

## *Thème : « Education à la consommation »*

### *Editorial*

Les jeunes s'imposent sur le marché en tant que consommateurs confirmés, avec l'introduction, même au Maroc d'argent de poche, et du poids qu'ils exercent dans et sur leur famille. Ils se retrouvent bombardés par des informations controversées issues de leurs parents, des médias, de leurs amis... Leurs comportements de consommateurs dépendent donc de plusieurs facteurs : l'éducation parentale, l'environnement, le bon sens ou la conscience...

A cet effet, certains pays ont mis en place « l'Education à la consommation » pour sensibiliser le consommateur, essentiellement les jeunes, au comportement qu'il devrait avoir face à sa consommation et lui faire prendre conscience de sa force économique, sociale et environnementale mais également de l'impact négatif qu'il pourrait avoir sur lui-même et sur la société.

Le consommateur doit être conscient, averti et responsable dans ses achats. Le consommateur doit être à même de faire ses achats librement en fonction de ses besoins et des moyens dont il dispose.

Les consommateurs marocains, les plus jeunes en particulier, semblent encore dans l'ombre des répercussions qu'ils pourraient avoir sur eux-mêmes et/ou sur le mode de consommation. Par conséquent, il serait judicieux de mettre en place des actions de manière à avertir le consommateur vulnérable et réceptif. La cible première pourrait être l'élève marocain qui est actuellement un élément influent dans la société (famille, élèves de son âge). L'objectif serait de déployer au niveau du Royaume des actions de sensibilisation à travers les programmes scolaires et les activités parascolaires.

Cette initiative ne saurait se faire sans la contribution des Associations de Protection du consommateur, qui sont amenées à être en contact direct avec les consommateurs. Ce partenariat avec les Associations permettrait également de démultiplier les actions et la méthode d'intervention auprès des consommateurs. Tous les outils de communication pourraient être utilisés via les manuels scolaires, les médias, les visites, les affichages ...

## *Dossier : le rôle de l'éducation dans la maîtrise de la consommation*

### **Le contexte :**

Le Maroc s'est lancé depuis le début des années 80 dans un processus d'ouverture de son économie sur le marché mondial. Pour accompagner cette ouverture sur le plan juridique, le Maroc a œuvré à la mise en place de réformes en matière de Commerce (exemples : code de commerce, la loi sur la Liberté des Prix et de la Concurrence, etc).

Ces réformes s'inscrivent dans une démarche visant l'harmonisation de notre législation avec les standards internationaux, installant ainsi des bases solides pour la relance de notre économie, l'encouragement de l'investissement privé et le renforcement de la croissance économique et du développement du pays.

Aussi et afin d'assurer à notre pays un essor économique durable, il a été essentiel d'intégrer dans les politiques de développement économique, le volet social, et plus particulièrement, tenir compte des intérêts et des droits du consommateur.

De même, l'expérience de plusieurs pays a démontré que le consommateur est un acteur incontournable dans le développement économique et ce, par son rôle de stimulateur de la concurrence entre les entreprises et de régulateur du marché.

A ce sujet, il est à noter que la protection du consommateur ne peut être efficace uniquement par l'intervention des pouvoirs publics, mais, elle doit être impérativement soutenue par un mouvement consumériste fort, crédible et actif dans les domaines de la sensibilisation, l'information et la défense des droits du consommateur.

### **Qu'est ce que l'Education à la Consommation :**

C'est ainsi qu'émerge la notion d'Education à la Consommation. Ce « concept » vise à inciter le consommateur à prendre conscience de l'impact du mode de sa consommation sur l'économie, l'environnement et la société. L'Education à la Consommation devrait permettre aux consommateurs d'être responsables et avisés. Cela se traduit par l'organisation de différentes activités scolaires de manière à lui permettre, dès le plus jeune âge, d'avoir des attitudes raisonnées. Une série de techniques didactiques est mise en place pour lui fournir des éléments cognitifs palpables.

