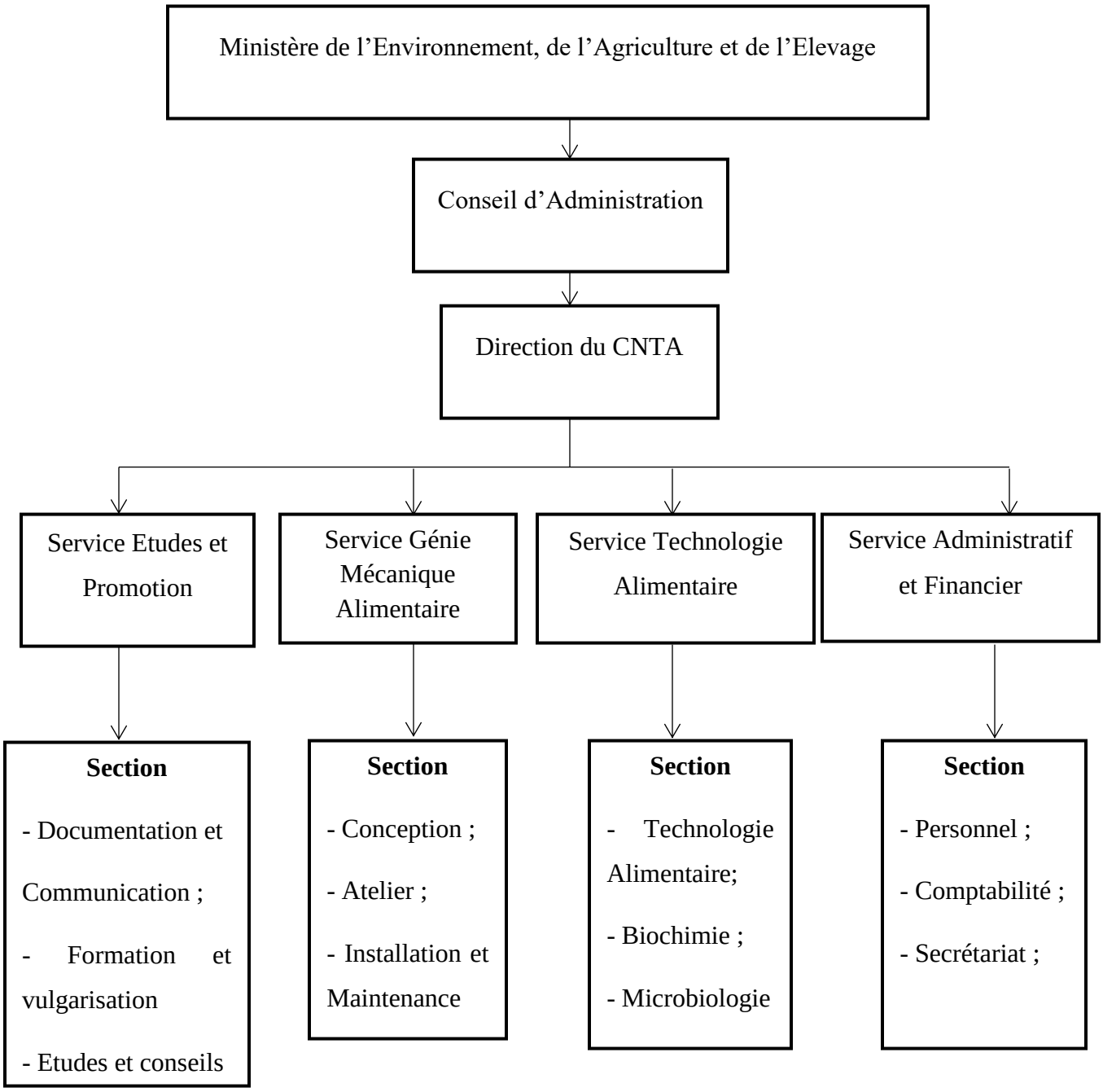
Le CNTA est une administration personnalisée de l'Etat dotée d'une personnalité juridique, d'un patrimoine et d'une autonomie de gestion[66]. Il est administré par un conseil d'administration composé par :

- un représentant du Ministre ayant l'agriculture et l'élevage dans ses attributions entant que Président ;
- un représentant du Ministère ayant l'artisanat dans ses attributions entant que Vice-Président ;
- un représentant du Ministère ayant l'industrie dans ses attributions entant que membre, le directeur du CNTA entant que membre et secrétaire ;
- un représentant du personnel du centre entant que membre ;
- et deux membres choisis par leurs compétences particulières[67].

Quant à la direction assurée par un directeur général, elle est chargée de la gestion quotidienne du centre[68]

[65] Article 3 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 portant modification des statuts du Centre National de Technologie Alimentaire(CNTA).
[66] Art. 1er du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité.
[67] Art. 4 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité
[68] Art. 12 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité

b.1. L'organisation



b.2. Les observations et commentaires

A la lecture des missions que le décret n° 100/055 du 17 avril 1998 confie au C.N.T.A, le rôle de la protection du consommateur n'apparait pas clair. C'est en analysant les services qui composent ce centre ainsi que leurs tâches qu'on trouve réellement sa contribution.

Le CNTA est composé de quatre principaux services :

- Le service technologie alimentaire qui est chargé de mettre au point des techniques agro-alimentaires ainsi que **d'assurer le contrôle de la qualité des denrées alimentaires consommées au Burundi**[69] ;

- Le service génie mécanique alimentaire qui est chargé de promouvoir la fabrication locale des équipements et du matériel de traitement post-récolte des produits vivriers au Burundi. Il assure les entretiens préventifs et curatifs de l'ensemble des équipements du centre ainsi que l'assistance à la diffusion, à l'installation et à la maintenance des unités de transformations agro-alimentaires promues par le centre à travers le pays[70] ;

- Le service Etudes et Promotion qui est chargé de promouvoir les technologies mises au point par le centre. Il assure leur transfert, leur diffusion et vulgarisation à travers tout le pays[71] ;

- Le service administratif et financier qui est chargé de coordonner le fonctionnement des activités et de veiller à l'élaboration et à la bonne exécution des budgets ainsi que la gestion du patrimoine du centre[72].

Ici, il faut signaler que le CNTA n'est plus sous la tutelle du Ministère de l'environnement, de l'agriculture et de l'élevage mais du Ministère du commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme. Ce qui est surprenant est que le texte qui le régit n'a pas changé. Cela cause des problèmes juridiques surtout quand il s'agit d'une administration personnalisée dotée d'une personnalité juridique. En plus, la composition des membres du conseil d'administration perd sa valeur.

[69] Art. 14, al.1 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité.
[70] Art. 14, al.2 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité.
[71] Art. 14, al.3 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité.
[72] Art. 14, al.4 du décret n° 100/055 du 17 avril 1998 précité.

Autres observation est que le texte n'est pas précis sur les critères pour choisir les deux derniers membres du conseil d'administration. Si l'art. 4 *in fine* dispose : « deux membres choisis pour leur compétences particulières » sans toutefois dires lesquelles, c'est laisser un vide juridique et donner le pouvoir discrétionnaire au Ministre de la tutelle qui propose ses membres.

§2. Le mécanisme du contrôle de la santé du consommateur par les institutions à caractère privé

Dans ce second paragraphe, nous allons analyser les institutions privées qui se sont donné les missions de promouvoir et de protéger les consommateurs. Malheureusement, elles ne sont pas nombreuses. A notre connaissance, seules deux institutions œuvrent dans ce secteur. Il s'agit de l'Association Burundaise des consommateurs (A) et l'Association des Consommateurs des Produits de Base (B).

A. L'association Burundaise des Consommateurs

Créée le 16 juillet 1994 et agréée par l'ordonnance ministérielle n° 530/204 du 17 septembre 1994, l'Association Burundaise des Consommateurs (ABUCO) est une association sans but lucratif. En 2002, lors d'une conférence, le Président de cette association rencontre des responsables de Transparency International et formule une demande pour devenir l'une des sections de Transparency International. C'est ainsi qu'en 2014, après son acceptation, prend le nom de l'ABUCO-TI. Analysons ses missions (a) et son organisation (b)

a. Les missions de l'ABUCO

Elle a pour missions notamment d'éduquer, informer le consommateur en vue de le préparer à mieux connaitre ses intérêts au quotidien ; de veiller à la qualité, aux prix, et à la régularité des produits des biens et services ; de sensibiliser l'Etat et les pouvoirs publics sur les conditions des consommateurs en vue de favoriser des décisions opportunes tenant compte de leurs préoccupations ; d'intéresser toute les associations, tous les groupements, afin que la réalité du consommateur soit prise en compte ; de préoccuper des couches les plus défavorisées en vue de leur permettre d'accéder convenablement à la consommation pour la santé, la croissance et le mieux-être ; de veiller à une publicité saine ; de participer à la coopération interafricaine et

internationale avec les institutions, organismes ou associations de même nature œuvrant pour les mêmes objectifs ; et de défendre par tous les moyens légaux, les intérêts du consommateur[73].

b. L'organisation de l'Association

Il nous a été impossible d'avoir l'organigramme de l'association. Néanmoins, à la lecture de son statut, l'ABUCO-TI Burundi comprend deux organes à savoir les organes centraux et les organes déconcentrés.

Les organes centraux sont constitués par l'Assemblée Générale, le Conseil d'Administration, le Comité d'Ethique et le Conseil Consultatif. Quant aux organes déconcentrés, ils sont constitués par le Comité Exécutif Provincial, le Comité Exécutif Communal et le Comité Exécutif Collinaire[74].

Dans la réalité, il semble que cette association ne fonctionne plus. Comme on peut le constater sur leur site officiel, l'association a son adresse au Boulevard du 28 Novembre (Boulevard MWEZI GISABO actuel). La personne à contacter est la directrice exécutive Mais, depuis deux ans, l'association a changé son adresse et se trouve actuellement en Rohero, premium house. La directrice exécutive a été remplacée, mais le numéro de référence n'a pas été changé.

C'est à maintes reprises qu'on s'est rendu au bureau de l'association mais les portes étaient toujours fermées. Difficilement accessible, dans un bâtiment sans ascenseur, elle se trouve au 7^{e} niveau du premium house, pas d'ascenseurs, aucune pancarte ni affichage d'indication.

Autre chose constatée est que tous les publications de cette association se font dans la langue française. Cela devient un obstacle pour les consommateurs destinataires de ces informations qui, la plupart, ne comprennent pas cette langue. A titre d'exemple, en date du 20 juin 2014, à travers son site web, l'association a averti les consommateurs le risque de la consommation des beignets pains et la boisson *« Karigasoke »* fabriqués en utilisant le sucre dont on ignorait l'origine. L'association appelait les consommateurs à ne pas acheter ces produits n'importe où surtout dans

[73] Article 3 du statut de l'Association Burundaise des consommateurs – Transparency International Burundi (ABUCO-TI Burundi), Bujumbura – Burundi 2013.
[74] Article 10 statut de l'Association Burundaise des consommateurs précité.

les rues[75]. C'est déplorable qu'une information si importante soit diffusée dans une langue qui n'est comprise que par une minorité.

B. L'Association des Consommateurs des Produits de Base

L'Association des Consommateurs des Produits de Base (ACOPROBA) est une autre association des consommateurs créée au Burundi en 1995 et agréée la même année.

a. Les missions de l'ACOPROBA

Elle a les mêmes objectifs que l'ABUCO-TI sauf qu'elle se limite à la consommation des produits de base[76].

b. L'organisation de l'ACOPROBA

Il nous a été impossible de savoir l'organisation de l'association du fait que nous n'avons trouvé aucun document ni sur internet, ni sur terrain. On a essayé de se renseigner mais aucune information obtenue.

Selon RAMBA et BARICAKO dans leur mémoire, cette association n'a pas bénéficié d'attention particulière au même titre que l'ABUCO parce qu'elle n'enregistre pas beaucoup de réalisations, ni de programmes d'activités attrayants[77]. Pour nous, l'association méritait aussi une attention du fait que par « produit de base », il faut entendre le produit de grande consommation alimentaire dont la catégorie est présente dans tous les points de vente alimentaire, quelle que soit leur taille[78]. Les boissons font partie de cette catégorie de produits.

Section 2. Les actions du consommateur lésé

Comme nous l'avons déjà vu, le consommateur possède des droits bien que ceux-ci ne soient pas encore bien règlementés au Burundi. Il existe aussi des institutions ayant dans leurs missions la protection de sa santé. Mais, la sécurité physique du consommateur ne peut être garantie

[75] https://uncaccoalition.org/our-network/anti-corruption-platforms/africa/burundi/association-burundaise-des-consommateurs-transparency-international-burundi/ consulté le 26 décembre 2023 à 11h10.
[76] R. RAMBA, et A. BARICAKO, *La protection juridique des consommateurs des produits pharmaceutique au Burundi*, mémoire, ULT, 2010, p.38.
[77] R. RAMBA, et A. BARICAKO, *Op. cit.*, p.38.
[78] https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Produit-base-238672.htm#:~:text=Produit%20de%20grande%20consommation%20alimentaire,%C2%AB%20produit%20de%20p consulté le 27 décembre 2023 à 19h11.

parfaitement dans aucun pays du monde. Les dommages sont inéluctables. Dans cette section, nous allons voir, si l'un des droits reconnus au consommateur est violé, les voies reconnues à celui-ci pour les rétablir. Deux voies lui sont reconnues à savoir : la voie extra-judiciaire (§1er) et la voie judiciaire (§2).

§1er. Les actions extrajudiciaire du consommateur lésé

Avant d'intenter une action en justice, le consommateur lésé a la possibilité de choisir entre plusieurs voies extrajudiciaires : Ce sont les modes alternatifs de règlement des conflits qu'on désigne sous l'acronyme de MARC.

Alors que le règlement judiciaire relève du droit processuel et obéit aux règles strictes de la procédure, les MARC sont *a priori* conçus en vue d'éviter les contraintes procédurales. Il s'agit de la conciliation, de la médiation, de l'arbitrage et de la transaction.

A. La conciliation

La conciliation est un accord par lequel deux personnes en litige mettent fin à celui-ci (soit par sanction, soit par abandon unilatéral ou réciproque de toute prétention), la solution du différend résultant non d'une décision de justice (ni même de celle d'un arbitre) mais de l'accord des parties elles-mêmes[79].

