

# LA LIBERALISATION DES PRIX ET PROTECTION DE CONSOMMATEUR EN DROIT CONGOLAIS

- **KAPUNGA MWARABU François<sup>1</sup> WITANNE MWANZO Pascal<sup>2</sup>**

*Licencié, Assistant<sub>2</sub>, congolaise Faculté de Droit de l'université de Kindu et Avocat au Barreau près la Cour d'Appel du Maniema Kapungamwarabu92@gmail.com, +243 815946442<sup>1</sup>, Licencié, Assistant<sub>2</sub>, congolaisem Faculté de Droit de l'université du Moyen Lualaba de Kalima et Avocat au Barreau près la Cour d'Appel du Maniema Kapungamwarabu92@gmail.com, +243 810163491<sup>2</sup>*

**\*Corresponding Authour : -Kapungamwarabu92@gmail.com**

---

## INTRODUCTION GENERALE

### « La libéralisation des prix et protection de consommateur en droit congolais »

L'activité économique joue un rôle capital dans la vie des hommes en sciences étant donné qu'elle touche presque à chaque pas leur vie.

En effet, cette activité parvient à poser les problèmes de façon à permettre à ce que se coordonnent les projets économiques des hommes car la vie en société implique et suppose l'interdépendance économique des individus et de leurs actions. Et les échanges des biens et services passent nécessairement par l'activité économique qu'exercent les acteurs de ce domaine à savoir les commerçants ou les opérateurs économiques.

Cependant, il faut une saine réglementation de l'activité économique dans la société, cela permettra de manière préventive d'éviter tout dérapage de la part des opérateurs économiques dans la fixation par exemple des prix des biens (produits) et services.

Le prix qui se définit comme étant une somme d'argent due par l'acquéreur d'un bien au vendeur ou comme tout dû en échange d'un service est, selon le régime social ou politique en vigueur au sein d'un Etat donné, soit autoritaire, soit libéral. Autrement dit, la fixation de celui-ci est l'œuvre de l'autorité publique, soit encore l'œuvre des opérateurs économiques à travers une politique de fixation libérale des prix.

Il convient à cet effet de dire, pour ce qui est de la République Démocratique du Congo que cette matière des prix à une longue évolution dans le temps pour ne pas dire une histoire parce qu'elle est régie par plusieurs textes dont :

- Le décret-loi du 20 Mars 1961 qui attribuait la compétence au ministre ayant l'économie nationale dans ses attributions pour fixer le prix maximum (ou prix homologue) des produits et services sur le marché national modifié par :
- L'ordonnance-loi N°83/02 du 12 Septembre 1983 d'après lequel les prix de vente des produits et services sont librement fixés par ceux qui en font l'offre modifié par :
- Loi N°18/020 du 09 Juillet 2018 relative à la liberté des prix et à la concurrence en se confirmant aux dispositions de l'ordonnance-loi du 12 Septembre 1983.

Par ailleurs, dans tout ce pays, ou dans la vie de l'homme sans une réglementation de la consommation, tout est voué à l'échec et la protection du consommateur est un problème qui intéresse tous ceux qui achètent et utilisent les biens de consommation et des services selon leur situation sociale.

La protection du consommateur est à la mode, on parle de construire un droit de la consommation pour assurer au consommateur une protection efficace à l'égard des commerçants ou des opérateurs économiques véreux qui peuvent dans la recherche de leurs ou bénéfices, vendre des produits susceptibles de nuire à la santé du consommateur. C'est ainsi que depuis la nuit de temps, l'homme de préoccupe profondément de sa situation de consommateur, car de l'acte de consommation dépendent souvent son honneur et sa survie.

En effet, par l'acte de consommation, l'homme atteint son bonheur parce qu'il peut se procurer les biens dont il a besoin et qui sont susceptibles de lui garantir des conditions normales de la vie. Par rapport à toutes les considérations, la santé publique risquerait d'être sérieusement compromise si es consommateurs sont amenés à utiliser ou à consommer les produits de mauvaise qualité.

En République Démocratique du Congo, il existe déjà quelques structures et organismes chargés de la protection du consommateur. De même des nombreuses interventions du législateur ont visé essentiellement et directement la défense des intérêts des consommateurs.

Cependant, pour assurer la défense de leurs droits et intérêts, les consommateurs peuvent à l'occasion de l'accomplissement des actes de consommation ou du règlement des litiges y afférents, se prévaloir soit des règles de droit civil, soit celles de droit public édictées en vue de leur protection directe ou indirecte.