N'oublions pas qu'en 1999, les Nations Unies se sont entendues sur des Principes directeurs pour la protection du Consommateur. Selon ces principes, « l'éducation des consommateurs, notamment concernant l'impact socioéconomique et sur l'environnement des choix qu'ils effectuent » est un besoin légitime. Ils incitent les gouvernements à mettre en place des programmes d'éducation et d'information au profit des consommateurs et relatifs entre autres aux sujets suivants :

- Incidences sur l'environnement des choix;
- Le mode de consommation et son impact ;
- Les conséquences du changement de ses comportements ;
- La santé, la nutrition, la prévention des maladies dues à l'alimentation;
- Le danger que présentent les produits ;
- L'étiquetage des produits ;
- La législation appropriée et les moyens d'obtenir réparation ;
- La liste des Associations de Protection du Consommateur ;
- La protection de l'environnement ;

- Les renseignements sur les poids et mesures, les prix, la qualité, les conditions de crédit et l'existence de produits de consommation de première nécessité ;
- L'utilisation efficace des matériaux, de l'énergie et de l'eau.

Les Nations Unies proposent aux gouvernements de s'unir aux APC, aux entreprises, pour atteindre le maximum de consommateurs (même les zones rurales et les analphabètes).

### **A quoi devrait aboutir les gouvernements ?**

Le consommateur a des besoins et des attentes concernant le produit. Il aspire à ce que le produit, le bien ou le service acheté soit adapté à ses besoins en matière de conception, de performance, de sécurité, de qualité, de fiabilité, de facilité d'utilisation et surtout à ses moyens. Néanmoins, nous devons préciser que le consommateur se retrouve devant un tourbillon de propositions. De plus, il se retrouve souvent à acheter des produits, des biens ou des services en grandes quantités, et/ou inutiles, en guise souvent d'imitation.

L'éducation à la consommation vient en support pour palier à cette situation et permettre aux élèves et étudiants d'être perspicaces par rapport à :

- leurs droits et obligations en tant que consommateur ;
- leur rôle en qualité de consommateur (développer une capacité critique pour distinguer le bénéfique du nocif) ;
- le mode de fonctionnement de la société de consommation ;
- les mécanismes permettant de mieux réagir en tant que consommateur.

Et ainsi, ces jeunes consommateurs apprennent à avoir un œil critique et s'approprient leurs achats de manière autonome et raisonnée et évitent donc la surconsommation, la détérioration de l'environnement... Etant conscients de leur force en qualité de consommateur, ils peuvent même résoudre leur problèmes par eux-mêmes car ils acquièrent des concepts clairs de la société de consommation et de ses rouages, grâce à l'Education de la Consommation.

### **Quelles techniques/activités pouvons-nous développer dans le cadre de l'Education à la Consommation ?**

Pour concrétiser et éclaircir les concepts relatifs à la bonne consommation, le gouvernement en collaboration avec les Associations de Protection du consommateur ainsi que le secteur privé peuvent mettre en place des techniques didactiques faciles et ludiques pour les élèves et les étudiants en proie à une consommation inappropriée. Les activités les plus fréquemment utilisées sont les visites sur site des chaînes de production, les études, les recherches, l'analyse de publicités et des informations fournies par les fournisseurs/producteurs, l'expérimentation des produits ou services, les discussions (alimentation équilibrée, l'importance de l'étiquetage...) et les études de cas, les jeux de rôles...

Il faut tout de même signaler que les méthodes utilisées pour la sensibilisation sont différentes selon l'âge des enfants et leur niveau scolaire.

## Au final

Cette sensibilisation du consommateur peut également se faire à l'échelle nationale pour généraliser l'apport (avec une approche différente). A Oman par exemple, il existe certaines publicités qui s'adressent au Consommateur. Exemple de publicité : « Cher consommateur, assurez-vous d'acheter les marchandises dont vous avez besoin uniquement ».