La conciliation peut revêtir plusieurs aspects :

D'abord, la conciliation peut être recherchée par les parties elles-mêmes sans l'intervention d'un tiers. Dans ce cas, il n'y a pas besoin d'un juge et la conciliation va intervenir en dehors de toute instance judiciaire.

Ensuite, la conciliation peut intervenir sous les hospices du juge, les parties ne sont plus dans ce cas les seules à rechercher cette conciliation et la recherchent à l'initiative du juge.

En effet, le juge n'a pas comme seule mission de juger, mais aussi celle de concilier les parties. Les parties peuvent donner pouvoir au juge de statuer comme amiable compositeur, sous réserve d'appel si elles n'y ont pas spécialement renoncé[80].

[79] G. CORNU, *Vocabulaire juridique*, Presse universitaire de France, 1re éd. 1987, Paris, p.177.
[80] Article 34, de la loi n° 1/010 du 13 mai 2004. Portant Code de procédure civile ; B.O.B., 2004, n° 5bis.

Enfin, la conciliation peut se faire par l'intervention d'un tiers spécialement attribué à cet effet : le conciliateur. Il s'agit d'une personne chargée de concilier les parties et qui pourra intervenir aussi bien dans le cadre d'une instance judiciaire que dans le cadre de toute instance. Le conciliateur doit avoir certaines compétences mais il est bénévole et son intervention est temporaire. Le rôle du tiers conciliateur est d'informer les parties de leurs obligations respectives. Il les rapproche et les aide à dégager une solution commune à leur litige[81].

B. La médiation

La médiation est le mode de solution des conflits consistant, pour la personne choisie par les antagonistes (en raison le plus souvent de son autorité personnelle), à proposer à ceux-ci un projet de solution, sans se borner à s'efforcer de les rapprocher, à la différence de la conciliation, mais sans être investi du pouvoir de leur imposer comme décision juridictionnelle, à la différence de l'arbitrage et de la juridiction étatique[82].

Tout comme le tiers conciliateur, le médiateur est dépourvu de pouvoir juridictionnel contrairement à l'arbitre. Le médiateur ne tranche pas le litige ni en droit ni en fait. Le règlement du litige se réalise par la volonté des parties mais avec l'entremise du médiateur car, la médiation nécessite, par essence, l'intervention d'un tiers. Le terme médiation vient en effet de *« mediare »* qui signifie *« s'interposer »*[83].

La médiation est une procédure non contraignante. Cela veut dire que, même si les parties ont convenu d'y soumettre leur litige, rien ne les oblige à la continuer. Elles restent toujours maitresses de la procédure et peuvent y mettre fin à tout moment. L'absence de ce caractère contraignant a aussi pour effet que l'on ne peut pas imposer aux parties une solution. Pour que l'accord soit conclu, il faut le consentement des parties.

Comme le médiateur n'a pas pour rôle de trancher, mais plutôt d'aider les parties à régler elles-mêmes leur litige, il peut le faire de deux manières qui correspondent à deux types ou modèles de médiation à savoir la médiation-facilitation et la médiation-évaluation.

Dans la médiation-facilitation, le médiateur s'efforce de faciliter le dialogue entre les parties et d'aider chacune d'elles à comprendre le point de vue, la position et les intérêts de l'autre par

[81] J.C. GOLDSMITH, *Les modes de règlement amiable des différends*, Rev.dr.aff.int., 1996, p.222.
[82] G. CORNU, *Op.cit*., p.523.
[83] J.C. GOLDSMITH, *Idem*, p.276.

rapport au différend alors que dans la médiation-évaluation, le médiateur émet sur le différend un avis non contraignant que les parties sont libres d'accepter ou de rejeter. C'est à elles de choisir le modèle de médiation qui sera suivi[84].

C. L'arbitrage

C'est un mode dit parfois « amiable » ou « pacifique » mais toujours juridictionnel de règlement d'un litige par une autorité(le ou les arbitres) qui tient son pouvoir de juger, non d'une délégation permanente de l'Etat ou d'une institution internationale, mais de la convention des parties[85].

La procédure d'arbitrage nécessite une convention d'arbitrage. Il existe deux sortes de convention qui permettent de saisir un tribunal arbitral :

1° Les parties à un contrat peuvent insérer dans ce contrat une clause compromissoire par laquelle elles s'engagent à soumettre à l'arbitre les contestations de ce contrat. Une telle clause préexiste aux litiges et ne sera valable que dans les contrats conclus à raison d'une activité professionnelle.

2° Apres la naissance d'un litige, il est toujours possible de décider de soumettre un différend à l'arbitrage par un compromis d'arbitrage qui doit déterminer l'objet de la contestation. Chacune de ces conventions doit être écrite et doit désigner les arbitres compétents.

La différence entre la médiation et l'arbitrage tient au fait que dans le premier cas, les parties restent maîtresses du différend et ne transfèrent pas leur pouvoir de décision au médiateur. Concrètement, il en résulte deux conséquences principales :

1° Dans l'arbitrage, l'issue dépend d'une norme objective, à savoir le droit applicable.

2° Dans la médiation, l'issue est déterminée par la volonté des parties qui peuvent prendre en considération d'autres facteurs particuliers comme les intérêts commerciaux respectifs, leur relation, etc.

C'est pourquoi l'on dit souvent que la médiation repose sur des intérêts tandis que l'arbitrage repose sur des droits[86].

[84] G-S. NDAYIMIRIJE, *Op.cit.*, p.18.
[85] CORNU, G., *Op.cit.*, p.62.
[86] https://www.wipo.int/amc/fr/mediation/guide/index.html#:~:text=Dans%20la%20m%C3%A9diation%2C%20elle%20est,arbitrage%20repose%20sur%20des%20droits. Consulté le 06 décembre 2023 à 16h05.

D. La transaction

La transaction est un contrat par lequel les parties à un litige (déjà porté devant un tribunal ou seulement né entre elles) y mettent fin à l'amiable en se faisant des concessions réciproques[87].

Selon le code des obligations, la transaction est un contrat par lequel les parties terminent une contestation née, ou préviennent une contestation à naitre. Ce contrat doit être rédigé par écrit[88].

La transaction peut aussi bien intervenir pour mettre fin à une procédure en cours que pour éviter les suites d'un litige naissant. Elle implique que chacune des parties puisse faire valoir à l'égard de l'autre une prétention, c'est-à-dire qu'elles soient engagées dans un rapport d'obligations réciproques qui permettent à chacune de faire des concessions, formalisées dans un acte écrit et signé qui mettra fin au litige.

§2. L'action judiciaire du consommateur lésé

Le recours aux MARC n'est pas en principe obligatoire sauf en cas de clause compromissoire. Mais, pour le cas du consommateur, le plus souvent, il n'y a pas de contrat écrit entre lui et le professionnel, raison pour laquelle c'est rare d'envisager une telle clause surtout que la loi exige qu'elle doive être écrite. Dans le cas où le consommateur lésé n'obtienne pas satisfaction en recourant aux différents MARC, celui-ci a le droit d'intenter une action en justice(A). Mais quel tribunal doit-il saisir ?(B)

A. L'action du consommateur : conditions et accessibilité

En droit, L'action est le pouvoir reconnu aux particuliers de s'adresser à la justice pour obtenir le respect de leurs droits et de leurs intérêts légitimes[89].

D'après les dispositions du code de procédure civile, cette action est ouverte à tous ceux qui ont un intérêt légitime. Elle n'est reconnue qu'aux seules personnes capables d'ester en justice et qualifiées par la loi pour élever ou combattre une prétention[90]. Tout consommateur peut alors saisir la juridiction à condition qu'il remplisse les trois conditions requises :

[87] CORNU, G., *Op.cit*., p.835.
[88] Article 583 du CCL III.
[89] J. VINCENT et S. GUINCHARD, Procédure civile, 22e éd. Dalloz, Paris, 1991, p.34.
[90] Art. 28 de la loi n° 1/27 du 28 décembre 2023 portant modification du code de procédure civile.

D'abord avoir l'intérêt. L'intérêt est l'avantage matériel ou moral auquel peut prétendre celui qui prend l'initiative d'engager une action judiciaire[91]. C'est la condition essentielle ainsi que l'expriment les règles classiques « pas d'intérêt, pas d'action », et « l'intérêt est la mesure des actions ». Cet intérêt peut être aussi bien moral que matériel. Il doit être légitime, c'est-à-dire n'être illicite ou immoral ; il doit être né et actuel et non simplement éventuel[92].

Ensuite, avoir la capacité. La capacité est l'aptitude définie par la loi de conclure un acte juridique valable ayant pour conséquence d'engager la responsabilité de celui qui le souscrit dans le cas où il n'exécuterait pas les obligations mises à sa charge par le contrat et qui, en conséquence, engage son patrimoine[93]. Les incapables sont définies par la loi.

Enfin, avoir la qualité. Il s'agit de savoir à quel titre on peut intervenir dans un procès. En principe, chacun ne peut invoquer en justice qu'un intérêt personnel et doit agir lui-même pour le défendre. C'est ce qu'exprime la maxime « Nul ne plaide par procureur ». Mais elle ne signifie pas forcément que l'on n'a pas le droit d'utiliser un mandataire pour agir en justice. Le mandataire agit au nom et pour le compte du mandant[94].

Ainsi, l'accès de tous à la justice est d'abord un droit avant d'être un fait. Mais, dans la pratique, les obstacles sont multiples. Avoir les conditions requises ne donne pas automatiquement l'accès à la justice.

Comme disait le professeur Pierre-Claude Lafond *« le problème [d'accès à la justice] persiste plus que jamais et la question demeure toujours d'actualité*[95]*»*

La première et la plus évidente des façons d'aborder le problème d'accès à la justice consiste à étudier les barrières et les obstacles qui peuvent se dresser sur le chemin d'un justiciable qui souhaite intenter un recours judiciaire ou s'adresser aux tribunaux. Si dans la pratique, les consommateurs n'ont pas l'habitude de saisir les juridictions en cas de préjudice, c'est surement et certainement qu'il y a des obstacles qui les empêchent. On peut citer entre autres :

[91] https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/action-procedure.php consulté le 05 décembre 2023 à 16h22
[92] G. MARTY, et P. RAYNAUD, *Introduction générale à l'étude du droit*, 2e éd., Sirey, paris, 1972, p.330.
[93] https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/capacite.php consulté le 05 décembre 2023 à 16h38.
[94] *Idem*, p.33.
[95] P.C. LAFOND, *Le consommateur et le procès – Rapport général*, Les Cahiers de Droit, vol. 49, no 1, mars 2008, p. 133.

1° L'éducation des citoyens sur leurs droits et les moyens de le faire valoir : le fait que le droit positif ne soit pas toujours vulgarisé explique, en partie, sa méconnaissance par le justiciable. Cette situation est aggravée par l'absence d'une politique d'information qui met en place, par exemple, des services d'accueil et d'information au sein des différentes institutions administratives ou dans le ressort de chaque juridiction. Le consommateur ne peut jamais ester en justice s'il est ignorant de ses droits ainsi que les voies qui lui sont ouvertes. Certains auteurs proposent d'autres solutions comme le soutien des programmes d'information et de sensibilisation sous forme de brochures ainsi que le recours aux techniques de télédiffusion et de radiodiffusion[96].

2°Les frais de Cour et les honoraires d'avocats qui rendent très dispendieux d'entreprendre un recours : selon l'Assemblée Générale des nations Unies, *« le coût des services de conseil et d'assistance juridiques est l'un des principaux obstacles entravant l'accès à la justice…*[97] *»*

Compte tenu du niveau de vie de la population, cet obstacle est évident au Burundi. Le consommateur peut vouloir ester en justice pour des questions de principes et refuser des propositions de règlements hors cour très lucratives. Mais la capacité à poursuivre l'action en justice sera quand même tributaire de la rareté des moyens et de la capacité à mobiliser les frais de justice et les honoraires des avocats. En effet, il y a d'autres coûts indirects qui naissent à l'instar des coûts d'information (par exemple : le coût et le temps de chercher et de consulter un avocat, ou le coût et le temps de rechercher de l'information sur les recours possibles, les lois applicables ainsi que les preuves), des coûts d'opportunités (le coût d'une journée de travail perdue pour apparaitre en Cour, ou le temps passé à préparer l'affaire),les coûts émotionnels (le stress qu'impose un litige sur les parties).

3° La lenteur des procédures : une justice efficace doit être empreinte d'une certaine célérité. A l'égard de la partie lésée, le temps est de l'argent en matière civile ; en matière pénale, la privation au prévenu de sa liberté au-delà des normes légales est une sérieuse atteinte à ses droits fondamentaux[98]. Cette lenteur est causée notamment par l'engorgement des tribunaux, le caractère

[96] M. NIYONKURU, « *Accès à la justice » à l'ordre du jour de l'agenda post-2015 pour le développement durable : perspectives, défis et opportunités pour le Burundi,* Mémoire de DESS, Chaire UNESCO/UB, Bujumbura, 2017, p.15.

[97] Assemblé Générale des nations unies, *Renforcement et coordination de l'action des nations Unies dans le domaine de l'Etat de droit,* rapport du Secrétaire Général, New York, 2014,p.19.

[98] AFRICA LABEL GROUP, *Etude diagnostique du système juridique et judiciaire du Burundi,* Rapport final, Avril 2009, p.101.

laborieux des procédures ainsi que les infrastructures et équipements mis à disposition de la justice. Les Cabinets des Magistrats s'entassent de dossiers dont on n'apprécie plus, ni le degré d'urgence ni l'ordre d'entrée. Au fur et à mesure qu'ils s'accumulent, le Magistrat perd de son énergie dans leur traitement. Les justiciables assaillent les Tribunaux. En plus, les affaires pénales sont priorisées dans le but de respecter les délais prévues par la procédure pénale. Néanmoins, les prisons s'entassent de prévenus qui, pendant longtemps, n'ont pas vu de Magistrats.

La lenteur de la justice s'explique aussi par des comportements divers de la part des partenaires de la justice notamment en matière civile, la pénurie des salles d'audiences, la lenteur des avis du Ministre public, les nombreuses remises dues essentiellement à la disponibilité des plaideurs, la mise en état de la procédure qui nécessite elle-même des actes préalables, le recours peu fréquent aux procédures accélérées, etc.

