



NOTE DE TRAVAIL

ASSEMBLÉE — 38^e SESSION

COMMISSION ÉCONOMIQUE

Point 40: Développement économique du transport aérien — Politique

PRINCIPES DE BASE DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

(Note présentée par Singapour)

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Il a été recommandé à la sixième Conférence mondiale de transport aérien que l'OACI élabore une série de principes de base de haut niveau et non normatifs sur la protection des consommateurs, qui établissent un équilibre approprié entre cette protection et le maintien du pouvoir concurrentiel de l'aviation et qui tiennent compte aussi de la nécessité pour les États de disposer d'une souplesse suffisante étant donné que leurs caractéristiques sociales, politiques et économiques sont différentes. Ces principes devraient être compatibles avec les instruments juridiques existants, en particulier avec la Convention pour l'unification de certaines règles relatives au transport aérien international, faite à Montréal le 28 mai 1999.

Pour contribuer aux délibérations de l'OACI sur la formulation des principes proposés, Singapour en soumet à l'Assemblée une série établie sur la base de son expérience.

Suite à donner : L'Assemblée est invitée à :

- a) noter les principes de base sur la protection des consommateurs décrits dans la présente note ;
- b) demander à l'OACI d'en tenir compte dans sa formulation d'une série de principes de haut niveau et non normatifs sur la protection des consommateurs, conformes aux recommandations de la Conférence ATConf/6.

<i>Objectifs stratégiques :</i>	La présente note de travail se rapporte à l'Objectif stratégique C – <i>Protection de l'environnement et développement durable du transport aérien.</i>
<i>Incidences financières :</i>	Aucune
<i>Références :</i>	Doc 10009, <i>Rapport de la sixième Conférence mondiale de transport aérien (ATConf/6)</i> A38-WP/56, <i>Résultats de la sixième Conférence mondiale de transport aérien.</i>

1. INTRODUCTION

1.1 La sixième Conférence mondiale de transport aérien (ATConf/6) a recommandé que l'OACI formule une série de principes de base de haut niveau, non normatifs, sur la protection des consommateurs qui établissent un équilibre approprié entre cette protection et le maintien du caractère compétitif de l'aviation, et qui tiennent compte aussi de la nécessité pour les États de disposer d'une souplesse suffisante, étant donné que leurs caractéristiques sociales, politiques et économiques sont différentes. Ces principes devraient être compatibles avec les instruments juridiques existants, en particulier avec la *Convention pour l'unification de certaines règles relatives au transport aérien international, faite à Montréal le 28 mai 1999* (Doc 9740).

1.2 Pour contribuer aux délibérations de l'OACI sur la formulation de ces principes de base, Singapour soumet à l'examen de l'Assemblée une série de tels principes établie sur la base de son expérience.

2. PROTECTION DES CONSOMMATEURS À SINGAPOUR

2.1 À ATConf/6, Singapour a présenté une note dans laquelle elle décrivait une attaque sur trois fronts de la protection des intérêts des consommateurs que sont les passagers aériens. En premier lieu, dans le cadre de cette protection au niveau national, le gouvernement a promulgué une loi qui établit un équilibre entre les intérêts des consommateurs et ceux des entreprises commerciales et le coût des mesures prises pour faire appliquer les règlements. Cette approche encourage les voyageurs à être proactifs et autonomes et à faire preuve de discernement dans l'achat de services de transport aérien, approche de la protection qui est la plus viable dans le contexte de Singapour qui manque de ressources.

2.2 En deuxième lieu, Singapour défend les intérêts des consommateurs par sa politique libérale des services aériens, qui a contribué à la création d'un marché du transport aérien vivace et compétitif lequel oblige les compagnies aériennes à réagir promptement et efficacement aux besoins des consommateurs et à leur attente d'un service de qualité. Le marché de Singapour s'est donc révélé être en mesure d'harmoniser les besoins des consommateurs et ceux des compagnies aériennes qui leur offrent des services de la qualité souhaitée, les consommateurs ayant assez de choix parmi les divers types de tarifs et de services qui peuvent leur être offerts