Posons-nous cependant cette question : « L'être humain est-il capable de succomber au changement aussi bénéfique soit-il ? ». Les comportements de consommation ont changé avec le temps, sous forme de mimétisme envers l'occident, ce même occident qui réalise maintenant que son comportement est néfaste à la santé du consommateur, à l'économie et à l'environnement de leurs pays. A notre tour de faire de même et d'adopter les bonnes mesures, nous devons prendre conscience de l'étendu de ce gaspillage et acheter en consommateur averti et citoyen avisé. Essayons de nous conformer à nos principes religieux (il est demandé dans le Saint Coran de ne pas gaspiller car Dieu n'aime pas les gaspilleurs, **يقول تعالى: {وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} (31) سورة الأعراف**, à nos coutumes pour adopter une consommation saine et responsable.

Ainsi, devrions-nous commencer par combattre la mauvaise consommation en amont en ciblant les plus jeunes en adoptant « l'Education à la consommation » et assainir notre mode de consommation.

- ☞ Publication des arrêtés du Ministre de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie Numérique relatifs à la protection du consommateur:
  - ✓ L'arrêté n° 05-14 du 29 Safar 1435 (2 janvier 2014), fixant le modèle type auquel doivent être conformes les documents, **annonces et règlements présentant une opération de loterie publicitaire pour les biens, produits et services relatifs au secteur du commerce et de l'industrie**, publié au bulletin officiel n°6286 du 1er Kaada 1435 (28 août 2014),
  - ✓ L'arrêté n° 07-14 du 29 Safar 1435 (2 janvier 2014), fixant le **modèle-type des écrits conclus entre le fournisseur et le consommateur et relatifs à la garantie conventionnelle et/ou au service après-vente pour certains biens, produits ou services dans le secteur du commerce et de l'industrie** publié au bulletin officiel n°6286 du 1er Kaada 1435 (28 août 2014),
  - ✓ L'arrêté n°06-14 du 29 Safar 1435 (2 janvier 2014), fixant les **mentions obligatoires, la forme et les modalités d'apposition de l'étiquette sur les biens ou les produits dans le secteur du commerce et de l'industrie** publié au bulletin officiel n°6286 du 1er Kaada 1435 (28 août 2014),
  - ✓ L'arrêté n°3-14 du 29 safar 1435 (2 janvier 2014) fixant **les mentions du formulaire détachable destiné à faciliter l'exercice de la faculté de rétractation en matière de démarchage dans le secteur du commerce et de l'industrie** publié au bulletin officiel n°6274 du 17 Juillet 2014 (19 Ramadan 1435),
  - ✓ L'arrêté n°2-14 du 29 safar 1435 (2 janvier 2014) relatif aux **enquêteurs relevant du ministère de l'industrie, du commerce, de l'investissement et de l'économie numérique, chargés de la recherche et de la constatation des infractions aux dispositions de la loi n°31-08** publié au bulletin officiel n°6256 du 15 Mai 2014 (15 Rejeb 1435),
  - ✓ L'arrêté n°4-14 du 29 safar 1435 (2 janvier 2014) **fixant la valeur maximale des menus objets ou services de faible valeur et des échantillons faisant l'objet d'une prime octroyée aux consommateurs pour les biens et produits dans le secteur du commerce et de l'industrie** publié au bulletin officiel n°6256 du 15 Mai 2014 (15 Rejeb 1435).
- ☞ Organisation des Journées Nationales du Consommateur du 10 au 14 Mars 2014 sous le thème « **L'information, l'orientation et l'éducation ; pour un consommateur actif** ». La journée de lancement a eu lieu le 10 Mars 2014 à Oujda.
- ☞ Organisation d'un séminaire, en collaboration avec la Commission Européenne à travers le programme TAIEX, sous le thème « **les procédures d'enquête et de contrôle de l'information et des pratiques commerciales en lien avec la protection des consommateurs** » à Rabat du 27 au 28 janvier 2014.
- ☞ Organisation d'un atelier, en collaboration avec la Commission Européenne à travers le programme TAIEX, sous le thème « La présentation des aspects réglementaires européens et des pratiques communautaires régissant le commerce électronique », les 17 et 18 Février 2014 à Rabat.