Pour ce qui est de l'équipement, il sied d'affirmer que les infrastructures font cruellement défaut au Ministère de la Justice et à ses services judiciaires. Les bureaux qui accueillent l'Administration Centrale sont restés les mêmes depuis l'époque tutélaire, accusent de l'âge, n'ont reçu aucune couche de peinture récente et surtout sont extrêmement exigus puisqu'ils logent un personnel qui a probablement quintuplé depuis l'indépendance du pays. Aux différents tribunaux, trois magistrats ou davantage partagent un seul bureau. Les greffes et les secrétariats de Parquet sont jonchés de dossiers[99].

Terminer une affaire devant un Tribunal pour le plaideur devient un long parcours de combattant, raison pour laquelle le consommateur choisit de laisser tomber les affaires considérées de moyenne importance.

4° La complexité du droit, du système et des démarches juridiques : le droit est complexe. « Sous sa forme écrite, moulé dans des codes ou autres formats officiels, peu diffusé, rédigé dans une langue étrangère, inintelligible pour la majorité de la population burundaise, qui en outre n'a pas d'accès à l'aide juridique, le droit officiel n'est pas, dans la réalité, un instrument de réalisation effective du droit d'accès au juge ; n'étant pas ou étant peu invoqué, faute d'être connu de la

[99] AFRICA LABEL GROUP, *Op. cit.*, p. 89.

population[100] ». Quant aux systèmes et démarches procédurales, il s'agit d' « un droit trop technique pour être bien compris par la majorité des justiciables souvent sans aucune assistance[101] ». En effet, le requérant doit savoir le tribunal compètent territorialement et matériellement. Il doit en outre savoir la loi applicable ainsi que la procédure à suivre dès l'introduction de l'instance jusqu'à l'exécution de la décision judiciaire, chose difficile pour un simple consommateur qui ne sait ni lire ni écrire et surtout face à des professionnels bien outillés.

5° Le manque de connaissance : les consommateurs connaissent mal leurs droits et les lois qui sont censées les protéger. Le consommateur a alors besoin d'apprendre à réfléchir et à se poser des questions avant de choisir le produit à consommer. Pour y arriver, il doit être éduqué, informer et dans l'exercice de ses droits, les consommateurs doivent être protégé par le pouvoir public. Le manque de familiarité des citoyens avec leurs droits, les procédures et les concepts du droit; le formalisme et la solennité des démarches les empêche de saisir les juridictions ;

6° Le manque de confiance du public envers le système judiciaire : les Nations Unies considèrent que *« la confiance du public permet de déterminer si le public estime que le système judiciaire est juste et efficace et s'il respecte les droits des personnes »*[102]. La justice dans son fonctionnement doit s'affirmer de manière indépendante et impartiale afin de pouvoir jouer pleinement son rôle régulateur des rapports de force politique, économique et sociale. L'accès à la justice reste illusoire et théorique en l'absence des reformes législatives et institutionnelle qui garantissent, entre autres, l'indépendance du pouvoir judiciaire, au travers des garanties relatives au recrutement, à la promotion, à la mobilité, au régime disciplinaire des magistrats, etc.[103]. En effet, l'absence des reformes législatives et institutionnelles rassurantes est l'une des principaux causes de la corruption et le consommateur doute de l'issu de son procès face aux entreprises ayant la capacité économique suffisante pour corrompre. La corruption arrive en bonne place parmi les faiblesses du service judiciaire à stigmatiser. Dans l'ordre décroissant, les Agents de l'Ordre Judiciaire, les

[100] A.P, NIYONKURU, *Le droit d'accès au juge civil au Burundi- Approche juridico-institutionnelle*, Thèse, KU LEUVEN, 2020, p416.
[101] L. GACUKO, *« Perspectives sur le développement du droit de la procédure civile en droit burundais »*, in J.M. BARAMBONA., *et al*., *L'Etat du droit au Burundi après 50 ans d'indépendance*, Bruxelles, Bruylant, 2015, p.259.
[102] Département des opérations de maintien de la paix (DOMP) et du Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme (HCDH), Indicateurs de l'Etat de droit des Nations Unies. Guide d'application et outils de gestion de projet, 1 ère édition, p. 8.
[103] République du Burundi, Commission Nationale Indépendante des Droits de l'Homme (C.N.I.D.H), *Le droit d'accès à la justice, un défi pour la population burundaise, Rapport définitif,* Bujumbura, 2013, p.98.

OPJ. et les magistrats seraient les plus corrompus. Certains interlocuteurs ont tenté de cibler particulièrement les Juridictions de base ; mais il s'avère que la corruption, sans être généralisée, sévit également au niveau des Juridictions Supérieures[104].

« Au Burundi, la population n'a plus confiance en l'administration de la justice[105]». Une enquête effectuée dans deux provinces, une située au nord du pays (Kayanza), une autre au sud (Bururi) révèle qu'environ 75% des justiciables n'ont pas confiance en la justice rendue[106].

Il est essentiel que des mesures soient prises afin d'obtenir des différents acteurs de la justice et, à quelque niveau qu'ils se trouvent, le digne comportement pour rétablir la confiance perdue.

B. La compétence juridictionnelle

Le consommateur lésé peut remplir les conditions requises pour ester en justice et, malgré les multiples obstacles ci-dessus mentionnés, peut parvenir à saisir le tribunal. Mais, avant de saisir une quelconque juridiction, il doit s'assurer de la compétence de celle-ci. En effet, le juge ne peut être saisi d'une cause que dans la mesure où la loi lui donne ce pouvoir. C'est ce pouvoir qui détermine sa compétence**.**

La compétence est envisagée à trois points de vue à savoir la compétence matérielle, territoriale et personnelle. Parmi les trois, on va s'intéresser à la compétence matérielle et territoriale.

a. La compétence matérielle

En matière d'organisation juridictionnelle, la compétence matérielle, dite aussi d'attribution (ou *ratione materiae*) sert à caractériser l'aptitude légale d'une juridiction à accomplir un acte juridique ou à juger un litige ou un procès, en fonction de l'objet de ce dernier. Elle permet de déterminer : l'ordre juridictionnel (judiciaire, administrative), le degré de la juridiction (du 1er ou 2e degré) et la nature de la juridiction (droit commun ou tribunaux spécialisés)[107].

[104] AFRICA LABEL GROUP, *Op.cit.*, p.103.
[105] A-P. NIYONKURU, *Op.cit.*, p.302.
[106] *Ibidem*
[107] https://www.toupie.org/Dictionnaire/Competence_attribution.htm consulté le 05 décembre 2023 à 17h40min.

Selon les dispositions du COCJ burundais, le consommateur qui se dit lésé peut se diriger vers les tribunaux suivants selon son cas :

1° Les Tribunaux de Résidence : ils connaissent des contestations entre personnes physique ou morales dont la valeur du litige n'excède pas dix millions de francs burundais[108]. Cela revient à dire qu'au moment où le montant du litige qui oppose le consommateur au professionnel n'excède pas un million, le consommateur va saisir le Tribunal de Résidence.

2° Les Tribunaux de Grande Instance : ils connaissent de toutes les actions dont la compétence matérielle ou territoriale n'est pas attribuée à une autre juridiction[109].

Comme le litige opposant le consommateur au professionnel n'est pas attribué à une juridiction spécialisée comme dans certains pays, il revient à conclure que, à partir de cet article, tout litige qui oppose un consommateur et un professionnel qui excède dix millions de franc Bu sera dirigé vers le Tribunal de Grande Instance.

Normalement, les tribunaux spécialisés sont mis en place compte tenu de la complexité des affaires sur lesquelles ils ont tenu de statuer.

Si NDAYIMIRIJE a écrit que *« lorsque le litige réside entre le consommateur et un commerçant, le consommateur peut porter l'affaire devant le tribunal du commerce »*[110], je ne suis pas d'accord avec elle. En effet, le COCJ dispose que *« Le Tribunal de Commerce connaît en premier ressort :*

1. *des contestations entre commerçants relatives aux actes commerciaux ou réputés commerciaux par la loi et qui ne sont pas de la compétence d'autres Tribunaux ;*
2. *des contestations relatives aux effets de commerce »*[111].

En cas du litige entre consommateur et professionnel, ni l'un ni l'autre des deux cas ci-dessus mentionnés ne peut donner la compétence au Tribunal du Commerce.

Le code poursuit en disposant que *« Le Tribunal du Commerce connaît, même lorsque les parties ne sont pas commerçantes :*

[108] Article 19, al.1, 2° du COCJ.
[109] Article 36 du COCJ.
[110] G-S. NDAYIMIRIJE, *Op.cit.*, p.23
[111] Article 65 du COCJ.

1. *des contestations entre associés, entre administrateurs, entre administrateurs et associés, entre commissaires et administrateurs, entre commissaires et associés, entre liquidateurs, entre liquidateurs et associés, entre associés, administrateurs, commissaires ou liquidateurs et réviseurs d:entreprise ;*
2. *de tout ce qui concerne les faillites et les concordats y relatifs conformément aux dispositions du Code de Commerce ;*
3. *des demandes relatives aux appellations d'origine ;*
4. *des actions en rectification ou en radiation d:inscription au registre de commerce ;*
5. *des demandes aux fins de nomination de commissaires ayant pour mission de vérifier les livres et les comptes des sociétés commerciales ;*
6. *des demandes en matière maritime et fluviale, notamment de l'examen des créances à l'occasion d:une répartition des deniers provenant de l'adjudication d'un bâtiment saisi ;*
7. *des contestations liées au bail commercial »*[112].

En aucun cas alors le consommateur ne peut saisir le tribunal du commerce. Néanmoins, il était important que, si on n'a pas encore une juridiction spécialisée pour connaitre les litiges entre consommateur et professionnel, ici considéré comme commerçant, les actes posés par celui-ci entrent dans la compétence d'un Tribunal spécialisé.

b. La compétence territoriale

La compétence territoriale dite aussi « compétence *ratione loci* » est la compétence d'une juridiction pour connaitre d'un litige en fonction de sa localisation géographique.

Au Burundi, la loi prévoit que sans préjudice des dispositions particulières et à défaut d'accord entre les parties, la juridiction du domicile du défendeur est seule compétente pour connaitre de la cause[113].

[112] Article 66 du COCJ.
[113] Article 122 du COCJ.

En cas de plusieurs défendeurs, la cause est portée, au choix du demandeur, devant la juridiction du domicile de l'un d'eux[114]. Lorsqu'un domicile a été élu pour l'exécution d'un acte, l'action afférente à cet acte peut également être portée devant la juridiction du domicile élu[115].

Comme nous venons de le voir, le Burundi s'est doté des institutions chargées de protéger la santé du consommateur. En plus des institutions publiques, s'ajoutent des associations ayant pour but de promouvoir et de protéger le consommateur. En cas d'échec de ces derniers, nous avons passé en revue les moyens dont dispose le consommateur pour être rétabli dans ses droits.

Néanmoins, comme on l'a souligné tout le long de ce chapitre, les lacunes ne manquent pas, raison pour laquelle nous allons proposer certaines solutions. C'est l'objet du chapitre suivant.

[114] Article 123 du COCJ.
[115] Article 124 du COCJ.

CHAPITRE III. LES PROPOSITIONS POUR UNE MEILLEURE PROTECTION DU CONSOMMATEUR CONTRE LES BOISSONS NUISIBLES A SA SANTE AU BURUNDI : CAS DES BOISSONS MANUFACTUREES

Comme nous l'avons souligné au chapitre précédent, une meilleure protection du consommateur devrait passer par un contrôle institutionnel et normatif. C'est dans la même logique que les améliorations doivent toucher ces deux pôles.

Une meilleure protection du consommateur contre les boissons, comme de tout autre produit, susceptibles de nuire à sa santé devrait se baser sur une amélioration du cadre légal (section 1) et du cadre institutionnel (section 2). Au cours de ce chapitre, nous allons essayer de nous inspirer des autres pays, comme la France, la Belgique et le Canada, ayant déjà progressé en la matière.

Ces pays ne sont pas choisis par hasard. En effet, le Burundi se trouve dans la famille du droit romano-germanique. A cette famille appartient le droit français qui est le type le plus connu et le plus imité dans le monde. La Belgique quant à elle, elle joue un rôle plus important dans la législation burundaise du fait qu'elle est l'un des pays colonisateur du Burundi. Le canada quant à lui applique un système fondé sur une combinaison de Common Law et de droit Romano-germanique raison pour laquelle on a jugé bon de savoir ce qui se passe dans cette autre sphère du monde, différente de la nôtre.

Section 1. L'amélioration du cadre légal

L'objectif de rentabilité poursuivi par les producteurs des boissons n'est pas toujours compatible avec l'amélioration de la qualité. L'amélioration de la qualité d'un produit oblige le fabricant à accroitre le coût, ce qui le conduit soit à une augmentation du prix de vente, soit à une diminution de la marge bénéficiaire. Dès lors, le fabricant renonce souvent à apporter à son produit une amélioration. Seule la loi doit le contraindre à le faire.

La protection du consommateur en droit burundais est assurée par des dispositions éparpillées dans divers textes, comme nous l'avons esquissé au premier chapitre, et ne le protège pas de manière efficace. Compte tenu des lacunes qu'on a soulevées dans le chapitre précédent, sous cette section, nous aurons à formuler des propositions au législateur pour édicter des lois et règlements allant dans le sens d'améliorer la législation burundaise en mettant en place une loi sur la protection du

consommateur (§1er), en élaborant une politique nationale sur la fabrication des boissons (§2) et en renforçant la responsabilité qui pèse sur le vendeur (§3).

§1er. L'établissement d'un cadre normatif : Code de protection du consommateur

Ayant pour objet d'offrir une protection efficace à la partie la plus faible de la relation de consommation - le consommateur - le code de protection du consommateur proposerait une nouvelle lecture des principes contractuels classiques tels que l'autonomie de la volonté et la clause *pacta sunt servanda*. Une théorie contractuelle nouvelle basée sur de nouveaux principes directeurs s'impose.

Ces principes sont entre autres la vulnérabilité du consommateur (A)[116], le caractère d'ordre public de la protection du consommateur(B)[117], la bonne foi objective (C)[118], l'obligation générale de sécurité(D)[119] l'équilibre contractuel (E)[120], et la transparence et l'information (F)[121]. En plus de ces principes ci-dessus énumérés, on ajoute l'interdiction de certaines pratiques commerciales déloyales à l'égard du consommateur (G)[122].

