



Bertin Messan HOUSSOU

Etudiant en Master 2 Droit de l'entreprise

LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR EN DROIT TOGOLAIS



Au quotidien, chaque personne entre incessamment en relation avec des personnes qui exercent une profession de vente des biens ou de fourniture des services. Or la relation entre professionnel et consommateur est naturellement déséquilibrée. La compétence du professionnel, les informations dont il dispose, et souvent sa dimension financière, lui permettent de dicter sa loi au consommateur¹. La mise en place du droit de la consommation tire son essence du constat de ce déséquilibre entre les parties au contrat : le consommateur face au professionnel. Avec l'apparition du droit de la consommation, le consommateur s'est vu protégé contre des stratégies de distributions trop dangereuses voire illicites. Il en est ainsi de la publicité mensongère², la vente sans commande³, la vente à la boule de neige⁴, les pratiques agressives⁵, etc.

Le consommateur désigne tout acquéreur non professionnel de biens de consommation destinés à un usage personnel⁶.

Au Togo, c'est la loi n°2017-007 du 22 juin 2017 relative aux transactions électroniques qui définit

le consommateur en son article 4 comme : « toute personne physique ou morale qui bénéficie des prestations de services ou utilise les produits de commerce pour satisfaire ses propres besoins et ceux des personnes à sa charge ».

D'un point de vue juridique, « la protection du consommateur représente un avantage certain pour un cercle déterminé de sujets. [...] La règle de droit offre cependant à ce cercle de sujets quels qu'ils soient une position plus avantageuse. Elle permet de palier sur le marché la faiblesse des consommateurs qui ont une position moins favorable et des possibilités plus restreintes »⁷.

Au Togo, il n'existe pas un cadre normatif en matière de consommation. Toutefois, la loi portant organisation de la concurrence⁸ est venue définir les règles organisant la concurrence et comporte des dispositions qui assurent la protection des consommateurs. Dans cette perspective, sont notamment interdites, toute revente de produit en l'état à un prix

inférieur à son prix de revient⁹, la publicité mensongère ou trompeuse (article 21), les abus de domination (articles 12 et 13), toute falsification portant sur les caractéristiques essentielles ou qualités substantielles des produits est prohibée (article, 25, 26 et s.).

Sur la question de la sécurité du consommateur, le législateur togolais n'a pas hésité. En effet, aux termes de l'article 29 de la loi portant organisation de la concurrence, « les produits et les services doivent, dans les conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, présenter la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes ». Les pratiques déloyales envers les consommateurs sont sévèrement sanctionnées. Les sanctions prévues par le législateur togolais sont entre autres les saisies, des amendes, les peines d'emprisonnement¹⁰.

Avec le fort développement de la protection du consommateur, il serait grand temps d'adopter un cadre normatif qui permettra au Togo de s'aligner sur les pratiques et standards internationaux, facilitant ainsi le commerce et les investissements étrangers. Cela contribuerait au renforcement de la réputation du pays en tant que marché fiable et régulé.

1 V. J. Calais-Auloy, H. Temple et M. Depincé, Droit de la consommation, Dalloz, 10ème ed. 2020, p. 1.

2 V. P. Bouzat, « Publicité mensongère. Escroquerie », RTD Com 1994 p.141 ; Bordeaux, 12 janv. 1993, MP. c/ Denaix, JCP IV. 1767.

3 V. Paris, 27 oct. 1965, JCP 1966. II. 14662, note H. Guérin

4 V. M. Malaurie-Vignal, « Parrainage, vente à la boule de neige et vente pyramidale : la délicate frontière entre le licite et l'illicite », RTD Com, 2016 p.407.

5 V. CJUE 2 juill. 2020, aff. C-628-17, D. 2021. 594, obs. E. Poillot ; influence injustifiée, CJUE 5e ch. 12 juill. 2019, aff. C-628/17, RDC no 116, p. 59, note R. Ollard.

6 G. Cornu, Vocabulaire juridique, 13ème éd. mise à jour, Quadriga, PUF, Paris, 2020, p.244, v° Consommateur.

7 F. Zoulik, « Les débuts de la protection du consommateur en République tchèque » in Cahiers du CEFRES, 2001, n° 27f, 2001, pp.7.

8 Loi n°99-011 du 28 décembre 1999 portant organisation de la concurrence au Togo.

9 Cette disposition admet toutefois quelques exceptions à l'instar de la revente de produits périssables dès lors qu'ils sont menacés de détérioration rapide ; la vente en fin de saison de produit dont la commercialisation présente un caractère saisonnier etc. Pour plus d'étude, v. l'article 17 de la loi précitée.

10 Cf. art. 914 et s. du de la loi 2015-010 du 24 novembre 2015 portant nouveau code pénal modifiée par la loi N°2016-027 du 11 octobre 2016.