

CONSEIL

Conseil

ÉVALUATION EN PROFONDEUR DU COMITÉ DE LA POLITIQUE
À L'ÉGARD DES CONSOMMATEURS (CPC)

Résumé

JT03546697

ÉVALUATION EN PROFONDEUR DU COMITÉ DE LA POLITIQUE À L'ÉGARD DES CONSOMMATEURS (CPC)

Le Comité de la politique à l'égard des consommateurs (ci-après dénommé le « Comité » ou le « CPC ») a été créé en 1969, avec pour mission d'examiner les questions touchant au développement et au renforcement des politiques à l'égard des consommateurs et de faciliter l'échange d'informations et la coopération internationale dans ce domaine. Le Comité compte un seul organe subsidiaire de niveau II, le Groupe de travail sur la sécurité des produits de consommation (ci-après dénommé le « Groupe de travail » ou le « GTSPC »). Ce dernier a été créé en 1972, avec pour mission d'échanger des informations et de conduire des analyses sur les tendances et les problématiques associées à la sécurité des produits de consommation non alimentaires.

Les objectifs du CPC présentent une adéquation très forte avec les besoins des pays Membres de l'OCDE dans le champ de l'action publique, comme le montrent les réponses qu'ils ont apportées à l'enquête en ligne sur la pertinence. Toutefois, la perception de la pertinence des objectifs du CPC spécifiquement axés sur la sensibilisation des consommateurs et des entreprises semble comparativement moindre. Cela dénote, de la part des Membres, une préférence pour les travaux destinés à influencer sur l'action des pouvoirs publics plutôt que ceux axés directement sur le comportement et la sensibilisation des entreprises et des consommateurs.

On observe un léger écart entre le degré élevé de pertinence des objectifs du CPC perçu par les Membres et les niveaux de participation des délégués en poste dans les capitales aux réunions du Comité. Cette participation est utilisée dans la présente évaluation comme un indicateur indirect de l'intérêt que les Membres portent aux travaux et aux objectifs du CPC. Si la participation des délégués en poste dans les capitales aux activités du CPC a progressé pendant la période couverte par l'IDE, elle est restée en moyenne inférieure aux niveaux moyens de participation aux activités de l'ensemble des comités de niveau I et de Partie I de l'OCDE. En outre, elle a diminué par rapport à la période de référence précédente.

Pour ce qui est de l'efficacité, les études de cas qualitatives sur la contribution à l'élaboration des politiques mettent en évidence un solide bilan en termes d'impact sur l'action publique dans les pays membres de l'OCDE, les pays non-Membres et les organisations internationales travaillant dans le domaine des politiques à l'égard des consommateurs. Le CPC a souvent servi de « boussole » en formulant, à l'intention des responsables de l'action publique et des professionnels, des recommandations et des orientations sur des solutions rationnelles et des bonnes pratiques, y compris via des normes et des exemples de bonnes pratiques internationales. Ce résultat a souvent été obtenu grâce aux travaux empiriques et aux publications connexes du CPC, qui sont jugés très utiles pour étayer les débats de fond menés à l'échelle nationale et dont les décideurs saluent les niveaux de détail et de fiabilité élevés. Compte tenu de la nature des domaines d'action couverts, les réalisations du CPC montrent à quel point les travaux et la collaboration mis en place par l'OCDE peuvent contribuer à améliorer la situation des consommateurs, dans la droite ligne de l'objectif de l'OCDE de promouvoir des politiques meilleures pour une vie meilleure. Ce résultat est d'autant plus remarquable que le CPC dispose de ressources modestes. Les contributions à l'élaboration des politiques et la qualité reconnue des travaux du Comité lui ont permis de s'imposer comme l'un des principaux chefs de file et une source d'influence majeure dans le domaine de la politique à l'égard des consommateurs.

Pour autant, plusieurs facteurs ont limité la capacité du CPC à contribuer davantage à l'élaboration des politiques publiques, notamment un manque de visibilité et des contraintes de ressources, les degrés de maturité disparates des cadres d'action liés à la protection des consommateurs dans les pays membres de l'OCDE, des niveaux inégaux d'engagement et de participation des délégations des pays membres, des ressources au sein des organismes de protection des consommateurs trop limitées pour qu'ils

puissent prendre part à la coopération internationale, les capacités insuffisantes du Comité pour mettre au point des contenus axés sur les consommateurs et les entreprises, ou encore le format trop long, la lenteur de mise au point et l'accessibilité difficile des produits du CPC. Du point de vue quantitatif, les résultats du rapport d'exécution des programmes (« PIR ») montrent que les produits du CPC ont un impact moyen, proche de la moyenne des produits de l'OCDE dans son ensemble, sachant que les données PIR publiées très récemment (et non incluses dans le présent rapport) semblent indiquer un impact accru sur la dernière période. Si les travaux du CPC sont tout à fait conformes aux priorités mondiales, le Comité n'a pas contribué aux efforts plus larges déployés en faveur de l'égalité des genres.