A. Le concept de vulnérabilité

Certaines législations, la France et le Canada par exemple, ont inséré dans leurs normes le concept de vulnérabilité qu'on trouve dans la résolution 39/248 du 9 avril 1985 sur la protection du consommateur adoptée par l'Assemblée générale des Nations-Unies. Alors que le code civil considère les incapables comme les seules personnes vulnérables, certaines législations y ont ajouté les consommateurs dits moyens. C'est ainsi que la Cour d'appel française, dans sa motivation a dit ceci :«*le consommateur moyen, au regard notamment du Code de la consommation, ne peut plus être considéré comme l'homme actif, instruit, diligent, avisé qu'était le bon père de famille, dans le Code Napoléon, mais comme un être plus vulnérable auquel doivent*

[116] J.P. CHAZAL, *Vulnérabilité et droit de la consommation*, Mendes-France, 2000, p.4.
[117] P. FONSECA, *Développement et consolidation du droit de la consommation au Brésil et au canada*, Thèse, Université du Québec à Montréal, 2014, p.212.
[118] I*dem*, p.264
[119] Directive 85/374/CEE du Conseil du 25 juillet 1985 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux.
[120] M.A . MUGGEO, *L'équilibre contractuel*, Mémoire, Master 2 droit des contrats, Université de Droit de Toulon, 2016-2017, p.24.
[121]Loi belge du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.
[122] Directive 2005/29/CEE du parlement européen et du conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur.

être présentés de façon claire tous les termes du marché et tous les risques auxquels il s'expose[123] ».

Avec le principe de l'autonomie de la volonté qui prévaut en droit civil, le professionnel s'exonère de sa responsabilité une fois le contrat conclu. Mais, une fois considéré comme vulnérable, la protection d consommateur sera efficace et juste car adaptée à sa vulnérabilité.

Cette notion implique la reconnaissance des inégalités de fait entre différents groupes d'individus et suppose qu'un traitement différencié permettra de corriger ces inégalités. En protégeant la partie vulnérable, l'Etat affirme son intention d'atteindre un équilibre entre le consommateur et le fournisseur de biens et de services, peu importe la position économique privilégiée du fournisseur. En favorisant un traitement particulier pour ceux placés en situation d'inégalité matérielle, la loi cherche à atteindre une égalité formelle[124].

On distingue quatre types de vulnérabilité[125] :

1°. technique : le consommateur ne possède pas de connaissances spécifiques sur l'objet d'achat ou de service visé par le contrat. Ce déficit de connaissances le porte à être souvent induit en erreur quant aux qualités, l'utilité ou l'usage du produit ou du service. Sa vulnérabilité est liée à son absence d'expertise

2°. juridique : elle fait référence au manque de connaissances de nature juridique, comptable ou économique du consommateur ;

3°. factuelle : elle résulte de la supériorité du partenaire contractuel en raison de sa position de monopole, de son pouvoir économique, ou de la nature essentielle du service offert ;

4°. informationnelle : l'information fournie au consommateur est manipulée, inexacte, confuse, partielle ou inutile; elle peut aussi ne pas peut être fournie, voire inaccessible.

B. Le caractère d'ordre public de la protection du consommateur

Une fois le code de la protection du consommateur mis en place, il serait mieux de mentionner que les règles y contenues sont d'ordre public et d'intérêt social. C'est ainsi que l'Etat est appelé à

[123] CA Bourges, 5 octobre 1998, JCP E.1999, p.1417 ; Juris-Data n°043611 in Jean-Pascal CHAZAL, *Vulnérabilité et droit de la consommation*, Colloque sur la vulnérabilité et le droit, organisé par l'Université P. Mendès-France, Grenoble II, le 23 mars 2000, p.4.
[124] P. FONSECA, *Op. Cit.*, p.228.
[125] *Ibidem.*

intervenir pour promouvoir les droits des consommateurs par l'entremise de normes protectrices et de mécanismes de surveillance des relations de consommation. Les parties contractantes sont ainsi tenues d'accepter ce qui est prévu dans ce code. Celui-ci prévaut sur l'offre ou sur le contrat.

C. La bonne foi active

La "bonne foi" est la croyance qu'a une personne de se trouver dans une situation conforme au droit, et la conscience d'agir sans léser les droits d'autrui[126]. Si la bonne foi subjective se réfère à l'état de conscience de l'individu d'agir en conformité avec le droit, la bonne foi objective évoque un modèle de conduite sociale. C'est ici alors qu'elle constitue un avantage du fait qu'elle constitue un critère d'interprétation et implique aussi la création d'obligations et la limitation de l'exercice de droits subjectifs. Les contrats doivent être interprétés en fonction de la loyauté et de l'honnêteté auxquelles on pourrait s'attendre normalement. En présence d'une clause ambiguë ou de clauses contradictoires, l'interprétation la plus favorable reçoit une application bien plus large en faveur du consommateur.

En effet, il y sera fait recours également à l'égard de clauses claires, lesquelles seront interprétées en fonction des attentes raisonnables[127]. C'est ainsi que la bonne foi sera également source d'obligations, non seulement d'informer mais aussi celle de faire un rappel des produits qui présentent un risque ou un défaut grave après leur mise en circulation sur le marché.

D. L'obligation générale de sécurité

La sécurité, dans les sociétés contemporaines, est devenue une exigence fondamentale. La nécessité d'assurer la qualité des produits pour protéger la santé humaine et environnementale a été une préoccupation de l'Etat burundais. C'est dans cette perspective d'ailleurs qu'une loi sur le système national de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essais du 04 janvier 2021 a vu le jour. Malheureusement, aucune disposition de cette loi ne définit pas ce qu'il faut entendre par la qualité d'un produit. Le législateur semble avoir basé tout le système de contrôle de la qualité des produits sur le respect des normes de la métrologie. Mais, il est impossible, compte tenu de l'effectif du personnel du BBN, de surveiller tous les produits mis au marché. De plus, tous les produits manufacturés ne sont pas régis par des normes obligatoires puisqu'il y a des normes

[126] https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/bonne-foi.php consulté le 26 novembre à 15h10
[127] F. PATRICIA, *Op.cit.*, p.212.

facultatives qui ne lient pas obligatoirement le producteur. Raison pour laquelle il est important qu'il y ait une obligation générale de sécurité des produits mis au marché.

C'est ainsi qu'en Europe par exemple, l'union européenne a consacré l'obligation de sécurité dans la Directive 2001/95/CE. Selon cette directive, *« les producteurs sont tenus de ne mettre sur le marché que des produits sûrs*[128] *»*. Cette directive montre aussi ce qu'il faut entendre par « produit sûr [129]».

[128] Article 2 de la Directive 2001/95/CE du parlement européen et du conseil du 03 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits

[129] Selon la directive dans son 2e art. point b, un produit sûr est : « tout produit qui, dans des conditions d'utilisation normales ou raisonnablement prévisibles, y compris de durée et, le cas échéant, de mise en service, d'installation et de besoins d'entretien, ne présente aucun risque ou seulement des risques réduits à un niveau bas compatibles avec l'utilisation du produit et considérés comme acceptables dans le respect d'un niveau élevé de protection de la santé et de la sécurité des personnes, compte tenu, en particulier : des caractéristiques du produit, notamment sa composition, son emballage, ses conditions d'assemblage et, le cas échéant, d'installation et d'entretien;

ii) de l'effet du produit sur d'autres produits au cas où on peut raisonnablement prévoir l'utilisation du premier avec les seconds;

iii) de la présentation du produit, de son étiquetage, des avertissements et des instructions éventuels concernant son utilisation et son élimination ainsi que de toute autre indication ou information relative au produit;

iv) des catégories de consommateurs se trouvant dans des conditions de risque au regard de l'utilisation du produit, en particulier des enfants et des personnes âgées.

La possibilité d'atteindre un niveau de sécurité supérieur ou de se procurer d'autres produits présentant un risque moindre ne constitue pas une raison suffisante pour considérer un produit comme dangereux;

c) "produit dangereux": tout produit qui ne répond pas à la définition de "produit sûr" figurant au point b);

d) "risque grave": tout risque grave, y compris ceux dont les effets ne sont pas immédiats, qui nécessite une intervention rapide des autorités publiques;

e) "producteur":

i) le fabricant du produit, lorsqu'il est établi dans la Communauté, et toute autre personne qui se présente comme fabricant en apposant sur le produit son nom, sa marque ou un autre signe distinctif, ou celui qui procède au reconditionnement du produit;

ii) le représentant du fabricant, lorsque celui-ci n'est pas établi dans la Communauté ou, en l'absence de représentant établi dans la Communauté, l'importateur du produit;

iii) les autres professionnels de la chaîne de commercialisation, dans la mesure où leurs activités peuvent affecter les caractéristiques de sécurité d'un produit;

f) "distributeur": tout professionnel de la chaîne de commercialisation dont l'activité n'a pas d'incidence sur les caractéristiques de sécurité du produit;

g) "rappel": toute mesure visant à obtenir le retour d'un produit dangereux que le producteur ou le distributeur a déjà fourni au consommateur ou mis à sa disposition;

h) "retrait": toute mesure visant à empêcher la distribution et l'exposition d'un produit dangereux ainsi que son offre au consommateur.

E. L'équilibre contractuel

La relation de consommation présente, par essence même, un déséquilibre fondamental. Dans la grande majorité des cas, le consommateur connaît peu ses droits. C'est ainsi qu'un code de protection du consommateur s'attache à compenser le déséquilibre de la relation en offrant au consommateur des instruments de protection. Ainsi en est-il des normes interdisant l'utilisation de clauses abusives. Même si le consommateur est avisé de l'inclusion d'une telle clause dans le contrat, celle-ci est nulle.

Dès lors qu'une pratique apporte des avantages excessifs au fournisseur, le contrat devra alors être révisé afin de rétablir l'équilibre entre les parties (clause *rebus sic stantibus*).

Ici, le législateur a voulu faire une de ces ses priorités la protection des parties et notamment de la partie la plus faible. Ainsi, il a voulu que dans les contrats, il y ait une certaine équité et égalité entre les contractants. Ce but d'équilibre entre les parties est tout à fait compréhensible d'un point de vue moral. Cependant, d'un point de vue économique, cet équilibre semble faire débat[130]. Il est évident que dans certains contrats, il est difficile de trouver un équilibre entre les parties et notamment dans les contrats d'adhésion.

F. La transparence et l'information

La transparence et l'information sont d'autres principes directeurs qui doivent figurer dans le code de protection du consommateur.

Selon ce principe, le fournisseur de biens et de services est aussi pourvoyeur d'information, car c'est à lui qu'il revient de mettre le consommateur en position d'effectuer un choix rationnel. L'information donnée par le fournisseur aux consommateurs doit être complète, correcte, exhaustive et objective. Elle doit également être utile et accessible. La communication d'informations trompeuses ou susceptibles d'induire le consommateur en erreur est sanctionnée, comme l'est le fait de ne pas communiquer une information utile. Le fournisseur a l'obligation de donner une information adéquate non seulement au moment de l'exécution du contrat, mais aussi avant l'engagement de la relation de consommation.

[130] M-A. MUGGEO, *Op. Cit.*, p7.

Dans le même esprit, la publicité doit être conforme aux principes de transparence et d'information car, elle constitue un mécanisme permettant non seulement d'influencer la décision du consommateur, mais aussi d'implanter chez lui un nouveau désir. C'est ainsi que certaines informations sont obligatoires notamment :

- Le prix : selon l'article 5 du code de commerce en vigueur au Burundi, « *l'affichage des prix, l'établissement des factures sont obligatoires*»[131]. L'article 66 de la loi portant régime de la concurrence ajoute que *« les règles d'information commerciales sont constituées notamment par la publicité des prix,… la communication des barèmes des prix,… »*[132]. on comprend alors qu'avant la mise au marché d'un produit, le professionnel a l'obligation de rendre public son prix. Néanmoins, dans la pratique, cette obligation n'est pas respectée.

- La quantité : en principe, tout produit emballé qui est destiné à être vendu doit reproduire sa quantité nominale sur son emballage. C'est ainsi qu'en droit belge, cette mention doit figurer de « *manière lisible, apparente et non équivoque* »[133].En pratique, au moins cette obligation est respectée.

- L'indication de la dénomination, composition et l'étiquetage : l'entreprise doit indiquer la dénomination du produit, sa composition et l'étiquetage. Selon l'article 68 de la loi portant régime de la concurrence, « l'étiquetage informative est obligatoire pour toutes les denrées périssables ainsi que pour tous les produits cosmétiques et pharmaceutiques commercialisés sur le territoire national… »[134]. Si cette loi oblige les entreprises à mettre l'étiquetage sur leurs produits, elle reste lacunaire du faite qu'elle ne donne pas la définition de l'étiquetage afin de clarifier son contenu. D'après l'article 2 de la LPMPC, il faut entendre par étiquetage les « mentions, indications, modes d'emploi, marque de produits, images ou signes se rapportant à un bien ou à un service homogène et figurant sur le bien lui-même ou sur tout emballage, document, écriteau, étiquette, bague ou collerette accompagnant ce bien ou ce service ou s'y référant »[135].

[131] Article 5 du code de la loi n°1/01 du 16 janvier 2015 portant révision de la loi n°1/07 du 26 avril 2010 portant code de commerce.
[132] Article 66 de la loi n°1/06 du 25 mars 2010 portant régime de la concurrence.
[133] Article 13, §1er de la loi du 06 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur (LPMPC).
[134] Article 68 de la loi n°1/06 du 25 mars 2010 portant régime de la concurrence.
[135] Article 2, 8°de la loi du 06 avril 2010 précitée.

En pratique, cette obligation n'est pas respectée. Certaines boissons n'ont pas d'étiquetages et d'autres ont des étiquètes qui ne contiennent pas des informations complètes.



A titre d'exemple, les produits « Fanta » fabriqués par le BRARUDI n'ont pas d'étiquette. Seul le nom du produit, la quantité et quelques informations sur le contenu sont mentionnés à la bouteille elle-même et non sur l'étiquette.

- L'appellation d'origine : la loi portant régime de la concurrence dispose que *« toutes les informations relatives à l'origine, la date limite de consommation ou d'utilisation, la quantité et les qualités substantielles des produits doivent être libellés de façon lisible au moins en langues pratiquées sur le territoire national »*[136]. Cette disposition reste lacunaire du fait qu'il ne clarifie pas ces notions et n'indique pas clairement les conditions dans lesquelles les produits doivent respecter ces différentes indications. La pratique nous renseigne en effet que beaucoup de boissons sont mises sur le marché sans ces différentes mentions.