Protéger les consommateurs ne signifie pas leurs assurer la qualité ou la quantité des biens ou des services dont ils peuvent avoir besoin en imposant aux distributeurs étrangers d'offrir leurs services selon les conditions fixées par la loi. Mais aussi et surtout les informer mieux, les former, leurs expliquer le contenu de la législation les protégeant, leurs indiquer les voies et moyens de recours ainsi que le comportement idéal à adopter dans diverses situations. Le marché économique congolais n'a pas que subi cette tendance de fixation autoritaire des prix car il y a aussi eu une période où l'Etat congolais avait résolu de libéraliser la fixation des prix.

C'est dans ce cadre que le professeur Victor KALUNGA affirme que (1) : « pour corriger l'erreur commise par le Ministre de l'économie nationale, le président de la République consacra la libéralisation en prenant une nouvelle ordonnance modifiant l'ordonnance-loi du 12 Septembre 1983. A cet effet, l'article 6 de la loi n°18/020 du 09 Juillet 2018 relative à la liberté des prix et à la concurrence dispose que les prix des produits et services sont librement fixés par ceux qui en font l'offre en se conformant aux dispositions de la présente loi et à ses mesures d'exécution. Ils ne

sont pas soumis à l'homologation préalable mais sont, après qu'ils aient été fixés, communiquent avec tout le dossier y afférent au ministre de l'économie nationale pour un con a priori » (2)

Le professeur MASAMBA MAKELA soutient que « mais, avec le temps dans le souci d'encourager les initiatives privées et surtout répondre aux exigences de l'économie du marché, le pouvoir public s'était vu dans l'obligation de limiter ses interventions dans le domaine du prix pour ainsi consacrer la liberté des prix, il renchérit en ajoutant qu'aussitôt proclamé, cette liberté des prix ne semble pas répondre aux attentes du marché du fait des différentes conséquences qu'elle a pu entraîner (3). Pour une application efficace d'une politique éventuelle concernant la protection des consommateurs, nous proposons la création d'un organe chargé de protéger les consommateurs et c'est cet organe qui doit bénéficier d'un personnel qualifié, suffisamment contrôlé et motivé.

Les pays en voie de développement sont ancrés à consommer les produits dont la composition ou la qualité ne correspond pas à celle qu'il est en droit d'atteindre, une telle situation constitue un risque indéniable d'attente à la sécurité des consommateurs. Comment alors les pauvres s'y prennent-ils et protègent leur consommation ? voilà une question à laquelle, cette étude a précisément pour objet de répondre, le but étant de démontrer que parmi toutes les techniques juridiques mises ou pouvant être mises en œuvre pour la protection des consommateurs dans les pays en voie de développement en général et en particulier en République Démocratique du Congo, celle qui paraît la mieux indiquée, c'est la prévention.

Comme pour la fixation autoritaire des prix, la libéralisation de ceux-ci présente elle aussi des conséquences avantageuses et désavantageuses. Dès lors, plusieurs questions se posent parmi lesquelles nous pouvons tirer les plus essentielles à savoir :

- Quel est le vrai contenu du principe de la libéralisation des prix dans notre pays ?
- Quelles sont les incidences de ce principe par rapport à un développement d'un Etat ?
- Ce principe de la libéralisation des prix, peut-il favoriser l'éclosion économique de la République Démocratique du Congo ?

Ce sont ces questions autour desquelles va graviter l'objet de notre étude.

Ainsi qu'on peut s'en douter, pareille étude ne peut nullement être dépourvue d'intérêt. Pour ce qui nous concerne, la présente étude justifiée d'un double intérêt dont premièrement un intérêt théorique et deuxièmement un intérêt pratique. Sur le plan théorique, l'intérêt réside d'une part dans le fait qu'il veut être si non un repère mais en tout cas une information fiable qui puisse renseigner le lecteur au sujet des prix qui est une notion de droit telle qu'organisée en République Démocratique du Congo et au sujet des prérogatives et contrôles qui peuvent convaincre dans la vie de la consommation et d'autre part aidera tant celui confronté à ce problème d'en acquérir une connaissance précise et suffisante.

Sur le plan pratique, ce travail est conçu d'une part en vue d'aider la communauté congolaise, plus précisément les commerçants et les consommateurs qui s'y livrent à la pratique des produits de consommation qui est considérée comme un moyen de survie actuelle dans notre pays et d'autre part il tient du fait que l'activité économique se fait toujours avec un souci ou un but qui est celui de réaliser le bénéfice, les opérateurs économiques dans la pratique de leur profession pourront à travers à cette étude connaître si le principe de la liberté des prix a une incidence positive sur leur activité.