*Interview : avec M. Mohammed Ismaili, Directeur de la Vie Scolaire au Ministère de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle,*

**Question 1 : Sous quels aspects les questions des droits et de protection des consommateurs sont introduites dans le cursus de formation des élèves ?**

De nos jours, l'enfant est imprégné par la consommation dès son plus jeune âge. Il est d'emblée plus à l'aise que ses parents dans un rôle de prescription et de choix pour la famille. L'éducation à la consommation doit commencer le plus tôt possible et être régulièrement actualisée. Elle doit permettre au consommateur de se comporter de manière responsable, voire critique, à l'égard de toutes les sollicitations dont il est l'objet.

L'école est un des lieux privilégiés de cette éducation. En effet, tous les sujets concernant la vie quotidienne et la consommation peuvent sans difficulté être évoqués de façon adaptée selon l'âge de l'enfant.

Ainsi une Convention de partenariat entre le Ministère de l'Éducation Nationale et le Ministère de l'Industrie et du Commerce a été conclue le 15 mars 2004, dont l'objectif est de sensibiliser les élèves sur les thèmes de la protection du jeune consommateur.

Une phase d'expérimentation a ciblé les élèves de l'enseignement primaire à travers l'octroi de cours de sensibilisation, l'élaboration et la diffusion d'affiches et de dépliants, l'organisation de concours, de visites, de recherches... ainsi que l'élaboration d'un projet de guide de formation destiné aux enseignants.

Ainsi, la thématique abordée en milieu scolaire à travers les activités de la vie scolaire et en adoptant l'approche droit : droit à la santé, alimentation saine et équilibrée, droit à l'enseignement en assurant les connaissances et le droit à l'information.

**Question 2 : Y a-t-il un intérêt à approfondir ces notions et que prévoit le Ministère de l'Éducation Nationale en matière de sensibilisation des jeunes à la question de la consommation ?**

Il existe un besoin unanimement reconnu de promouvoir et de développer l'éducation du jeune consommateur vu les nombreuses sollicitations dont il est l'objet et qui sont d'autant plus fortes que l'offre des produits et des services se diversifie et que les techniques de vente et de communication s'améliorent.

Il est toujours intéressant d'approfondir et de renforcer les actions de sensibilisation des jeunes en matière d'éducation à la consommation.

Les nouvelles orientations du Ministère de l'Éducation Nationale visent que tous les niveaux d'enseignement et toutes les disciplines concourent à la formation du jeune consommateur et ceci à travers :

- Le renforcement de l'éducation à la consommation dans les programmes scolaires, permettant une progression des connaissances, de l'école primaire au lycée ;
- La généralisation des activités parascolaires de sensibilisation des élèves et de formation des enseignants ;
- Et le développement des partenariats entre les associations et les pouvoirs publics.

**Question 3 : Si l'initiative de développer davantage l'information et la sensibilisation sur les questions de droits et de protection des consommateurs devaient être introduites dans le cursus de formation des élèves, quelles seraient les préalables ?**

Les préalables se résument aux curricula et aux manuels scolaires et aux clubs de droit de l'Homme et de la citoyenneté, aux clubs de santé comme outils préexistants et qui peuvent assurer cette information et sensibilisation en adoptant l'approche participative et l'approche éducation par les pairs.

**Question 4 : Quels sont vos perspectives d'avenir dans ce sens ? (plan d'action futur, la cible, les objectifs....)**

Un foisonnement d'initiatives justifie la mise en place d'une politique concertée instituant une éducation du jeune consommateur. Dans ce sens, le Ministère de l'Education Nationale appuie l'élaboration d'une stratégie nationale de l'éducation à la consommation qui permettra de fixer des objectifs précis, d'élaborer un plan d'action multisectoriel annuel et de dresser un bilan régulier des actions entreprises pour assurer le développement de l'éducation du jeune consommateur.

**Question 5 : Est ce que les associations de protection des consommateurs peuvent jouer un rôle dans cette action de sensibilisation et de formation et comment ?**

Dans le cadre de l'application de la charte de l'éducation et de la formation qui insiste sur l'ouverture de l'établissement sur son environnement, plusieurs associations de protection des consommateurs intègrent dans leur action générale des initiatives destinées à l'éducation et à l'information du jeune consommateur. Certaines actions sont conduites en milieu scolaire. Du fait de la grande diversité des thèmes relatifs à la consommation, l'entrée de personnes extérieures à l'école constitue un plus pédagogique indéniable en terme d'approfondissement des connaissances des élèves. Cependant, cette entrée des associations à l'école doit se faire dans les règles de neutralité et d'objectivité.