G. L'interdiction des pratiques commerciales déloyales

L'interdiction des pratiques commerciales déloyales à l'égard du consommateur n'est pas actuellement règlementée au Burundi. On entend par pratique commerciale toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'une entreprise, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit[137]. Mais quand est-ce qu'une pratique commerciale devient déloyale ?

[136] Article 68 de la loi n° 1/06 du 25 mars 2010 portant régime juridique de la concurrence.
[137] Article2, 29° de la loi du 06 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

Selon l'article 84 LPMPC *« une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et si elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse… ».*

Parmi les pratiques commerciales déloyales interdites, on peut citer par exemple :

- Les pratiques commerciales trompeuses : elles sont réputées trompeuses lorsqu'elles contiennent des informations fausses et qu'elles sont donc mensongères ou que, d'une manière quelconque, y compris sa présentation générale, elle induit ou susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen en ce qui concerne un ou plusieurs éléments, même si les informations présentées sont actuellement correctes, et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement[138].

En plus, des pratiques commerciales trompeuses, sont aussi interdites les omissions trompeuses. Une pratique est considérée comme omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement[139]. est ainsi assimilée à l'omission, la pratique commerciale par laquelle une entreprise dissimule une information substantielle ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps[140].

C'est ainsi que le législateur doit énumérer les informations substantielles à fournir obligatoirement au consommateur lors d'une invitation à l'achat, afin qu'il puisse prendre une décision commerciale en connaissance de cause[141].

[138] Article 88 de la loi du 06 avril 2010 précitée.
[139] Article 90 §1 de la loi du 06 avril 2010 précitée.
[140] Article 90 §2 de la loi du 06 avril 2010 précitée.
[141] L'art 90, §4 de la L.P.M.P.C dispose que lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes :
1° les caractéristiques principales du produit, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit concerné;
2° l'adresse géographique et l'identité de l'entreprise, et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité de l'entreprise pour le compte de laquelle elle agit;

Dans la pratique, des telles pratiques sont très fréquentes sur les bouteilles des boissons.



Le fait de dessiner une personne en train de jouer au football, jeu qui demande une bonne santé et beaucoup d'énergie, peut aboutir à la conclusion qu'en prenant telle boisson, on devient plus fort et énergétique.

Il en est de même de mentionner le nom « life » qui signifie « vie », c'est comme dire : boire de l'alcool est source de vie

- Les pratiques commerciales agressives : ce sont celles qui ont recours au harcèlement ou à la contrainte. L'article 92 de la LPMPC considère en effet qu'une pratique commerciale est agressive si « dans son contexte factuel, compte tenu de toute caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur à l'égard d'un produit, et , par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement ».

Dans la pratique, certaines entreprises au Burundi essayent d'exercer des telles pratiques en interdisant les consommateurs, ou du moins en les incitant par menace, à consommer leurs produits et en les privant la liberté de choisir. C'est le cas de la BRARUDI qui octroi des congélateurs aux

3° le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque la nature du produit implique que le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement pas être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur;

4° les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations, si elles diffèrent des conditions de la diligence professionnelle;

5° le cas échéant, l'existence d'un droit de rétractation ou d'annulation

vendeurs des boissons et leur interdisent d'y cogérer aucune autre produit que les siens. Il menace les vendeurs qu'une fois on trouve dans ces congélateurs une boisson autre que les siens, non seulement les congélateurs leur seront retirés mais également les autres avantages comme les chaises plastiques, les tables et parapluie.

§2. Une politique nationale sur la fabrication et la vente des boissons

Comme nous l'avons souligné tout au début, les boissons peuvent constituer un danger pour la population. Pour faire face à cette menace, certains pays, comme la France, ont élaboré une politique qui vise à diminuer les risques d'atteinte à la santé du consommateur. Parmi les boissons les plus dangereux à la santé du consommateur se trouvent les boissons alcoolisées. C'est ainsi que plusieurs pays ont adopté dans leurs législations les trois politiques clés identifiées par l'OMS en considérant leur efficacité, leur faisabilité et leur rentabilité. Ces politiques sont : l'augmentation des prix des boissons alcoolisées, la limitation ou l'interdiction de la publicité de l'alcool, l'encadrement de la distribution et de la vente de l'alcool ainsi que l'éducation du consommateur.

A. L'augmentation des prix des boissons alcoolisées

L'accessibilité économique, qui réfère principalement au prix de l'alcool, est le moyen le plus efficace pour diminuer la consommation d'alcool et les conséquences qui en découlent. Les études démontrent de façon claire que l'augmentation des prix de l'alcool est associée à une réduction de l'usage nocif de l'alcool et à une réduction de la mortalité et de la morbidité attribuables à l'alcool[142].

[142] https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/en/ consulté le 12 décembre 2023 à 14h37.



C'est déplorable qu'un whiskey de 300ml et ayant le taux d'alcool de 42% de volume coute 1500fbu. Alors qu'une bière de Brarudi, de 500ml mais avec le degré d'alcool de 5% coute 2000f pour le Primus et 2500f pour l'amstel

Il revient à dire que n'importe qui peut s'en procurer sans difficulté.

En plus, si le prix est bas, les consommateurs ont tendance d'en prendre beaucoup du fait qu'ils deviennent économiquement capables.

B. La limitation ou l'interdiction de la publicité de l'alcool

Des études ont démontré que les jeunes exposés aux publicités de l'alcool sont plus enclins à commencer à consommer ou, s'ils consomment déjà, à consommer davantage. Limiter ou interdire la publicité sur l'alcool fait donc partie des meilleures mesures identifiées par l'OMS pour diminuer la consommation d'alcool et ses conséquences[143]. C'est ainsi qu'en France, le législateur a réglementé les modes de publicité des boissons alcoolisées[144].

[143] https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/en/

[144] L'article L3323-2 du code de la santé publique dispose : La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente ne sont pas interdites sont autorisées exclusivement :

1° Dans la presse écrite à l'exclusion des publications destinées à la jeunesse, définies au premier alinéa de l'article 1er de la loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse ;

2° Par voie de radiodiffusion sonore pour les catégories de radios et dans les tranches horaires déterminées par décret en Conseil d'Etat ;

3° Sous forme d'affiches et d'enseignes, sous réserve de l'article L. 3323-5-1 ; sous forme d'affichettes et d'objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat ;

4° Sous forme d'envoi par les producteurs, les fabricants, les importateurs, les négociants, les concessionnaires ou les entrepositaires, de messages, de circulaires commerciales, de catalogues et de brochures, dès lors que ces documents ne comportent que les mentions prévues à l'article L. 3323-4 et les conditions de vente des produits qu'ils proposent ;

5° Par inscription sur les véhicules utilisés pour les opérations normales de livraison des boissons, dès lors que cette inscription ne comporte que la désignation des produits ainsi que le nom et l'adresse du fabricant, des agents ou dépositaires, à l'exclusion de toute autre indication ;

C. L'encadrement de la distribution et de la vente de l'alcool

L'encadrement de la distribution de l'alcool a pour objectif de limiter l'accessibilité physique aux boissons alcoolisées. La littérature scientifique démontre que la restriction des heures et des jours d'ouverture des détaillants d'alcool de même que la réduction de la densité des points de vente sont des moyens efficaces pour diminuer la consommation d'alcool et les conséquences qui en découlent[145].

En France par exemple, de nombreuses réglementations sont à respecter pour vendre de l'alcool. Des règles strictes ont été établies afin d'en limiter la vente et la consommation et le non-respect de ces mesures est pénalisé par la loi, qu'il s'agisse de la consommation sur place ou de la vente au détail, sur internet, dans un magasin, etc. C'est ainsi que par exemple le vendeur doit avoir une licence pour pouvoir vendre des produits alcoolisés. La licence restreinte ou licence III ou licence 3e catégorie est requise pour les boissons ne dépassant pas les 18°C telles que la bière, les liqueurs et le vin[146].

6° En faveur des fêtes et foires traditionnelles consacrées à des boissons alcooliques locales et à l'intérieur de celles-ci, dans des conditions définies par décret ;
7° En faveur des musées, universités, confréries ou stages d'initiation œnologique à caractère traditionnel ainsi qu'en faveur de présentations et de dégustations, dans des conditions définies par décret ;
8° Sous forme d'offre, à titre gratuit ou onéreux, d'objets strictement réservés à la consommation de boissons contenant de l'alcool, marqués à leurs noms, par les producteurs et les fabricants de ces boissons, à l'occasion de la vente directe de leurs produits aux consommateurs et aux distributeurs ou à l'occasion de la visite touristique des lieux de fabrication ;
9° Sur les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive ni interstitielle.
Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques

[145] https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/en/

[146] L'article L3321-1 du code de la santé publique en France classe les boissons en quatre catégories à savoir :
1° Boissons sans alcool : eaux minérales ou gazéifiées, jus de fruits ou de légumes non fermentés ou ne comportant pas, à la suite d'un début de fermentation, de traces d'alcool supérieures à 1,2 degré, limonades, sirops, infusions, lait, café, thé, chocolat ;
2° (abrogé)
3° Boissons fermentées non distillées et vins doux naturels : vin, bière, cidre, poiré, hydromel, auxquelles sont joints les vins doux naturels, ainsi que les crèmes de cassis et les jus de fruits ou de légumes fermentés comportant de 1,2 à 3 degrés d'alcool, vins de liqueur, apéritifs à base de vin et liqueurs de fraises, framboises, cassis ou cerises, ne titrant pas plus de 18 degrés d'alcool pur ;
4° Rhums, tafias, alcools provenant de la distillation des vins, cidres, poirés ou fruits, et ne supportant aucune addition d'essence ainsi que liqueurs édulcorées au moyen de sucre, de glucose ou de miel à raison de 400 grammes minimum par litre pour les liqueurs anisées et de 200 grammes minimum par litre pour les autres liqueurs et ne contenant pas plus d'un demi-gramme d'essence par litre ;

En ce qui concerne la vente de toutes les boissons alcoolisées, la possession d'une licence de 4e catégorie est obligatoire. Pour obtenir ces licences, une formation de 20 heures doit être suivie par l'exploitant. Son objectif est de mettre les gérants au courant des risques liés à un délit de consommation d'alcool.

En plus, il est strictement interdit, sous peine des sanctions pénales, de vendre l'alcool à certaines personnes comme un mineur, une femme enceinte, une personne en état d'ivresse[147].

Il est aussi interdit de vendre au détail à crédit, soit au verre, soit en bouteilles, des boissons des troisième, quatrième et cinquième groupes à consommer sur place ou à emporter[148]. Pour les boissons ayant un taux d'alcool plus élevé (30% et plus), un décret détermine les conditions dans lesquelles sont réglementées les modalités de leur mise en vente[149].

D. L'éducation du consommateur

L'éducation du consommateur consiste en une prise de conscience de ses droits et devoirs. Le but de cette éducation est d'amener le consommateur à se comporter en une personne avertie, capable de choisir en connaissance de cause entre les biens et services qui lui sont proposés et surtout consciente de sa responsabilité sur l'état de sa santé. Un consommateur éduqué doit pouvoir apprécier et différencier le bon et le mauvais, poser la bonne question, recourir à l'action si nécessaire au lieu de fuir ses responsabilités.

L'éducation du consommateur présente plusieurs bienfaits :
D'abord, il aura une conscience critique : le consommateur devrait avoir une attitude critique vis-à-vis de la qualité et du danger d'un bien ou d'un service.

5° Toutes les autres boissons alcooliques.

[147]Article L3342-1 du code de la santé publique en France : La vente des boissons alcooliques à des mineurs est interdite. L'offre de ces boissons à titre gratuit à des mineurs est également interdite dans les débits de boissons et tous commerces ou lieux publics. La personne qui délivre la boisson exige du client qu'il établisse la preuve de sa majorité.

L'offre, à titre gratuit ou onéreux, à un mineur de tout objet incitant directement à la consommation excessive d'alcool est également interdite. Un décret en Conseil d'Etat fixe les types et les caractéristiques de ces objets.

[148] Article L3322-9 du code de la santé publique français

[149] Article L3322-10 du code précité

Ensuite, il aura un engagement : non seulement le consommateur aura une conscience critique, mais devra faire preuve d'engagement ferme pour éviter de prendre tout produit susceptible de nuire sa santé.

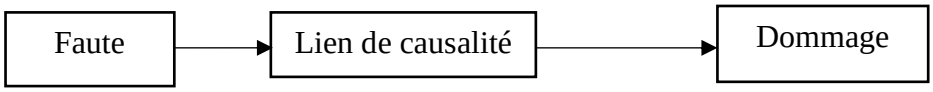
Enfin, la solidarité : une certaine solidarité entre les consommateurs à travers des efforts conjugués et à travers les groupements pouvant avoir une certaines force et influence pour veiller à ce que les produits mis à leur disposition soient de bonne qualité et surtout veiller à ce qu'une attention adéquate soit accordée à leurs intérêts. Il appartient aux consommateurs de s'imprégner de leurs droits afin qu'ils puissent les faire prévaloir en cas de besoin.

§3. La responsabilité du vendeur des boissons

Malgré toutes les mesures préventives prises pour protéger le consommateur contre les produits nuisibles à sa santé, il peut y arriver qu'un produit mis en circulation cause un dommage à celui-ci. Il doit alors établir la responsabilité du producteur pour obtenir la réparation. Mais, il semble que les règles de la responsabilité du droit commun sont inefficaces pour qu'il soit indemnisé (A), raison pour laquelle il importe de s'inspirer des solutions mises en place par les autres législations(B).

A. L'inefficacité de la responsabilité civile du droit commun

Le code civil contient deux réglementations distinctes de la responsabilité civile : la responsabilité découlant d'un délit ou quasi-délit et la responsabilité découlant de l'inexécution des obligations nées d'un contrat. En droit commun, la responsabilité civile repose sur l'existence de trois éléments à savoir la faute, le dommage et le lien de causalité.



Le consommateur, victime d'un produit mis sur le marché, peut exercer l'action en invoquant la responsabilité civile fondée sur l'article 258 et 259 du CCL III ou la garantie des vices cachés prévue par les articles 318 du même code.