Pour être concis et précis, nous avons limité notre étude par l'ordonnance-loi N°83/026 du 12 Septembre 1983 tel que modifié par la loi N°18/020 du 09 Juillet 2018 relative à la liberté des prix et à la concurrence.

Dans le cadre de la présente étude, nous ferons recours à deux principales méthodes à savoir : les méthodes juridiques et sociologiques.

La méthode juridique nous permettra d'analyser les textes juridiques relatifs à notre étude tandis que la méthode sociologique, nous permettra de confronter la réalité sur le terrain à la loi étant compris que l'on peut faire une étude de droit sans tenir compte de l'évolution de la société ou de l'environnement social.

Notre étude comporte deux parties. La première va analyser le principe de la libéralisation des prix alors que la seconde va parler de la protection des consommateurs et des principes pratiques abusives.

## **I<sup>ère</sup> Partie : LE PRINCIPE DE LA LIBERALISATION**

La libéralisation des prix est le résultat d'un long processus de la politique. En effet, au lendemain de la deuxième guerre mondiale, les Etats et gouvernements occidentaux, ruinés économiquement, avaient décidé dans le souci de relancer leurs économies, d'instaurer le régime autoritaire en matière des prix dans le but de bien surveiller toutes les opérations économiques.

Maintenue pendant des nombreuses années, l'intervention de l'Etat dans la fixation commença à présenter de multiples inconvénients. Ce contrôle n'était plus compatible avec le fonctionnement normal d'une économie de marché.

Par conséquent, il faisait beaucoup plus la formation de prix et instruisait un facteur de distorsion entre les entreprises résidentes et celles qui étaient situées à l'extérieur des frontières. Ce prix ainsi fixé par l'Etat empêchait certainement l'adaptation des produits aux besoins des consommateurs. Ainsi vers les années quatre-vingt un des nombreux Etats et gouvernements étaient amenés à adopter le régime libéral des prix et le cas de la France avait abrogé totalement les ordonnances de 1945 qui consacraient le régime autoritaire qui sera ainsi remplacé par le libéral des prix.

La République Démocratique du Congo a pour sa part adopté un régime libéral des prix depuis 2018 par la loi N°18/020 du 09 Juillet 2018 laquelle a modifié l'ordonnance-loi N°83/026 du 12 Septembre 1983. Les prix ainsi libéralisés, les opérateurs économiques, les producteurs, les fabricants ainsi que les commerçants fixent librement les prix de leurs produits et services (4).

Ainsi, le régime de liberté ou de la libéralisation des prix devient la règle. Ce qui nous amène à donner ce contenu ainsi que le fondement du libéralisme des prix.

## **FONDEMENT ET CONTENU DU PRINCIPE DE LA LIBERALISATION DES PRIX**

Il s'avère impérieux d'entre de jeu de préciser le contexte dans lequel se conçoit la libéralisation des prix. Aujourd'hui, la liberté des prix se fait et se fera en partenariat avec le pouvoir public. C'est cela que l'on appelait un Congo de libéralisme concerté lequel a ses contenus et fondements.

### **FONDEMENT**

Le fondement du principe dont question se perçoit sous un double volet à savoir juridique et sociologique.

#### **A. FONDEMENT JURIDIQUE**

Toutes les constitutions ayant régi la République Démocratique du Congo voire celle de 18 Février 2006 n'a pas posé des règles sur la fixation des prix.

Néanmoins, ce principe de la libéralisation des prix a pour fondement juridique la loi N°18/0202 du 09 Juillet 2018 relative à la liberté des prix et à la concurrence. En effet, l'article 6 de cet arrêté dispose que la procédure de calcul des prix, des services et produits est libéralisée, c'est-à-dire les prix sont fixés par les opérateurs économiques eux-mêmes en se conformant aux structures des prix telles qu'elles sont déterminées par les lois et règlements à la matière.

En d'autres termes, cette libéralisation fut consacrée à travers la loi N°18/020 du 09 Juillet 2018. A cet effet, l'article 6 de la loi précitée dispose que les prix des produits et services sont librement fixés par ceux qui en font l'offre en se conformant aux dispositions de la présente loi et à ses mesures d'exécution. Ils ne sont pas soumis à l'homologation préalable mais sont, après qu'ils aient été fixés, communiqués avec le dossier y afférent au ministre de l'économie nationale pour un contrôle a posteriori. Dans les calculs, la marge bénéficiaire de 20% d'intérêt artisanale devra être respectée.

#### **B. FONDEMENT SOCIOLOGIQUE**

En droit congolais, la libéralisation des prix s'est faite en trois étapes :

- La première libéralisation a été décidée par l'arrêté ministériel du 1<sup>er</sup> Juin 1981 portant mesure d'exécution du décret-loi du 20 Mars 1961. Cet arrêté dans son article 9 dispose que la procédure de calcul des prix des services et des produits est libéralisée (5).