## La consommation dans le monde



### *Certains modèles d'éducation à la consommation dans le monde :*

Certains pays et depuis des décennies œuvrent à la mise en place d'un équilibre entre le fournisseur et le consommateur. Pour cela, leur état s'engage à mettre en place des outils de sensibilisation pour sensibiliser le consommateur et en faire un acheteur averti. Nous allons voir quelques exemples

#### **Exemple de la Chine :**

##### **La consommation en Chine**

La Chine est un pays dont la société est dite 'collectiviste' (mise en commun d'un ensemble de moyens de production et d'échange, sous contrôle étatique). L'idée est de favoriser le groupe sur l'individu. Cependant, le chinois cherche le confort (éducation, biens de consommation...) dans les zones urbaines.

Le consommateur chinois accorde beaucoup d'importance au prix du produit synonyme pour lui de qualité, ainsi qu'aux « rumeurs » relatives au produit.

##### **L'éducation à la consommation en Chine**

L'objectif dans la consommation n'étant pas de gaspiller, certaines mesures sont mises en place pour éduquer le consommateur :

1) modifier les mentalités et les coutumes liées à la consommation (amélioration de la qualité de vie, promotion d'une consommation durable, mise en place de normes pertinentes dans ce sens, promouvoir des modes de consommation saine, rationnelle (modérée) et durable, maîtriser l'information...).

2) Mettre en place certaines mesures telles que :

1. la mise en place d'un réseau d'éducation à la consommation et permettre à la population de mieux se former à la consommation.
2. Profiter des médias pour véhiculer les messages (relatifs à l'éducation à la consommation).
3. Coopérer avec les associations de consommateurs et créer la 'maison' du consommateur.
4. Définir clairement l'orientation du gouvernement et protéger les intérêts du consommateur.



5. Activer les projets d'amendement de la loi relative à la protection des droits des consommateurs et réduction des coûts de leur application.

6. Impliquer les entreprises dans l'éducation à la consommation.

### **Exemple des Etats Unis :**

#### **La consommation aux Etats Unis :**

De part leur diversité culturelle, les Etats Unis sont connus pour une société de consommation pure. Ils dépensent peu en produits alimentaires (12,8%)<sup>1</sup>, cependant plus de 50% de leur budget est dépensé à l'extérieur du foyer (entre autre pour la restauration).

La consommation croissante de plats préparés, fastfood ou de produits pauvres en fruits et légumes a déclenché aux Etats Unis un phénomène progressif qui est l'obésité. En effet, plus du 2/3 (deux tiers) de la population est touché par l'obésité.

Remarque : Ne nous leurrions pas, le Maroc également est touché par ce fléau, qui est également « florissant », et ce en raison de la sédentarité (manque d'activité), de la mauvaise alimentation (mimétisme du monde occidental).

#### **L'éducation à la consommation aux Etats Unis :**

A la vue de l'évolution de l'obésité et de la part attribuée à la consommation à l'extérieur, le Ministère de l'Agriculture Américain a mis en place des actions pour sensibiliser le consommateur américain.

- Création en 2002 d'une pyramide des aliments en fonction de leurs intérêts nutritionnels (dont la base correspond aux aliments à consommer) ;
- Création en 1987 du conseil américain de consommation (ACC), organisation dédiée à l'éducation à la consommation ;
- Sensibilisation des jeunes consommateurs ainsi que les agriculteurs en matière de production et de consommation ;
- Etudes relatives à l'impact des médias sur la consommation et sur le consommateur ;
- Limitation de la durée de publicité, et cela depuis 1974,
- Formation des enseignants (en nombre insuffisant) pour développer l'éducation à la consommation dans le cursus scolaire ;
- Actions développées au sein de l'école (organisation d'excursions, développement d'outils d'apprentissage...),
- ...