Dans leur forme originaire, ni l'un ni l'autre n'est adaptée à l'indemnisation des dommages causés par les produits dangereux pour des raisons suivantes[150]:

Premièrement, il existe un décalage entre la finalité d'ordre économique de la responsabilité contractuel et la finalité d'ordre sécuritaire recherchée par la victime. La garantie vise d'abord à compenser ou à réparer le défaut de valeur de produit livré dans la mesure où l'acheteur (ici consommateur) a le choix de rendre la chose et de se faire restituer le prix, ou de garder la chose et de se faire rendre une partie du prix[151]. Elle ne s'intéresse au défaut de sécurité que dans la mesure où il réduit ou supprime l'utilité du produit[152]. De plus, il y a complication en ce qui concerne les conditions requises pour évoquer la garantie des vices cachés.

Deuxièmement, le recours à la responsabilité contractuelle se heurte à l'obstacle de la relativité contractuelle qui veut que l'utilité retirée du contrat soit réservée au contractant qui s'est engagé. Or, un produit vendu peut porter atteinte à une personne autre que celui qui l'a acheté.

Troisièmement, si la responsabilité contractuelle peut permettre dans certains cas l'indemnisation de la victime, celle-ci se fait aux dépens d'une personne, le vendeur, qui n'est toujours pas la première responsable du dommage. Le fabricant ne verra sa responsabilité engagée qu'à la suite d'une action récursoire, ce qui apparait comme une complication malheureuse à l'heure actuelle où l'approche économique du droit met l'accent sur l'attribution de la charge des risques à ceux qui les ont créés.

Et enfin, le recours à la responsabilité civile classique expose la victime aux difficultés de l'établissement de la faute entant que fait générateur de la responsabilité. Cette conception subjective basée sur la « faute » fait que seul entre en ligne de compte le comportement du défendeur. Or, une telle conception est inadaptée aux procédés nouveaux de production. Si un comportement d'un individu est le plus souvent à l'origine du manque de sécurité des produits, il ne constitue pas nécessairement une faute caractérisée.

[150] J.M. BARAMBONA, *La sécurité des produits au Burundi : état et perspective*, Revue burundaise de droit et société, Vol. II, n°1, octobre 2016, p112
[151] Article 312 du CCL III
[152] Article 318 du CCL III

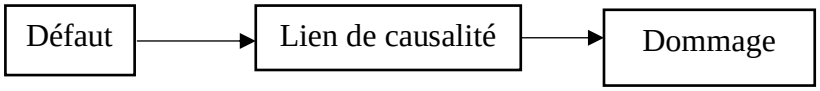
Surtout qu'actuellement, la fabrication d'un produit requiert la participation de nombreuses personnes, voir l'intervention de nombres entreprises et il sera difficile, voire impossible, d'identifier si la faute exacte ayant causé le dommage existe dans le chef du supposé auteur.

B. La solution envisagée par les autres législations : La responsabilité objective.

La question centrale qui cause problème est déterminée par le fondement de la responsabilité du producteur puisque l'existence d'une faute est jugée rigoureuse à l'égard du consommateur. Cela a amené les autres législations à créer des règles propres à la responsabilité des professionnels pour des dommages causés par leurs produits.

Selon l'article premier de la directive européenne relative à la responsabilité du fait des produits défectueux, *« le producteur est responsable du dommage causé par un défaut de son produit* [153]*»*. L'article 4 poursuit en disposant que « La victime est obligée de prouver le dommage, le défaut et le lien de causalité entre le défaut et le dommage[154] ». A la lecture de ces articles, on déduit que la responsabilité du producteur repose sur trois éléments :

D'abord le défaut du produit : un produit présente un défaut lorsqu'il est défectueux E. par définition, un produit est défectueux lorsqu'il n'offre pas la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre compte tenu de toutes les circonstances, et notamment: de la présentation du produit; de l'usage du produit qui peut être raisonnablement attendu et du moment de la mise en circulation du produit[155]. Ensuite, le dommage subi et afin le lien de causalité qui est la corrélation entre le dommage subi et le défaut du produit.



Si l'obstacle d'établir la faute du producteur est maintenant levé, il n'était pas le seul qui pesait sur le consommateur en cas de préjudice causé par un produit mis sur le marché. C'est ainsi que d'autres solutions y relatives ont été prévues par la directive. Par exemple, en cas d'intervention

[153] Article2 de la directive 85/374/C.E.E du Conseil du 25 juillet 1985 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux

[154] Article 4 de la directive 85/374/C.E.E du Conseil du 25 juillet 1985précitée

[155] Art 6, 1. de la directive 85/374/C.E.E du Conseil du 25 juillet 1985précitée

de plusieurs entreprises dans la fabrication du produit, elles sont responsables du même dommage, leur responsabilité est solidaire[156].

Il en est aussi le cas du contrat entre vendeur et consommateur, en l'absence du producteur du produit, le vendeur ne peut pas prétendre qu'il n'est pas responsable du fait qu'il n'est pas le producteur du produit. La directive dispose que toute personne qui importe un produit dans la Communauté en vue d'une vente, location, leasing ou toute autre forme de distribution dans le cadre de son activité commerciale est considérée comme producteur de celui-ci au sens de la présente directive et est responsable au même titre que le producteur[157].

Qu'en est-il en cas du produit importé ou si le producteur ne peut pas être identifié ? Chaque fournisseur en sera considéré comme producteur, à moins qu'il n'indique à la victime, dans un délai raisonnable, l'identité du producteur ou de celui qui lui a fourni le produit. Il en est de même dans le cas d'un produit importé, si ce produit n'indique pas l'identité de l'importateur visé au paragraphe 2, même si le nom du producteur est indiqué.

Section 2. L'amélioration du cadre institutionnel

Le caractère préventif de l'obligation générale de sécurité exige que des structures efficaces de contrôle de la qualité des produits soient instituées. Au Burundi, le contrôle de la qualité exercé normalement par la BBN et le Conseil National de Normalisation et de Contrôle de la qualité devrait être efficace. En faisant une étude comparative de nos institutions chargées de la protection du consommateur aux institutions des autres pays ayant mis en place des instruments de protection du consommateur, deux points principaux servent à l'examen comparé de l'effectivité du droit de la consommation à savoir : le système institutionnel mis en place en vue de définir une politique active de protection du consommateur et de veiller à son application effective (§1er) et l'admissibilité de modes de représentation juridictionnelle de l'intérêt collectif des consommateurs (§2).

§1er. Le système institutionnel

La mise en place d'un cadre institutionnel spécifique au domaine de la protection du consommateur constitue un facteur important pour garantir l'efficacité de la protection du

[156] Article 5 de la directive 85/374/C.E.E du Conseil du 25 juillet 1985 précitée
[157] Article 3, 2. de la directive 85/374/C.E.E du Conseil du 25 juillet 1985 précitée

consommateur. Au sein de ce cadre institutionnel, au Canada et en France par exemple, les institutions administratives chargées de la protection du consommateur jouent un rôle majeur (A); d'autres acteurs dont la contribution se révèle essentielle sont d'une part les institutions judiciaires à travers le rôle attribué au juge (B) et, d'autre part, les organisations représentatives des intérêts des consommateurs (C).

A. Les institutions administratives chargées de la protection du consommateur

Au Canada, précisément au Québec, L'Office de la protection du consommateur (OPC), est un organisme public aux fonctions essentiellement administratives qui a été créé en 1971, lors de l'entrée en vigueur de la première loi québécoise de protection du consommateur. La constitution et les rôles de cette Office sont prévus dans la loi même de la protection du consommateur depuis son origine. Compte tenu de son rôle, c'est une institution qui a attiré notre attention et qui peut servir d'exemple. Etant chargée de protéger le consommateur, elle a, à cette fin, comme tâche : de surveiller l'application des quatre lois placées sous sa responsabilité, soit la loi sur la protection du consommateur, la loi sur les agents de voyages, la loi sur les arrangements préalables de services funéraires et de sépulture et la loi sur le recouvrement de certaines créances et les règlements correspondants; de recevoir les plaintes du consommateur québécois; d'éduquer et renseigner la population sur ce qui a trait à la protection du consommateur; de faire des études concernant le thème de la protection du consommateur, et selon le cas, transmettre ses recommandations au ministre; de promouvoir et subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et coopérer avec ces services ou organismes; de sensibiliser les commerçants, les fabricants et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs; de promouvoir les intérêts des consommateurs devant tout organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur ainsi que de coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes.

En plus de ces tâches nobles que l'institution accomplit, les chiffres démontrent qu'il s'agit d'une institution au service des consommateurs. Chaque année, environ 175 000 consommateurs contactent l'OPC afin de se renseigner sur leurs droits et recours. Une équipe de 35 agents répond à ces demandes principalement par téléphone, et éventuellement par courriel, sur le site web ou en personne. Près de 85% des demandes «résultent d'une difficulté, réelle ou appréhendée, relative à

la bonne exécution de la relation contractuelle établie avec le commerçant, tandis que 15% précèdent la conclusion d'un contrat. Lorsqu'une plainte laisse apparaître une violation de l'une des lois administrées par l'OPC, celui-ci incite le consommateur à déposer plainte. L'envoi subséquent d'une copie de la plainte au commerçant mène parfois ce dernier à conclure une entente avec le consommateur. En 2010-2011, le taux de réussite des conciliations effectuées par les agents de l'OPC a été de 47 %. Lorsqu'une plainte est déposée, l'organisme joue toujours la fonction de conciliateur des parties, indépendamment de la nature du différend entre le consommateur et le commerçant[158].

En France, une telle institution existe aussi : il s'agit de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). En 2017, le service Protection économique des consommateurs a reçu 893 sollicitations via sa permanence d'accueil et a répondu à 2171 courriers postaux et électroniques[159].

C'est déplorable qu'au Burundi, aucune institution administrative n'a pas été mis en place pour recevoir les plaintes des consommateurs ou les éduquer. En effet, c'est à travers l'éducation que le consommateur sera informé de ses droits. L'ABREMA a pour mission de collaborer avec la justice pour prendre les mesures juridiques sur les plaintes formulées par les consommateurs contre les fabricants, les donateurs, les distributeurs ou les dispensateurs des produits règlementés[160]. Néanmoins, le Directeur de cette institution, nous a informés qu'il ne reçoit aucune plainte de la part des consommateurs.

Afin de renforcer ces institutions, l'Etat devrait songer à les fusionner pour ne former qu'une. En effet, le BBN, le CNTA et l'ABREMA disposent des missions semblables. S'ils combinent le personnel, les moyens financiers, les laboratoires, etc., ils feront mieux.

[158] Québec, Office de la protection du consommateur, Rapport annuel de gestion 2010-2011, en ligne: http://www.opc.gouv .qc.ca/Documents/Publications/Corporatives!Rapport_annuel_20 10-20 ll.pdf > [Office, Rapport annuel2010-2011]

[159] https://www.nord.gouv.fr/Actions-de-l-Etat/Alimentation-consommation-et-commerce/Consommation-et-protection-economique-des-consommateurs/Protection-des-consommateurs-La-DGCCRF-a-votre-ecoute2#:~:text=Vous%20%C3%AAtes%20consommateur%2C%20vous%20rencontrez,la%20r%C3%A9pression%20des%20fraudes%20DGCCRF.

[160] Article 5 du décret n°100/039 du 26 février 2021 portant création, organisation et fonctionnement de l'autorité burundaise de régulation des médicaments à usage humain et des aliments « ABREMA » en sigle.

B. Les institutions judiciaires : le pouvoir du juge dans la protection du consommateur

En France, à partir de janvier 2008, l'article L.141-4, qui a été ajouté au Code de la consommation stipule que *« le juge peut soulever d'office toutes les dispositions du présent code dans les litiges nés de son application»*. Cette modification a provoqué un élargissement important du rôle du juge.

Celui-ci a donc le pouvoir de relever d'office les irrégularités d'un contrat de consommation. En fait, toutes les dispositions du Code français de la consommation peuvent être soulevées d'office, ce qui confirme le rôle d'entraîneur conféré au juge dans le domaine de la protection du consommateur. L'intervention du juge n'est plus neutre, comme c'était le cas auparavant.

C. La défense des intérêts des consommateurs par les sociétés civiles

Selon le Guide du consommateur canadien, il existe au Canada 55 organismes de défense des intérêts des consommateurs, dont 47 sont québécois. Parmi les huit organisations non québécoises, trois sont issues de l'Association des consommateurs du Québec et deux sont sectorielles, limitées au secteur des jouets et des automobiles[161].

Parmi les 55 organisations, deux sont plus dynamiques à savoir :

1°. L'Union des consommateurs qui a été créée en 2002 : il joue un rôle fondamental dans la protection des intérêts du consommateur québécois. Sa fonction informative et éducative est exercée par des moyens des plus variés, notamment les informations mises à la disposition des consommateurs dans son site électronique[162]. L'organisation soutient aussi les consommateurs dans leurs démarches individuelles ou collectives.

Elle publie des mémoires sur des sujets controversés concernant leur protection, des rapports des recherches de qualité et des revues publiées par les ACEF (Associations des coopératives d'économie familiale) et organise des campagnes de sensibilisation[163]. Elle joue aussi un rôle prépondérant dans la représentation des consommateurs devant les instances judiciaires. Dans sa

[161] P. FONSECA, *Op.cit*., p.346.
[162] Voir notamment « Trucs et conseils »(le 1er août 2012), en ligne: Union des consommateurs (http://uniondesconsommateurs.ca/ressourcesltrucs-et -conseils/>.)
[163] P. FONSECA, *Op.cit*., p.346.

page électronique, l'organisme dresse la liste des recours collectifs qu'il a intentés, qui sont en cours ou terminés[164].

2°. Option consommateurs : il a acquis une expertise importante dans certaines matières, particulièrement dans les services financiers, la santé, l'agroalimentaire, l'énergie, les services de voyage, les services d'accès à la justice, les pratiques commerciales, l'endettement ainsi que la protection de la vie privée[165].

Il conçoit d'importants rapports de recherche[166] et des mémoires[167], participe activement aux comités consultatifs gouvernementaux[168] et représente les intérêts collectifs des consommateurs devant les instances judiciaires en introduisant des recours collectifs[169].

Au Burundi, même les associations qui pouvaient contribuer dans l'accomplissement de ces missions ne fonctionnent plus. Et pourtant, parmi les missions confiées au Ministère du commerce, il y a la promotion des associations des consommateurs pour que ces dernières soient à mesure de défendre les intérêts des consommateurs[170].