Notons au passage que cet arrêté pris en exécution du décret-loi le viole littéralement aussi bien sur le plan du fond que celui de la forme au regard de légalité des actes réglementaires dictée par la pyramide des normes juridiques (5).

Toutes, les prix de certains produits appelés stratégiques demeurent fixés par les pouvoirs publics. Il s'agit de l'air, l'électricité des transports publics intérieurs, des médicaments et du carburant ou des produits pétroliers, un an plus tard, par l'arrêté du 30 Mars 1982, les produits pharmaceutiques seront soumis au régime de libéralisation.

- La deuxième libéralisation a été décidée par l'ordonnance-loi N°83/026 du 12 Septembre 1983 dans la prescrite de corriger l'erreur commise par le ministre de l'économie nationale (6).

En effet, le président de la République consacre la libéralisation en prenant une nouvelle loi le décret du 20 Mars 1961. A cet effet, l'article 2 de l'ordonnance-loi du 12 Septembre 1983 dispose que les prix de produits et services se sont librement fixés par ceux qui en font l'offre en se confirmant aux dispositions de la présente loi et de ses mesures d'exécution, ils ne sont pas soumis à l'homologation préalable mais après qu'ils aient été fixés et communiqués avec tous les dossiers y afférents au ministre de l'économie nationale dans ses attributions en vue de déterminer les autorités de calcul et de fixation des prix ainsi que la marge bénéficiaire maximum autorisée aux commerçants autres que les producteurs des biens ou des services, il peut déléguer son pouvoir aux gouverneurs des provinces.

- La troisième libéralisation a été décidée par la loi N°18/020 du 09 Juillet 2018 relative à la liberté des prix et à la concurrence. Cette loi dans son article 6 dispose : les prix des produits et services sont librement fixés par ceux qui

en font l'offre en se conforment aux dispositions de la présente loi et à ses mesures d'exécution ils ne sont pas soumis à l'homologation préalable mais sont, après qu'ils aient été fixés et communiqués avec tous les dossiers y afférents au ministre de l'économie nationale pour un contrôle a posteriori.

-

En France, c'est le gouvernement qui fut dirigé par RAYMOND BARE qui a libéralisé les prix industriels en Août 1978. Profitant de la destination mondiale et du contre choc pétrolier, le ministre de l'économie Pierre BEREGOVY a libéralisé les prix des produits industriels et certains services. Le pouvoir était reconnu aux opérateurs économiques œuvrent dans les secteurs industriels de fixer librement les prix de leurs produits et de certains services. Cette loi de 1978 qui a abrogé les ordonnances de 1945 qui consacraient le régime autoritaire sur le prix va préciser que toutefois les prix de certains produits et services jugés d'importance capitale demeurent jusque-là fixés par les pouvoirs publics français, il s'agit de : les médicaments, les livres, les tarifs publics et les loyers. Cependant, ledit principe n'est pas absolu en ce qu'il en résulte quelques restrictions.

## **II<sup>ème</sup> PARTIE : LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS ET LEURS PRINCIPALES PRATIQUES ABUSIVES**

Lorsqu'on parle de la protection des consommateurs, on vise d'une manière générale à venir à bout des abus, précédés et manifestations impliquant une explication par trop pousser de l'ignorance et de la position de faiblesse des consommateurs par leurs partenaires.

Ainsi, le droit de consommation est régi principalement par le décret du 1<sup>er</sup> Avril 1959 relatif au pouvoir d'achat des consommateurs ainsi que par ce décret du 26 Juillet 1910 relatif à la fabrication et au commerce des denrées alimentaires (7).

### **LA SAUVEGARDE DES INTERETS DES CONSOMMATEURS**

La protection du consommateur contre les actes de concurrence déloyale passe par l'information à l'endroit de celui-ci. De manière générale, le consommateur est défini comme toute personne physique ou morale qui acquiert ou utilise des produits ou des services mis sur le marché à des fins excluant tout caractère professionnel. Est visé, le consommateur final qui pour des raisons familiales ou privées, utilise les produits ou les services.

Pour se procurer le produit ou le service, le consommateur doit agir en parfaite connaissance des caractéristiques du produit ou de service. C'est pourquoi, il est nécessaire qu'il ait l'information adéquate.

L'obligation d'information commerciale est imposée par la loi. Ces informations doivent être correctes, utiles et doivent porter sur tout élément que le consommateur a intérêt à connaître. Il peut s'agir du prix de la composition, de l'origine du produit.