Le fonctionnement du CPC s'avère satisfaisant à de nombreux égards, notamment pour ce qui est de la transparence et de la qualité du processus d'élaboration du Programme de travail et Budget, de la gestion des réunions du Comité et des collaborations nouées avec l'Union européenne (UE), les pays non-Membres de l'OCDE et les organisations et réseaux internationaux. Ces collaborations ont ouvert la voie à d'importantes contributions au-delà de la zone OCDE et ont permis de renforcer les synergies avec les travaux entrepris par différentes organisations internationales dans le domaine de la politique à l'égard des consommateurs. La capacité du CPC à associer Consumers International à ses travaux a également permis de tenir compte des points de vue des groupes de consommateurs.

En revanche, l'évaluation a mis en évidence des incohérences dans le statut des collaborations nouées avec les organisations internationales. Si d'importantes mesures ont été prises pendant la période couverte par l'IDE pour renforcer la collaboration avec d'autres organes de l'OCDE, la participation accrue à des collaborations horizontales avec d'autres comités pourrait permettre au CPC d'améliorer sa visibilité interne et externe et d'élargir la diffusion de ses travaux à de nouveaux publics.

Les niveaux hétérogènes et comparativement faibles de participation des délégations aux travaux du Comité et le manque de visibilité et d'exposition du Comité, tant au sein de l'OCDE (auprès d'autres organes et Directions) que dans les administrations publiques des Membres de l'OCDE, sont des freins aux travaux du CPC. L'adoption de mesures pour y remédier pourrait contribuer à libérer le potentiel du Comité et lui permettre de continuer d'œuvrer à l'amélioration de la protection et de la sécurité des consommateurs par l'action publique, et de capitaliser sur la visibilité que lui procurera sa Réunion ministérielle de 2024.

Évaluation¹

Pertinence : élevée à très élevée

Efficacité : moyenne à élevée

Qualité des produits du Comité : moyenne à élevée

Fonctionnement du Comité : très satisfaisant

Recommandations

Recommandation n° 1 : compte tenu des résultats de l'évaluation de la pertinence des objectifs du CPC dans le cadre de l'IDE, le Comité devrait se pencher sur l'importance relative qu'il accorde à la sensibilisation des entreprises et des consommateurs à l'occasion du renouvellement de son mandat.

Recommandation n° 2 : compte tenu de l'importance d'améliorer la protection des consommateurs en tant qu'objectif de l'action des pouvoirs publics à l'échelle mondiale, le Comité devrait prendre des

¹ La pertinence, l'efficacité et la qualité sont notées sur une échelle de 9 points (très faible / très faible à faible / faible / faible à moyen / moyen / moyen à élevé / élevé / élevé à très élevé / très élevé); le fonctionnement du comité est noté sur une échelle de 5 points (insuffisant / moyen / satisfaisant / très satisfaisant / excellent).

mesures pour renforcer l'intérêt porté à ses travaux et élever le niveau de participation des représentants des Membres à ses réunions.

Recommandation n° 3 : le Comité devrait prendre des mesures pour simplifier ses produits et améliorer leur facilité d'utilisation, en faisant en sorte qu'ils se prêtent plus directement à l'élaboration des politiques, et pour réduire les délais de publication et de mise à disposition.

Recommandation n° 4 : le Comité devrait déployer des efforts pour intégrer la question de l'égalité des genres à ses travaux et s'attacher à combler le manque de connaissances sur l'articulation entre les politiques à l'égard des consommateurs et celles en faveur de l'égalité des genres.

Recommandation n° 5 : le Comité devrait examiner et ajuster ses collaborations avec les organisations internationales dans le cadre de ses travaux et activités, notamment la participation à ses réunions, en fonction de la nature, de la fréquence et de la pertinence de ces collaborations.

Recommandation n° 6 : le Comité devrait renforcer sa participation à des collaborations horizontales avec d'autres organes de l'OCDE afin d'œuvrer à la réalisation de ses objectifs, de favoriser la prise en compte de la question de la protection des consommateurs dans les autres domaines de travail de l'OCDE qui s'y prêtent, et d'améliorer sa visibilité au sein et en dehors de l'OCDE.

Recommandation n° 7 : le Comité devrait se pencher sur la nécessité de formuler des lignes directrices dans le but de pérenniser ses modalités de fonctionnement – notamment pour ce qui est du recours à des solutions hybrides pour ses réunions – et d'améliorer la participation des délégués.

Recommandation n° 8 : le Comité devrait prendre des mesures pour accroître sa visibilité et son rayonnement, tant au sein de l'OCDE qu'auprès des principaux groupes de parties prenantes dans les pays Membres. Il pourrait s'agir, à titre d'exemple, de l'élaboration d'une stratégie de communication définissant les objectifs, les rôles et les procédures à mettre en place pour assurer efficacement la diffusion de ses travaux, ou de la création d'un forum mondial ou d'un groupe consultatif pérenne.