§2. La représentation juridictionnelle des intérêts collectifs des consommateurs

Selon les dispositions de l'article 3 du code de procédure civile, *« L'action est ouverte à tous ceux qui ont un intérêt légitime. Elle n'est reconnue qu'aux seules personnes capables d'ester en justice et qualifiées par la loi pour élever ou combattre une prétention[171]. »* De cet article, on déduit que pour ester en justice, il faut obligatoirement avoir un intérêt, la capacité et la qualité.

L'absence de l'un de ces trois éléments conduit automatiquement à la fin de non-recevoir. Cela revient à dire que chaque personne lésée du fait d'un produit doit lui-même introduire une demande en justice. Néanmoins, la société de consommation est, par sa nature même, faite de rapports collectifs entre les acteurs qui la composent. Le droit de la consommation, qui se donne pour

[164] https://uniondesconsommateurs.ca/actions-collectives/ consulté le 15 novembre 2023 à 15h 36min
[165] https://option-consommateurs.org/services/ consulté le 15 novembre 2023 à 16h 22min
[166] https://option-consommateurs.org/publications/? _types=rapport-de-recherche
[167] https://option-consommateurs.org/publications/? _types=mémoire
[168] À titre d'illustration, Option consommateurs fait partie du comité consultatif qui travaille à l'établissement d'une politique pour une saine alimentation au Québec. Trouvé sur https://www.santemonteregie.qc.ca/sites/default/files/2022/04/politiquepourunealimentation consulté le 15 novembre 2023 à 16h03min
[169] https://option-consommateurs.org/recours/ consulté le 15 novembre 2023 à 16h30
[170] Article 18 du décret n°100/094 du 09 novembre 2020 portant réorganisation du ministère du commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme.
[171] Article 3 de la loi n° 1/010 du13 mai 2004 portant Code de procédure civile, B.O.B., 2004, n° 5bis

objectif de veiller à l'ordonnancement équilibré desdits rapports, présente donc une dimension collective naturelle. De ce fait, la nature fondamentalement individualiste du droit judiciaire doit céder la place à un modèle qui autorise la coexistence de la représentation traditionnelle des intérêts individuels et de la représentation des intérêts collectifs.

La question bouscule l'un des postulats de base du droit de la procédure. D'une part, des acteurs autres que l'individu se voient confier le droit de représenter les intérêts collectifs des consommateurs, d'autre part, le demandeur peut être admis à agir au nom d'un intérêt qui dépasse son intérêt individuel.

Pour bien cerner ce point qui porte sur la protection et la représentation des intérêts collectifs, il importe de préciser ses avantages (A) et d'esquisser les moyens à adopter pour en assurer l'efficacité (B).

A. Les avantages de la représentation juridictionnelle des intérêts collectifs des consommateurs

La représentation des intérêts collectifs présente deux principaux avantages à savoir les avantages de nature économique ainsi que les avantages liés au fait qu'il s'agit d'un moyen le plus adéquat d'assurer la justice sociale en facilitant l'accès de tous à la justice.

Pour ce qui est des avantages économiques, faute de pouvoir intenter une action collective, nombre de poursuites potentielles ne sont pas économiquement concevables. Une action judiciaire individuelle demande plus de ressources financières, d'efforts et de temps que ce que chaque individu aura à investir dans une demande collective. Dans la plupart des cas, les consommateurs renoncent à demander une réparation individuelle en raison des coûts de la procédure judiciaire, des démarches à effectuer et des dépenses à honorer, le tout étant susceptible d'excéder les gains attendus du procès.

Les avantages économiques de la représentation collective des intérêts des consommateurs sont donc spécialement avérés lorsque les montants de l'indemnisation individuelle recherchée sont faibles, ce qui est communément le cas pour les litiges de consommation. Même pour les actions individuelles impliquant des montants élevés, l'action collective représente un atout, le demandeur ne disposant pas toujours des fonds nécessaires. La situation sera de plus en plus délicate lorsque

l'affaire soulève des points techniques difficiles exigeant la contribution d'experts ou la présence de plusieurs témoins[172].

Quant à la justice sociale, l'action collective rend plus effective la perspective pour les consommateurs d'accéder à la justice. Elle concrétise donc les considérations d'équité et de justice sociale à la base des politiques de protection du consommateur. L'effectivité du droit de la consommation s'en trouve également accrue du fait qu'elle abolie certains des obstacles au recours individuel en permettant de réunir, dans une seule instance, les réclamations d'un groupe important de personnes.

En effet, la représentation collective symbolise avant tout un rééquilibrage des relations et des rapports de force dans la société. Dans une cause opposant un professionnel à un consommateur, le système judiciaire avantage nettement le premier. En effet, celui-ci, souvent issu de grandes organisations, a appris au fil de ses actions ou comparutions devant la justice à mieux comprendre le système judiciaire et, en conséquence, à mieux se défendre. Face à lui se trouvent des individus isolés n'ayant que peu ou pas d'expérience avec ce système.

L'idéal égalitaire à la base du concept de la justice sociale est donc renforcé par la stabilisation des rapports de force entre de puissantes industries et des consommateurs nombreux, mais mal organisés.

B. Les moyens adoptés pour assurer l'efficacité de la représentation des intérêts collectifs

Parmi les moyens de faciliter l'accès des consommateurs à la justice et d'ainsi renforcer l'effectivité de leurs action pour assurer leurs droits, on peut citer entre autres

1°. La mise en place d'un fond de protection des droits des consommateurs : l'Etat devrait songer à mettre en place un fond de garantie pour assurer la protection des droits des consommateurs. En effet, les amandes et tous les autres fonds collectés en cas de condamnation aux atteintes desdits

[172] C'est dans cet ordre d'idée que Le Comité économique et social européen a, dans son avis du 26 octobre 2006, marque son soutien à cette initiative en disant que *« Pour des raisons pratiques, il est très improbable, voire impossible, que les consommateurs et les acheteurs réclamant des dommages et intérêts de faible ampleur intentent une action pour infraction en droit des ententes. Il faudrait donc examiner si des actions collectives ne permettraient pas de mieux protéger leurs intérêts. Au-delà de la protection spécifique des consommateurs, les actions collectives constituent également le moyen de regrouper en une seule action plusieurs plaintes de moindre ampleur, ce qui permet d'économiser du temps et de l'argent ».* (Avis CESE 1349/2006 - JO C 324 du 30.12.2006 du rapporteur SÂNCHEZ MIGUEL trouvé sur https://dmsearch.eesc.europa.eu/search/opinion consulté le 15 novembre 2023 à 19h)

droits devraient être collectés afin de constituer un fonds de garantie. Il s'agit par exemple des sommes versées dans le cadre d'amandes imposées à la suite du non-respect d'une décision judiciaire imposant une obligation d'indemnisation, de violations des normes assurant l'ordre la sécurité du consommateur, ou encore d'infractions commises sur le marché et qui portent atteinte aux consommateurs. Prenons ces deux exemples dans la législation burundaise :

- la sécurité des produits importés bénéficie d'une réglementation détaillée sur l'inspection des produits aux postes frontalières dans le pays. Aucun produit couvert par une norme obligatoire ne peut entrer sur le territoire de la République du Burundi s'il n'est pas accompagné d'un certificat de conformité délivré par un organisme agréé. Le contrevenant est passible d'une amende de 15%de la valeur de la Marchandise[173].
- Le BBN a le droit d'infliger des sanctions aux contrevenants de la loi portant système national de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essaie. Ces sanctions peuvent être la saisie des marchandises[174] ou une mande ne dépassant pas le triple de la valeur des marchandises ou des avantages monétaires obtenus ou susceptibles d'être obtenus[175].

Non seulement l'Etat, les associations qui luttent pour la protection du consommateur, elles aussi, devraient songer à mettre en place un tel fonds et collecter des moyens en provenance des cotisations de ses membres. Cela permettra d'avoir des moyens suffisant d'ester en justice en cas de violation des droits collectifs.

2°. L'aide juridique au consommateur : selon l'Assemblée Générale des nations Unies, *« le coût des services de conseil et d'assistance juridiques est l'un des principaux obstacles entravant l'accès à la justice. Les dispositifs d'aide juridique sont au cœur des stratégies visant à améliorer l'accès à la justice »*[176]. Un service bénévole d'assistance judiciaire devrait être fourni par un service de l'Etat ou par le(s) Barreau(x) à travers ses avocats. Au canada par exemple, le système d'aide juridique se présente sous deux modèles distincts. Le premier,

[173] Article 10 de l'ordonnance conjointe n°340/16 du 18 novembre 2013 portant contrôle de la qualité des produits commerciaux au Burundi

[174] Article 57, 3° de la loi n°1/03 du 04 janvier 2011 portant système national de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essais

[175] Article 57, al.2 de la loi précité.

[176] Assemblé Générale des nations unies, *Renforcement et coordination de l'action des nations Unies dans le domaine de l'Etat de droit,* rapport du Secrétaire Général, New York, 2014,p.19.

notamment adopté par le Nouveau-Brunswick, l'Ontario et l'Alberta, constitue le système d'assistance judiciaire appelé «*judicare* », dont les services sont rendus par des avocats qui travaillent en cabinet privé et rémunérés par un tarif fixe. Le deuxième modèle consiste à offrir les services d'avocats salariés par l'État. Les provinces de l'Île-du-Prince-Édouard, de Nouvelle-Écosse et de Saskatchewan ont opté pour ce choix[177]. Cette aide juridique n'est offerte qu'aux personnes économiquement défavorisées, qui ne pourraient pas autrement accéder à une assistance ou à une représentation juridique. Elle vise donc à offrir un soutien juridique aux consommateurs qui ne sont pas capables d'assurer eux-mêmes une assistance juridique.

3°. L'inversion de la charge de la preuve : parmi les facteurs qui freinent le consommateur à saisir le juge est la difficulté, voir l'impossibilité d'obtenir la preuve. En droit de la consommation, la question est plus pertinente en raison de l'inégalité caractérisant le contrat ou la relation existant entre le professionnel et le consommateur. Bien souvent, le consommateur n'a pas accès aux éléments de preuve qui lui permettraient de démontrer la véracité de ses allégations. Par exemple, comment prouver qu'une bière, déjà consommée, t'as rendu malade ? Il est très difficile de prouver la défectuosité technique d'un produit, le caractère incomplet de l'information fournie au consommateur, le caractère mensonger ou confus d'un message publicitaire, etc.

Au Canada par exemple, dans le but de faciliter le recours du consommateur, l'article 253 de la LPC prévoit une présomption de dol contre tout commerçant qui ne se conforme pas aux dispositions sur les pratiques commerciales. La présomption que le consommateur est exploité intervient lorsque celui-ci est incapable d'apprécier la valeur des prestations. L'intervention du juge est donc justifiée par la présomption d'exploitation. Le législateur présume que si le consommateur avait eu connaissance de cet acte d'exploitation, il aurait refusé soit de s'engager dans la relation contractuelle, soit n'aurait pas accepté de payer un prix élevé. On présume donc que le commerçant a abusé de sa position privilégiée dans la phase précontractuelle de proposition au consommateur. Cette présomption a comme effet d'entraîner le renversement du fardeau de la preuve « de telle sorte que c'est au commerçant d'établir qu'il n'a pas exploité le consommateur et que la prestation exigée était justifiée »[178].

[177] P. Fonseca, *Op.cit.*, p.427.
[178] *Idem*, p.437

4°. Tribunaux de petites créances : les divisions de petites créances visent à rendre les procédures judiciaires plus accessibles aux citoyens qui ont des réclamations monétaires de valeur plus modeste en allégeant les procédures et le formalisme du tribunal, en réduisant les frais et en raccourcissant les délais[179]. La loi sur l'organisation et la compétence judiciaires vient d'innover en introduisant le ministère du juge unique[180] pour statuer, aussi bien en matière pénale qu'en matière civile, sur un certain nombre de petites affaires dénuées de complexité ou encore dont le règlement rapide n'entame pas la sérénité de jugement. Espérons que cette innovation va permettre de désengorger les tribunaux.

[179] UNION DES CONSOMMATEURS, *consommateurs et accès à la justice : un guichet unique pour les consommateurs,* Rapport final du projet présenté au Bureau de la consommation d'industrie, Canada, juin 2011, Simon Carreau rapporteur

[180] Art. 13, 23 et 41 de la loi organique n° 1/26 du 26 décembre 2023 portant modification de la loi n°1/08 du 17 mars 2005 portant code de l'organisation et de la compétence judiciaires.

CONCLUSION GENERALE

L'étude que nous venons de réaliser portait sur la protection des consommateurs dans le cadre des boissons manufacturées au Burundi. Notre travail était subdivisé en trois chapitres. Le premier chapitre était réservé à l'aperçu général de la notion du consommateur, ses droits ainsi que leurs sources. Si nous sommes nous tous des consommateurs, nous constituons un groupe plus important méritant une attention particulière. Comme nous l'avons vu, au Burundi, plusieurs textes ne protègent le consommateur entant que tel. Parfois, il est protégé entant que simple particulier ou entant qu'acheteur, partie au contrat. Or, considéré comme partie au contrat, le consommateur ne peut être protégé efficacement du fait du déséquilibre qui existe entre lui et le professionnel. Raison pour laquelle un texte propre à la protection du consommateur devrait être mis en place.

Mais, la meilleure loi au monde, cohérente et actualisée, restera un travail décevant et trompeur si une égale attention n'est pas portée aux conditions de la mise en œuvre effective des dispositions ainsi adoptées. C'est ainsi que le deuxième chapitre était consacré aux institutions tant publiques que privées chargées de protéger le consommateur. Comme nous l'avons vu, celtes des institutions tant publiques que privées existent et leurs missions sont claires et précises. Ce qui est décevant, c'est que dans la pratique, elles ne sont pas au service du consommateur contrairement aux autres institutions d'ailleurs.

Comme ces institutions n'arrivent pas à assurer efficacement cette protection, le consommateur devrait songer à passer à l'action pour être rétabli dans ses droits. Fort malheureusement, les obstacles sont nombreux. C'est pourquoi le dernier chapitre était réservé aux propositions pouvant conduire à l'amélioration de la protection du consommateur.