La prohibition de la concurrence déloyale contribue également à promouvoir les intérêts des consommateurs. C'est le cas de confusion qui pour but ou pour effet de tromper les consommateurs sur les qualités d'un produit ou par une marque de fabrique.

Le professeur SAKATA M. TAWAB estime pour sa part que « au sens du droit de la concurrence, il y a confusion lorsque le concurrent tente de profiter du succès de son rival en procédant à l'imitation des signes distinctifs qui désignent celui-ci ou ses produits ou de manière générale l'organisation de son entreprise.

Le Professeur SAKATA M. TAWAB estime pour sa part, que «Au sens du droit de la concurrence, il y a confusion lorsque le concurrent tente de profiter du succès de son rival en procédant à l'imitation des signes distinctifs qui désignent celui-ci ou ses produits ou de manière générale l'organisation de son entreprise. La confusion peut donc résulter de la ressemblance, soit du nom, soit des emballages et étiquettes, soit de la présentation des magasins, etc. Elle peut être « phonétique, visuelle et linguistique ». La confusion est l'acte de concurrence déloyale le plus connu par la jurisprudence congolaise .

Le préjudice le plus grave qui puisse être causé aux consommateurs résulte certainement de la désorganisation générale du marché, provoquée par certains procédés incorrects. Parmi ces procédés figure en premier la spéculation, qui bat son plein au Congo comme dans tous les pays sous-développés.

Depuis la nuit des temps, l'homme se préoccupe profondément de sa situation de consommateur car de l'acte de consommation dépend souvent son bonheur et sa survie. Aujourd'hui, le tiers monde en général et notre continent en particulier se trouvent au cœur des priorités du mouvement consumériste international, ce qui se justifie amplement en raison de la dégradation de la situation juridique des consommateurs ainsi l'accentuation de la misère dans cette partie du monde et des talonnements qu'affectent le processus de démocratisation et de développement.

Dans le même ordre d'idées, la sauvegarde des intérêts des consommateurs n'est pas sans lien avec le souci de perfectionner la qualité de certains services vitaux et d'en promouvoir l'extension géographique : soins de santé, eau potable et électricité mais aussi les transports publics intérieurs, etc...

Ainsi, la défense des intérêts des consommateurs : chacun de nous doit y participer. Ce pourquoi nous disons que la protection qui intéresse tous ceux qui achètent et utilisent les biens de consommation et des services selon leur situation sociale. Certains acheteurs ou utilisateurs des biens de consommation et de service ayant un revenu élevé jugeront peut être que la protection du consommateur est un problème secondaire, alors qu'elle constitue pour les économies faibles une nécessaire vitale.

### **L'opportunité d'un système de protection des consommateurs dans un pays en voie de développement**

Les consommateurs des pays pauvres sont moins sollicités, moins traqués, que les consommateurs occidentaux. Mais ils ne sont pas pour autant plus à l'abri des pratiques commerciales abusives. Et ces pratiques ont souvent de conséquences plus dramatiques à l'égard des premiers qu'à l'égard des seconds car les misères de pénuries sont... toujours moins supportables que celle de l'abondance, « Abondance de biens ne nuit jamais ».

Ce sont peut-être les pays en voie de développement qui ont plus besoin d'un régime de protection du consommateur puisque les excès pour ne pas dire la caricature de ce qu'on appelle la société de consommation y pénètrent souvent plus rapidement que ne progresse leur industrialisation.

Dans des pays en voie de développement, on doit mettre en place des systèmes de protection des consommateurs qui doit se réaliser en tenant compte d'une double distinction. La distinction entre les consommateurs en milieu rural et les consommateurs en milieu urbain.

- En milieu rural, c'est-à-dire la majeure partie du pays, les techniques modernes des ventes sont encore inconnues. Le commerce est peu développé et seule l'activité agricole domine, l'auto consommation n'a pas disparue.
- En milieu urbain, ici les consommateurs assistent et participent à la modernisation du commerce. Les techniques modernes ne cessent de se développer et le marketing a déjà fait ses premiers pas<sup>1</sup>.

### **La loyauté à l'égard des consommateurs**

En son état actuel, le droit positif Congolais paraît peu protecteur à l'égard des consommateurs. Ces deniers sont pratiquement abandonnés à leur triste sort, même s'il reste unique, plusieurs textes éparpillés dans nos codes pourraient être utilisés à leur profit. Cependant, dans un contexte économique dominé par des mesures d'austérité et inévitablement exposé aux risques d'abus, l'attention des gouvernants doit s'orienter vers les consommateurs. Il est donc probable que dans un proche avenir des règles nouvelles viendront "assurer" les consommateurs face à l'habileté des opérateurs économiques. Mais encore faudrait-il que les mentalités changent, car, en ce domaine l'effectivité de la protection juridique dépend de l'efficacité de la protection extra-juridique.