Cependant, les efforts déployés ne sont ni suffisants si respectés. De leur part, les consommateurs ne s'investissent pas en raison de leurs habitudes alimentaires et de leur mode de vie (résistance au changement). D'un autre côté, l'état n'investit pas assez en moyens mis en place pour sensibiliser le consommateur. De plus, l'état est freiné également par les groupes de pression (lobbies) agroalimentaires.

---

<sup>1</sup> Etude faite par les chambres d'agriculture Normandie

**Quelques exemples de l'état de l'éducation à la consommation des pays européens et l'analyse de leurs besoins :**

**SITUATION DE L'EC DANS LES PAYS MEMBRES DE L'E-CONS**

**ANALYSE DES BESOINS D'EDUCATION DU CONSOMMATEUR PAYS PAR PAYS**

<b>PAYS</b>	<b>SITUATION ACTUELLE DE L'EC</b>	<b>AUTRES BESOINS ET CIRCONSTANCES</b>
<b>Belgique</b>	L'éducation du consommateur (EC) a été intégrée dans les programmes des enseignements primaire et secondaire de la communauté française depuis plus de 25 ans. Dans les écoles de la communauté flamande, il s'agit d'un événement transversal devant être obligatoirement et explicitement intégré dans les programmes.	Elle nécessite un support technologique afin de consolider le travail effectué, une formation et des outils didactiques. Le développement d'un réseau local en contact avec le corps enseignant. Un renforcement de l'assistance pour l'intégration dans les écoles de la communauté flamande.
<b>Allemagne</b>	Les thèmes relatifs au consommateur sont intégrés, d'une manière ou d'une autre, dans les programmes scolaires en Allemagne mais sont toutefois suffisants.	Consolidation du travail effectué afin d'encourager le corps enseignant par le biais d'une formation et d'outils didactiques innovateurs. Développement d'un réseau local.
<b>FRANCE</b>	L'EC n'est pas incluse dans les programmes bien que des recommandations soient formulées dans le sens de son application dans les écoles souhaitant l'utiliser comme un outil didactique.	Besoins structurels d'intégration dans les programmes et les manuels scolaires, formation et outils pour les enseignants. Développement, consolidation et extension d'un réseau local.
<b>ROYAUME-UNI</b>	L'EC n'est pas une matière à part entière mais des thèmes l'abordant sont inclus dans les matières de citoyenneté (étant le thème principal), d'éducation personnelle, sociale et de santé.	Besoins de formation structurelle, technologique et d'outils. Possibilités offertes au programme. Développement, consolidation et extension du réseau local.

Sources : [http://www.conso.net/galerie/galimages/education/manual\\_Edu\\_Conso\\_FR\\_11072007.pdf](http://www.conso.net/galerie/galimages/education/manual_Edu_Conso_FR_11072007.pdf)

## *Education du consommateur : Les droits et les obligations du consommateur*

Selon la loi n°31-08, le consommateur dispose de six droits fondamentaux :

- le droit à l'information : Le consommateur doit être informé pour lui permettre de mieux choisir le produit, le bien ou service qu'il souhaite acquérir selon ses besoins. Le fournisseur se doit de mettre à sa disposition les informations nécessaires pour qu'il prenne connaissance des spécificités de chaque produit, bien ou services avant d'entreprendre toute formalité d'achat et/ou de s'engager dans un contrat. Cette transparence a non seulement pour but de protéger le consommateur contre les abus éventuels, mais aussi de développer une concurrence loyale et saine ;
- le droit à la protection de ses droits économiques : La loi condamne les clauses abusives stipulées dans un contrat, et se range en faveur du consommateur. Celui-ci peut, s'il a la preuve du caractère abusif de la clause, annuler la dite clause même après conclusion du contrat. Le fournisseur a la possibilité de prouver le caractère non abusif d'une clause en cas de litige ;
- le droit à la représentation : Les associations de protection du consommateur ont pour objectif, comme leur nom l'indique, de protéger (de représenter) le consommateur en :
  - ✓ assurant l'information ;
  - ✓ étant à l'écoute ;
  - ✓ promouvant les intérêts du consommateur ;
  - ✓ concourant au respect des dispositions de la loi sur la protection des consommateurs ;
- le droit à la rétractation : Sauf accord exceptionnel, le consommateur a le droit, dans un délai de sept jours en cas de contrat non désiré, ou trente jours en cas de désengagement du fournisseur (indisponibilité du produit ou service), de se rétracter<sup>2</sup> (à compter de la réception du produit ou de l'accord sur le contrat), en cas de contrats conclus à distance, de démarchage ; ou de crédit à la consommation;
- le droit au choix : le citoyen marocain est en mesure de choisir pertinemment le produit ou service qui lui convient le mieux et qui correspond à sa situation financière.
  