En effet, le droit de la consommation s'est construit au départ de la prise de conscience de l'inégalité qui caractérise la relation entre le consommateur et l'entreprise. Le constat dépasse le seul cadre contractuel. En effet, la vulnérabilité du consommateur n'existe pas seulement au moment de la relation contractuelle. Elle est également réelle avant le contrat, du fait notamment du manque d'informations dont dispose le consommateur, de l'impartialité des messages publicitaires et de l'usage de pratiques commerciales trompeuses ou agressives, et après le contrat, par exemple au regard de la qualité et de la sécurité des produits et services placés sur le marché ou des difficultés d'accéder à la justice.

Le droit de la consommation trouve donc sa raison d'être dans le souci qu'il a de promouvoir et de protéger les intérêts de la partie la plus faible dans les relations, contractuelles et extracontractuelles, entre les consommateurs et les entreprises.

En bref, l'étude de la législation burundaise protectrice des consommateurs donne lieu à un triste constat : les règles de droit commun sont supplétives, inadéquates au contexte actuel, d'une part ; et d'autre part, elles sont éparpillées, ce qui ne permet pas de garantir aux consommateurs une protection efficace. Ce qui plus déplorable est que cette législation a même régressé au lieu de progresser. L'exemple typique est la loi n°1/01 du 16 janvier 2015 portant code de commerce qui n'a pas repris les dispositions du titre VII du décret-loi n°1/045 du 09 juillet 1993 portant dispositions générales du code de commerce qui consacrait des dispositions relatives à la protection du consommateur.

Outre une législation spécifique, le législateur peut consacrer, dans le code civil, pénal et commercial, des dispositions nouvelles, efficaces relatives à la protection des consommateurs. Ainsi, étant donné qu'il n'y a pas un code de la protection des consommateurs, vu que les décisions prises dans le cadre de la protection des consommateurs contre les boissons susceptibles de nuire à sa santé ne sont pas suivies d'effet préventif et de sensibilisation, les consommateurs, et surtout les consommateurs des boissons manufacturées, ne sont pas protégés. Ils sont en quelque sorte délaissés à leur triste sort. Comme piste de solution, nous avons proposé au législateur burundais de voter une loi portant code de la consommation qui servira d'instrument juridique approprié pour la défense et la protection contre tout abus des opérateurs économiques puissants. L'autorité publique devrait procéder à une sensibilisation, voire une éducation, d'un grand nombre de consommateurs pour combattre ce fléau. Pour le succès de cette démarche, il faudrait que le gouvernement, après avoir mis en place une politique de la fabrication et de la vente des boissons, travaille avec les associations pour mettre en place des stratégies efficaces de sensibilisation. Ces dernières méritent d'être renforcées d'abord. Le BBN devrait avoir des moyens de contrôle et de suivi efficaces en vue de protéger les consommateurs.

Néanmoins, il ne faut pas tout attendre de l'Etat. Celui qui a un droit doit le défendre. Les consommateurs devraient s'organiser en association pour mieux se faire entendre et se protéger mutuellement. Si la responsabilité des producteurs est prévue par les textes, intenter des actions en justice en cas de préjudice va les inciter à être vigilant et à augmenter la sécurité de leurs produits.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

I. Textes juridiques universels et régionaux

1. La Déclaration universelle des droits de l'homme.
2. Assemblé Générale des Nations Unies, *Renforcement et coordination de l'action des nations Unies dans le domaine de l'Etat de droit,* rapport du Secrétaire Général, New York, 2014, A/RESS/67/1.
3. Directive 2001/95/CE du parlement européen et du conseil du 03 décembre 2001 relative à la sécurité générale des produits.
4. Directive 2005/29/CEE du parlement européen et du conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur.
5. Directive 85/374/C.E.E du Conseil du 25 juillet 1985 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux.
6. Observation générales No 14 sur le droit à la santé adoptée le 11 mai 2000 par le Comité des droits économiques, sociaux et culturel.
7. Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du consommateur.

II. Textes normatifs internes

1. La Constitution de la République du Burundi.
2. Loi organique n° 1/26 du 26 décembre 2023 portant modification de la loi n°1/08 du 17 mars 2005 portant code de l'organisation et de la compétence judiciaires.
3. Loi n° 1/27 du 28 décembre 2023 portant modification du code de procédure civile.
4. Loi n°1/27 du 29 décembre 2017 portant révision du code pénal.
5. Loi n°1/01 du 16 janvier 2015 portant révision de la loi n°1/07 du 26 avril 2010 portant code de commerce.

6. Loi n°1/03 du 04 janvier 2011 portant système national de normalisation, métrologie, assurance de la qualité et essais.
7. Loi du 06 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.
8. Loi n° 1/06 du 25 mars 2010 portant régime juridique de la concurrence.
9. Code Civil Livre III.
10. Décret n°100/039 du 26 février 2021 portant création, organisation et fonctionnement de l'autorité burundaise de régulation des médicaments à usage humain et des aliments, « ABREMA » en sigle
11. Décret n°100/094 du 09 novembre 2020 portant réorganisation du ministère du commerce, du transport, de l'industrie et du tourisme
12. Décret-Loi n°100/093 du 09 novembre 2020 portant organisation et fonctionnement du Ministère de la Santé Publique et de la Lutte contre le Sida.
13. Décret n° 100/007 du 28 juin 2020 portant révision du Décret n 100/037 du 19 avril 2018 portant structure, fonctionnement et missions du gouvernement de la République du Burundi
14. Décret n°100/039 du 03 mars 2020 portant organisation et fonctionnement du Bureau Burundais de Normalisation et de Contrôle de la qualité
15. Décret n° 100/055 du 17 avril 1998 portant modification des statuts du Centre National de Technologie Alimentaire(CNTA).
16. Décret-Loi n° 1/045 du 09 juillet 1993 portant dispositions générales du code de commerce, B.O.B. N° 1/94.
17. Ordonnance conjointe n°340/16 du 18 novembre 2013 portant contrôle de la qualité des produits commerciaux au Burundi

III. Textes normatifs étrangers

1. Code de consommation français.
2. Code de la santé publique français.
3. Loi belge du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

IV. La doctrine

A. Ouvrages généraux

1. CALAIS-AULOY, J., et STEINMET, F., *Droit de la consommation*, 5e éd., DALLOZ, PARIS, 2000, 520P
2. CORNU, G., Vocabulaire juridique, Presse universitaire de France, 1re éd., Paris, 1987.
3. DE CALUWE A., et. al. *Les pratiques du commerce*, Maison Ferdinand Larcier, Bruxelles, 1973, 458P.
4. DE LOUIS B., *Le droit des promotions commerciales*, 2e éd., De Boeck Université, Paris-Bruxelles, 1997, 491P
5. DIDIER, F., *La protection des consommateurs*, éd. Dalloz, Paris, 1996, 651P.
6. GHESTIN, J., *La formation du contrat*, L.G.D.J., Paris, 1993, 1552P.
7. GUILLAUME, J-C., Les modes de règlement amiable des différends, Rev.dr.aff.int., 1996, 458P
8. MARTY, G., et RAYNAUD, P., *Introduction générale à l'étude du droit*, 2e éd., Sirey, paris, 1972, 934P.
9. MAURICE, D., « *Le juge face aux clauses abusives* », in Le juge et l'exécution du contrat, colloque IDA, Aix-en-Provence, 28 mai 1993, PUAM, 652P.
10. MELIK, O., *Le droit à la santé*, une collection du programme des Droits Humains, centre Europe-Tiers Monde, 112P
11. NATHACHA, S-B., *Traité de droit civil, Les contrats de consommation*, Règles communes, LGDJ, 2013, 450P.
12. SMITH, A., *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*, New York, the Morden library, 1934, 447P.
13. VINCENT J., et GUINCHARD S., Procédure civile, 22e éd. Dalloz, Paris, 1991, 913P.

B. Thèses et Mémoires

1. CAMILE, D., *La notion du consommateur*, mémoire, Université paris-sud, A/A 2013-2014, 48P.
2. NDAYIMIRIJE, G-S., *De l'action du consommateur lésé en droit burundais*, mémoire, UB, Bujumbura, DESS en droit de l'homme et résolution pacifique des conflits, 2017,62P.
3. NIYONKURU, A-P., *Le droit d'accès au juge civil au Burundi- Approche juridico-institutionnelle*, Thèse, KU LEUVEN, 2020, 482P.
4. NIYONKURU, M., « *Accès à la justice » à l'ordre du jour de l'agenda post-2015 pour le développement durable : perspectives, défis et opportunités pour le Burundi,* Mémoire de D.E.S.S, Chaire U.N.E.S.C.O/U.B, Bujumbura, 2017, 68P.
5. PATRICIA, F., Développement et consolidation du droit de la consommation au Brésil et au canada, Thèse, Université du Québec à Montréal, 2014,541P.
6. RAMBA, R. et BARICAKO, A., *La protection juridique des consommateurs des produits pharmaceutique su Burundi*, mémoire, ULT, 2010, 74P.

C. Articles et rapports

1. AFRICA LABEL GROUP, *Etude diagnostique du système juridique et judiciaire du Burundi,* Rapport final, Avril 2009,231P.
2. BARAMBONA, J.M., *La sécurité des produits au Burundi : état et perspective*, Revue burundaise de droit et société, Vol. II, n°1, octobre 2016, pp 92-129.
3. CA BOURGES, 5 octobre 1998, JCP E.1999, p.1417 ; Juris-Data n°043611 in Jean-Pascal CHAZAL, Vulnérabilité et droit de la consommation, Colloque sur la vulnérabilité et le droit, organisé par l'Université P. Mendès-France, Grenoble II, le 23 mars 2000, 20P
4. COMMISSION NATIONALE INDEPENDANTE DES DROITS DE L'HOMME, *Le droit d'accès à la justice, un défi pour la population burundaise, Rapport définitif,* Bujumbura, 2013.
5. CONSUMERS INTERNATIONAL, *Les droits des consommateurs et le système commercial multilatéral*.

6. Département des opérations de maintien de la paix (DOMP) et du Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme (HCDH), Indicateurs de l'Etat de droit des Nations Unies. Guide d'application et outils de gestion de projet, 1 ère édition.
7. La Constitution de l'OMS, adoptée par la Conférence internationale de la santé, tenue à New York du 19juin au 22 juillet 1946.
8. LAFOND, P-C., *Le consommateur et le procès – Rapport général*, Les Cahiers de Droit, vol. 49, n°1, mars 2008, pp. 113-157.
9. Le droit à la santé, brochure élaborée par Melik Ozden, Directeur du Programme Droits Humains du CETIM, collection du Programme des Droits Humains du Centre Europe-Tiers Monde (CETIM)
10. OZDEN, M., « *Le droit à la santé » in une collection du programme des Droits Humains*, Centre Europe-Tiers Monde.
11. Statut de l'Association Burundaise des consommateurs – Transparency International Burundi (ABUCO-TI Burundi), Bujumbura – Burundi 2013
12. Union des consommateurs, *consommateurs et accès à la justice : un guichet unique pour les consommateurs,* Rapport final du projet présenté au Bureau de la consommation d'industrie, Canada, juin 2011, Simon Carreau rapporteur.

D. Dictionnaires et documents divers

Larousse

E. Les arrêts

Cass. Civ. 1ère, 24 janvier 1995, n°92-18.227, Bull. civ. I, n°54

V. Sites internet

1. https://bi.chm-cbd.net/fr/organizations/cnta-bi .
2. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:11992M/TXT.
3. https://mininterinfos.gov.bi/fabrication-des-boissons-prohibees-une-des-causes-de-la-penurie-du-sucre-au-burundi/ .
4. https://mininterinfos.gov.bi/gitaza-une-autre-sorte-de-boissons-prohibees/.
5. https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/26d73eca-e878-4d14-8d1b-0c6fdc73b323/language-fr.
6. https://option-consommateurs.org/services/.
7. https://qualite.pagesjaunes.fr/comprendre/certification .
8. https://uncaccoalition.org/our-network/anti-corruption-platforms/africa/burundi/association-burundaise-des-consommateurs-transparency-international-burundi/.
9. https://uniondesconsommateurs.ca/actions-collectives/
10. https://www.assemblee.bi/spip.php?article2894.
11. https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/action-procedure.php
12. https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/bonne-foi.php
13. https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/capacite.php.
14. https://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Produit-base-238672.htm#:~:text=Produit%20de%20grande%20consommation%20alimentaire,%C2%AB%20produit%20de%20p .
15. https://www.facebook.com/100064820105288/posts/pfbid02sMSeEjMVf6DXwxDgrp97MSHGYZ9Xah1toYzJYEcBAgAHaodv3xmXk4bw99PDDXVal/?app=fbl .
16. https://www.google.com/search?q=resolution+39%2F248+du+09+avril+1985+nations+unies&oq=resolution+39%2F248+du+09+avril+1985+nations+unies&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCTI5ODU1ajBqN6gCALACAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8 .

17. https://www.journaldunet.com/management/juridique/1032285-l-histoire-de-la-protection-du-consommateur/.

18. https://www.nord.gouv.fr/Actions-de-l-Etat/Alimentation-consommation-et-commerce/Consommation-et-protection-economique-des-consommateurs/Protection-des-consommateurs-La-DGCCRF-a-votre-ecoute2#:~:text=Vous%20%C3%AAtes%20consommateur%2C%20vous%20rencontrez,la%20r%C3%A9pression%20des%20fraudes%20DGCCRF .

19. https://www.opc.gouv.qc.ca/zone-enseignants/liste-activites/activite/droits-responsabilites-consommateur/#:~:text=1985%20Le%209%20avril%201985,nationales%20de%20protection%20des%20consommateurs.

20. https://www.opc.gouv.qc.ca/zone-enseignants/liste-activites/activite/droits-responsabilites-consommateur/#:~:text=1985%20Le%209%20avril%201985,nationales%20de%20protection%20des%20consommateurs,.

21. https://www.santemonteregie.qc.ca/sites/default/files/2022/04/politiquepourunealimentation .

22. https://www.toupie.org/Dictionnaire/Action_individuelle.htm .

23. https://www.toupie.org/Dictionnaire/Competence_attribution.htm.

24. https://www.touteleurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/les-traites-de-rome-1957/.

25. https://www.un.org/fr/conferences/environment/rio1992 .

26. https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/en/.

27. https://www.wipo.int/amc/fr/mediation/guide/index.html#:~:text=Dans%20la%20m%C3%A9diation%2C%20elle%20est,arbitrage%20repose%20sur%20des%20droits.