### **A. La protection juridique des consommateurs**

Cette protection est pratiquement inefficace dans de pays en voie de développement du fait que nous pouvons certainement déceler à travers nos codes un arsenal législatif de nature à répondre à certaines préoccupations des consommateurs. Mais en fait, les textes constituant cet arsenal demeurent soit inadaptée, soit inobservée et inappliquée. C'est ainsi que le décret du premier avril 1959 relatif à la sauvegarde du pouvoir d'achat des consommateurs tombe peu à peu en désuétude. Ce décret prévoit pourtant que le chef de l'exécution peut, en vue de protéger les consommateurs.

1. Déterminer les conditions de composition, de qualité et de dénomination auxquels doit satisfaire toute marchandise pour pouvoir être vendue, offerte au exposée en vente ;
2. Prescrire l'opposition de certaines indications ou mentions concernant notamment l'origine, la composition, le poids, le volume, la quantité ou le métrage des marchandises visées par l'article 1<sup>er</sup>.

Notre droit comprend également diverses dispositions dont l'application contribuerait certainement à promouvoir les intérêts des consommateurs, ainsi en est-il des certaines dispositions insérées dans le code de la législation économique et sociale : la réglementation de la fabrication et du commerce de denrées alimentaires (décret du 20 juillet 1910), répression de la concurrence déloyale (ordonnance-législative du 24 février 1950) ; la sanction de la publicité trompeuse dans certains secteurs (ordonnance n°72/6 du 2 janvier 1958 sur la publicité des produits pharmaceutiques, par exemple).

En ce qui concerne les pratiques contraires aux usages honnêtes commises par le commerçant à l'endroit des consommateurs, la loi prohibe les pratiques qui violent de manière pernicieuse les droits des consommateurs ou annihilent leur libre choix. Parmi ces pratiques, on compte <sup>2</sup>:

- Les ventes à prix illicites,
- Les ventes subordonnées,
- Des types de vente non explicitement prévues dans notre législation (comme la vente à prime et les vente en boule de neige).

Mais en réalité les consommateurs ne seront à même de faire valoir efficacement leurs droits que lorsque l'organisation judiciaire sera adaptée aux réalités, et surtout lorsque les pouvoirs publics auront renforcé les techniques extra-juridiques de la protection des consommateurs.

### **B. La protection extra-juridique des consommateurs**

Parmi les techniques extra-juridiques de protection des consommateurs, l'éducation occuperait sans aucun doute une place de choix. En effet l'éducation aurait pour le but former des consommateurs actifs, dynamiques, vigilants ; des consommateurs qui se comporteraient en responsables, qui prendraient conscience de leurs droits et de leurs forces potentielles, qui mesureraient leurs intérêts par rapport à ceux des opérateurs économiques et finalement contribueraient efficacement à l'effort national de redressement économique en dénonçant les spéculateurs. Les jeunes consommateurs recevraient leur éducation à l'école, puis en famille.

Les adultes auraient dans l'hypothèse d'une politique d'éducation de consommateur leur attention plus souvent orientée vers les problèmes de consommation. Dans ces perspectives, les médias joueraient un rôle capital, ce rôle aurait pour objet du sensibiliser non seulement les consommateurs, mais aussi les opérateurs économiques. Ces derniers seraient incités à respecter les droits de consommateurs et à faire preuve de loyauté à l'égard de leurs concurrents.

### **Le droit à l'information**

Garantir le droit à l'information est une phase primordiale dans la sauvegarde des intérêts de consommateurs. La nécessité d'assurer cette garantie se trouve renforcée lorsque sur le marché, l'offre de vente est faite au consommateur final. En effet, contrairement au consommateur intermédiaire qui dispose de moyens de contrôle et de connaissance lorsqu'il s'approvisionne auprès d'un fabricant ou producteur.

Le consommateur final, crédule et ignorant ne se contente que de l'information qui lui est fournie par son contractant, même si cette information est déraisonnablement initiative. Dans ce contexte, le déséquilibre, déjà existant dans le rapport.

Le consommateur professionnel soit grandi, toujours au profit du second.

Toute fois, si l'information apportée au consommateur est loyale, complète et véridique, celui-ci achètera librement les produits de son choix en tenant évidemment compte des renseignements qui auront pour laquelle, l'obligation d'informer le consommateur incombe au professionnel.