- le droit à l'écoute : Les associations de protection du consommateur sont des entités à l'écoute du consommateur. Ainsi, certaines associations abritent des centres d'écoute et d'orientation, plus communément appelés « guichet conseil ». Ces centres sont ouverts au

---

<sup>2</sup> Revenir sur son engagement d'achat, ou de prêt

consommateur marocain pour lui permettre de recevoir des conseils, des orientations et de l'information et de l'aide pour régler ses litiges.

Pour sa part, le président américain John Kennedy fut le premier, le 15 Mars 1962, à avoir annoncé les droits fondamentaux du consommateur. En plus de ceux déjà énumérés ci-dessus, Mr Kennedy a énoncé :

- Le droit à la sécurité : Le consommateur doit pouvoir acheter ses produits en toute sécurité sans qu'il est de risque menaçant sa vie ou ses moyens financiers ;
- Le droit à l'éducation : c'est la mise à disposition au consommateur d'informations pour le sensibiliser afin de lui permettre de faire des achats responsables et de se comporter en consommateur averti ;
- Le droit à un environnement sain : le consommateur doit disposer d'un environnement de qualité lui permettant de vivre sainement lui et les générations avenir ;
- Le droit à la satisfaction des besoins de base : le consommateur doit avoir accès aux ressources élémentaires telles que l'eau potable, l'électricité, le logement, les soins médicaux...

Pour pouvoir se protéger, le consommateur a des obligations envers lui-même et la société. Il doit être :

- **Averti** : le consommateur doit s'informer pour faire des achats convenables à ses besoins et ses moyens financiers ;
- **Actif** : le consommateur doit réagir en défendant sa cause lorsqu'elle le mérite ;
- **Socialement responsable** : Le consommateur a des devoirs envers la société car son comportement face à sa consommation engendre des conséquences sur l'environnement, l'économie ... Le consommateur doit en être conscient.
- **Ecologiquement responsable** : comme pour le point précédent, le consommateur doit être conscient de l'impact qu'il a sur l'environnement lorsqu'il consomme en excès (gaspillage des ressources) ;
- **Solidaire** : avec les autres consommateurs avec qui il pourra faire valoir ses intérêts.

Si le consommateur marocain respecte ses obligations et s'assure de l'application de ses droits conformément à la loi n°31-08, le Maroc connaîtra certes un grand pas en matière de protection du consommateur.

## Sources

<http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/collectiviste>

<http://marketing-chine.blogspot.com/2009/10/le-comportement-de-consommation-des.html>

[http://docs.china-europa-forum.net/doc\\_682.pdf](http://docs.china-europa-forum.net/doc_682.pdf)

<http://www.normandie.chambagri.fr/vegetarien/USA.pdf>

<http://www.americanconsumercouncil.org>

<http://www.gao.gov/new.items/d02657.pdf>

[http://www.conso.net/galerie/galimages/education/manual\\_Edu\\_Conso\\_FR\\_11072007.pdf](http://www.conso.net/galerie/galimages/education/manual_Edu_Conso_FR_11072007.pdf)

Guide du consommateur édité en 2012 par le MCINT ;

La loi 31-08 édictant les mesures de protection du consommateur ;

[www.consumerclassroom.eu](http://www.consumerclassroom.eu) ;

Principes directeurs des Nations Unies pour la protection du Consommateur (tels entendus en 1999) ;

ISO FOCUS+ volume 1, n°9, Octobre 2010 ;

"المستهلك" فصيلة رقم 4-2013 - سلطنة عمان