2.3 En troisième lieu, à mesure que la croissance des transporteurs à bas tarifs (LCC) stimule une nouvelle demande de voyages aériens parmi les consommateurs qui ne sont peut-être pas pleinement familiers avec les produits LCC ou qui ne savent pas très bien à quelle qualité de service ils peuvent s'attendre, l'Administration de l'aviation civile de Singapour a collaboré avec l'Association des consommateurs de Singapour pour éduquer les consommateurs sur les principales caractéristiques du voyage aérien, notamment sur celles auxquelles ils peuvent s'attendre quand ils achètent un billet d'avion, et sur les moyens de recours dont ils disposent quand les services des compagnies aériennes laissent à désirer. Ainsi, l'éducation des consommateurs donne l'élan crucial qui aide les voyageurs à faire leur choix en meilleure connaissance de cause et à rétrécir le fossé qui existe entre leurs attentes et les niveaux de service offerts par les LCC.

3. QUELQUES PRINCIPES DE BASE SUGGÉRÉS

3.1 D'après son expérience, Singapour souhaiterait contribuer à la formulation des principes de haut niveau, non normatifs ci-après, que l'OACI pourrait continuer d'examiner pour formuler des principes de base sur la protection des consommateurs. Ces trois principes se rapportent à des domaines clés : 1) améliorer le plus possible les bienfaits pour les consommateurs grâce au renforcement de la concurrence sur le marché, 2) donner aux passagers un meilleur accès à l'information et à l'éducation des consommateurs et 3) assurer la compatibilité avec le régime national de protection des consommateurs et les accords internationaux.

3.2 **Concurrence**

3.2.1 Un secteur du transport aérien compétitif devrait être encouragé à mobiliser les forces du marché pour améliorer les tarifs que les transporteurs aériens pratiquent et aussi les services qu'ils offrent, et pour permettre aux passagers d'équilibrer plus facilement les éléments du tarif et des services de leur voyage qui leur permettront de choisir le billet qui répondra le mieux à leurs attentes.

3.3 **Information et éducation des consommateurs**

3.3.1 L'information sur les tarifs, les taxes et les redevances (dont celles qui se rapportent éventuellement à une assistance spéciale pendant un voyage), sur les droits contractuels des passagers et sur les transporteurs aériens dont ils empruntent en réalité les services (dans le cas des services avec partage de codes) devrait être connue des passagers avant qu'ils n'achètent leur billet. En cas de perturbation du service, par exemple du retard ou de l'annulation d'un vol, les renseignements correspondants devraient indiquer le caractère et la durée du retard, ceux de l'annulation et, le cas échéant, toute compensation, soins et assistance, déroutement ou remboursement.

3.3.2 Pour aider les passagers à faire leur choix en toute connaissance de cause, il faudrait s'efforcer de les sensibiliser à toute la gamme des produits des compagnies aériennes qui sont disponibles sur le marché, aux différentes politiques des compagnies aériennes sur les droits contractuels des passagers et sur les moyens de recours dont il disposeraient en cas de différend.

3.4 **Compatibilité avec le régime national de protection des consommateurs et les accords internationaux**

3.4.1 Le cadre de la protection des voyageurs aériens devrait être compatible avec tout régime international existant (par exemple la Convention de Montréal de 1999) et aussi avec les régimes nationaux de protection des consommateurs que les divers États ont établis en tenant compte des caractéristiques sociales, politiques et économiques qui leur sont propres.

4. **CONCLUSION**

4.1 Les principes ci-dessus sur la protection des consommateurs sont soumis à l'examen de l'OACI alors qu'elle collabore avec ses États membres et des organisations internationales pour élaborer une série de principes de base sur la protection des consommateurs.

5. **RECOMMANDATION**

5.1 L'Assemblée est invitée à :

- a) prendre en considération les principes de base sur la protection des consommateurs qui sont décrits dans la présente note ;
- b) demander à l'OACI d'en tenir compte lors de l'élaboration d'une série de principes de base de haut niveau, non normatifs, sur la protection des consommateurs dans l'esprit des recommandations de la Conférence ATConf/6.

— FIN —