Cependant, il est important de retenir que l'information passe nécessairement par la publicité. Et la publicité peut être définie comme la communication dont le but direct et indirect est d'assurer la promotion de la vente ou de l'écoulement des produits<sup>3</sup>.

### **A. La publicité informative**

Quelle que soit la forme d'information mise en œuvre, elle doit donner une idée exacte du produit et ce que le consommateur peut attendre de son usage.

La publicité sera informative lorsqu'elle sera destinée à apporter au consommateur au sujet d'un produit des renseignements relatifs à la qualité, à la quantité, à la composition, à l'origine, à la dénomination, à la date de fabrication et de péremption, au nom du fabricant ou vendeur, au mode d'emploi, etc... mais aussi des renseignements sur le prix.

Le législateur Congolais ayant pris en considération la nécessité de garantir le droit à l'information au consommateur à édicter des règles imposant au professionnel du secteur informel, du secteur alimentaire, l'obligation d'informer ce dernier tant sur les caractéristiques des produits alimentaires que sur le prix.

L'article 7 de Décret du 20 mars 1961 impose, sauf en cas de vente publique, à tous commerçant qui offre des produits en vente au consommateur, d'en indiquer le prix par écrit et d'une manière non équivoque. Si les produits sont exposés en vente, le prix doit en outre être indiqué de manière lisible, apparente et non équivoque. L'objectif du législateur est l'information préalable, claire et complète du consommateur

Dans un système où la loi de l'offre et de la demande chevauche avec le droit à la libre concurrence, l'indication de prix constitue un critère de comparaison et permet au consommateur, qui est client, de porter son choix en toute connaissance de cause. Tout abus de la part du commerçant est réprimé (articles 6, 10, 14 et ss. du Décret du 20 mars 1961).

### **B. La Publicité mensongère ou fallacieuse**

Une publicité est considérée comme mensongère ou fallacieuse lorsqu'elle comporte des allégations, des omissions, des exagérations, des indications ou signes trompeurs, équivoques, ou de nature à induire en erreur (art. 22, point 22 de l'arrêté du 21 avril 1990) ou de nature à répandre des préjugés favorables non fondés à la promotion d'un produit (art. 1<sup>er</sup> du décret du 1<sup>er</sup> avril 1959)<sup>4</sup>.

Au départ, les publicités fallacieuses n'étaient sanctionnées qu'en matière des boissons alcooliques. L'arrêté précité a étendu le champ de l'interdiction à tous les domaines.

Exemples :

- Le fait de vanter la consommation d'une cigarette au motif qu'elle augmente le quotient intellectuel de l'étudiant ;
- Le fait pour une société brassicole de prétendre que la consommation de sa bière accroît les chances pour les femmes en difficultés de conception d'avoir des enfants ;
- Le fait d'annoncer une fausse origine d'un produit<sup>5</sup>.

Il ne servirait à rien d'apporter au consommateur une information si celle-ci devait s'avérer fallacieuse, le consommateur se trouve souvent désarmés face aux messages ou équivoques qui sont adressés par les spécialistes de la publicité.

En effet, de l'obligation qui incombe au professionnel en présentant un produit informé le plus véridiquement possible, les consommateurs, ceux-ci sont pourtant fréquemment victimes de l'escroquerie et de tromperie résultant du contenu fallacieux de certains messages publicitaires. Et cette situation serait également de nature à mettre en péril la santé publique si l'objet de la publicité et d'inciter le consommateur à acheter une denrée alimentaire dont innocuités pourraient être remises en question.

Des nombreux abus en cette matière sont constatés surtout dans la publicité des boissons alcooliques pour citer à l'achat des dits boissons.



En droit, Congolais aucun texte légal au réglementaire ne s'est prononcé par le sens à donner au concept « publicité fallacieuse » ou « publicité trompeuse ». La publicité fallacieuse au trompeuse est toute celle qui devient illicite en raison de la finalité qu'elle poursuit, laquelle aboutira à donner des informations erronées au public.

Dans ce sens, cette notion de la publicité fallacieuse couvre deux réalités à la fois : celle de la publicité mensongère et celle de la publicité équivoque.

Pour le professeur MASAMBA, la publicité équivoque est « toute publicité qui, sans reposée à proprement parler sur un mensonge ne serait pas conforme à la réalité.

L'article 14 de la loi Française du 27 décembre 1973 qui traite de la publicité mensongère comportant sous quelques formes que ce soit le soit allégation ou présentations fausses de nature à induire en erreur, lorsque celle-ci porte sur un ou plusieurs éléments ci-après : l'existence, la nature, composition, la qualité substantielle, espèce, origine, quantité,...

Il importe de signaler que le consommateur peut également recourir à la théorie des vices du consentement pour défendre ses intérêts lésés par la publicité fallacieuse.

En effet, les messages erronés diffusés par celle-ci sont susceptibles de vicier le consentement. Le consommateur victime de publicité fallacieuse, a aussi la possibilité de poursuivre devant les juridictions répressives ce professionnel dont les actes ont été constitutifs soit de l'infraction d'escroquerie, soit de l'infraction de tromperie.

Il s'avère opportun à ce niveau de noter que ces actes ont conduit l'existence des arrêtés départementaux n°04/DP/004/90 et 04/DP/005/09 du 21 avril 1990 portant respectivement dispositions applicables à la publicité de boissons alcooliques. Ceux deux arrêtés imposent des règles de loyauté, de sincérité, de pudeur, etc... devant entourer la publicité à travers les médias et particulièrement en ce qui concerne les bières et autres boissons alcooliques.

## CONCLUSION

Après ce périple dans le domaine de la libéralisation des prix et la protection de consommateur en droit Congolais, il est temps de conclure cette étude qui a consisté à faire un état de lieu sur la pratique en République Démocratique du Congo.

Cependant, notre pays a connu un long cheminement en matière de textes régissant ce domaine.

La réglementation des prix à travers le décret-loi du 20 mars 1961 à organiser la défense contre toutes pratiques et procédés abusifs concernant les prix. Ce texte avait aussi consacré la fixation autoritaire des prix par la Ministre ayant l'Economie Nationale dans ses attributions.

Par ailleurs, le décret de 1961 fut modifié par l'ordonnance-loi n° 83/026 du 12 septembre 1983 en donnant le pouvoir de fixer les prix des produits et services à ceux qui en font l'offre, donc aux opérateurs économiques. Mais cette a malheureusement facilité différents abus perpétrés dans ce domaine si complexe, « les prix».

Ces abus se sont multipliés suite à l'ignorance des consommateurs, c'est-à-dire le manque de formation et d'informations adéquates non seulement sur leurs droits et devoirs, mais aussi sur la qualité et l'origine des produits proposés à la vente par les commerçants ou opérateurs économiques.

Ainsi, ils ne réalisent pas la dangerosité des produits se trouvant sur le marché économiques et certaines pratiques abusives susceptibles de nuire à la santé des consommateurs car ils n'ont aucune information sur leurs droits et obligations, ni ceux des vendeurs et des prestataires des biens et services. Raison pour laquelle leurs droits sont bafoués par les opérateurs économiques ou commerçants profitant de l'ignorance et de l'inexpérience pour user des méthodes agressives de publicité, de concurrence et de consentements vicieux et autres.

C'est pourquoi, toute entreprise visant à réaliser les bénéfices doit les obtenir dans le respect de la loi, notamment celle relative à la fixation des prix.

Les pratiques abusives dans notre pays sont très complexes et graves, elles s'observent dans divers domaines et c'est pourquoi, une bonne politique dans ce domaine devrait poursuivre comme objectif, l'amélioration concrète de la situation juridique des consommateurs dans l'ensemble des secteurs qui font l'objet des préoccupations du mouvement consumériste.

Pour clore, nous disons que l'Etat Congolais doit à cet effet réagir en prenant des mesures énergétiques qui s'imposent et nous émettons le vœu de voir les pouvoirs publics mettre au cœur de leurs priorités, les préoccupations soulevées dans cette étude, en mettant sur pied une véritable politique de défense des consommateurs. C'est protéger la santé publique.

Telle est notre contribution à cette étude sur la réglementation des prix et la protection des consommateurs au regard des pratiques abusives des opérateurs économiques et commerçants de la République Démocratique du Congo.

## REFERENCE

1. La loi N°18/020 du 09 Juillet relative à la liberté des prix et à la concurrence, article 6
2. Victor KALUNA, législation en matière économique, Bruyant, Lubumbashi, 2020, pp 82-83
3. MASAKA MAKE : droit économique : cadre juridique des affaires au Zaïre, éd.CADICEC, Kinshasa, 1996, p.68
4. Leonard (F), le prix à la Française, 2<sup>ème</sup> ED, PUF, Paris, 2000, p.248
5. L'arrêté ministériel du 1<sup>er</sup> Juin 9981 portant mesure d'exécution du décret du 20 Mars 1961, article 9
6. MASAMBA MAKELA, la protection des consommateurs en droit Zaïrois, Tome I, tèse de doctorat, Paris Patheon, 1984
7. SAKATAM TAWAB (), droit commerciale, PUK, Kinshasa, 2012, p.123