

Mme Natacha SAUPHANOR-BROUILLAUD

Professeur à l'Université de Versailles St Quentin en Yvelines



Monsieur le directeur de cabinet, Monsieur le président du Conseil d'administration de l'INC, Madame la directrice générale de l'INC, chers collègues, chers tous.

L'usage veut que le rapporteur de synthèse d'un colloque remercie les organisateurs de celui-ci, surtout lorsque celui-ci a démarré la veille par un très sympathique dîner. Oserai-je déroger à cette règle au motif que la mission qu'ils m'ont confié est quasi impossible ? Comment synthétiser en 15 minutes des interventions aussi riches, animées par le père du droit de la consommation, le professeur Jean Calais-Auloy. Comment encore attirer l'attention à une heure proche du déjeuner alors qu'on nous a mis en appétit en parlant de poisson et de fromages ? Mais je ne veux pas fuir le très grand honneur qui m'est donné de dégager les lignes de force transversales de cette matinée.

J'en retiendrai deux.

Certains aspects du Code de la consommation paraissent échapper à l'écoulement du temps et présenter la même actualité 20 ans après. Ils concernent ce qui relève du contrat de consommation. D'autres aspects du Code de la consommation ont en revanche subi l'écoulement du temps et posent davantage de difficultés. Ils concernent le contexte de consommation.

Voici donc mes deux axes de synthèse :

I - Hors du temps : le contrat de consommation

II - Sujet au temps : le contexte de consommation

I - Hors du temps : le contrat de consommation

Si le contrat de consommation est hors du temps, c'est parce que, comme l'ont montré les interventions de ce matin, il existe une pérennité des principes consacrés (A), qui justifie que la lisibilité des textes soit améliorée (B).

A - La pérennité des principes consacrés

- Transparence, équilibre, loyauté

La pérennité des principes consacrés est frappante lorsqu'on examine les règles qui consacrent la transparence, l'équilibre et la loyauté.

Le législateur de 1993 en codifiant des textes qui amélioreraient l'information du consommateur, la lutte contre les clauses abusives, l'interdiction de publicité trompeuse des règles avait, comme l'a rappelé Mme DAVO, consacré ces principes fondamentaux. Or, la transparence, l'équilibre et la loyauté qui gouvernent le contrat de consommation ont résisté au temps. Ils ont vocation à s'appliquer aux nouveaux types de contrats. Même si la vente est amenée à être remplacée dans certains cas par la mise à disposition comme l'a entrevu M. DEPINCE, ce contrat sera gouverné par ces principes. Même si on ne parle plus de publicité, nous a dit Mme HEBEL, mais de marque sociétale, la transparence reste fondamentale ne serait-ce que pour disposer de l'information environnementale dont l'importance est en ressort. Ce principe reste intact même si son contenu évolue. La loyauté, à travers la lutte contre les clauses abusives, est une exigence qui doit gouverner les contrats sur supports électroniques, comme l'on montré les débats.

La pérennité des principes s'explique certainement parce qu'ils sont aussi au cœur de l'acquis communautaire, qui nous a été exposé par Mme MANFREDI, en cette journée européenne des consommateurs. La transparence est l'un des objectifs de la directive sur les droits des consommateurs d'octobre 2011. La loyauté des offres précontractuelles est le pivot de la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Certes, et cette dernière le montre bien, la protection du consommateur est assujettie par le législateur européen à une logique de développement du

marché unique européen, comme l'a rappelé Mme HOUTMAN.

La pérennité s'observe également à l'égard du principe de solidarité.

- Solidarité

Les dispositions concernant le surendettement codifiées en 1993 étaient déjà marquées par un esprit de solidarité imposé au créancier face à un débiteur surendetté. Les réformes successives n'ont fait que renforcer la place dans le Code de la consommation d'un droit social des contrats, droit d'ailleurs franco français comme l'a noté M. PAISANT. Il faut conserver ce droit car le consommateur le plus pauvre ne doit pas être laissé de côté. Mme GERVAIS et les débats nous l'on rappelé.

La pérennité des principes qui gouvernent le contrat de consommation, dans sa formation, son exécution, son inexécution justifie que la lisibilité des textes qui mettent en œuvre ces principes soit améliorée.

B - La lisibilité des textes à améliorer

La lisibilité. Le mot a été prononcé dès l'ouverture du colloque par Monsieur le Président du CA de l'INC. La lisibilité des textes à améliorer passe, manifestement, par une recodification du droit de la consommation. Rassurez-vous Monsieur le directeur de cabinet, celle-ci sera facilitée grâce aux multiples pistes qui vous ont été proposées ce matin. Elles répondent à deux questions.

- La première question est comment recodifier ?

- **Conceptualiser.** Il faut définir le consommateur, nous a dit Mme DAVO. Cependant, je pense qu'il ne faut pas le confondre avec la partie en situation de faiblesse, comme par exemple la personne en situation de handicap, malvoyante, évoquée par Mme GERVAIS, qui doit bénéficier de règles protectrices spécifiques.

Le consommateur, même s'il est désormais encore plus un consommateur citoyen, comme l'a relevé Mme HEBEL, reste celui qui contracte pour ses besoins personnels. Cela n'empêche pas nous a dit M. PAISANT de protéger tout le monde, lorsqu'est en jeu une question de sécurité (Sur les propositions de définition du consommateur, voir N. Sauphanor-Brouillaud, Les contrats de consommation, Règles communes avec le concours de E. Poillot, C. Aubert de Vincelles et G. Brunaux, Traité de droit civil ss dir. J. Ghestin, LGDJ, 2012, n° 100 et s.)

- **Toiletter, simplifier, expurger** a-t-on beaucoup entendu ce matin : bref une petite cure d'amaigrissement du Code de la consommation, qui s'est beaucoup engraisé, en 20 ans, s'impose. **Il va de soi que cette recodification doit se faire dans le respect du droit européen, ce qui amène à la seconde question.**

- Où recodifier ?

Dans un code national ou dans un code européen ? La question se pose en des termes nouveaux. Il ne s'agit plus de constater l'origine européenne de la plupart des règles actuelles de protection des consommateurs. Il s'agit désormais de tirer les conséquences du degré de l'harmonisation européenne, lorsqu'elle est maximale, totale ou totale ciblée nous a rappelé Mme MANFREDI. Cette harmonisation justifie qu'on s'interroge sur la pertinence de codes nationaux, même si leur suppression ne serait pas sans dangers comme l'a montré M. PAISANT.

En tout état de cause, le contrat de consommation qu'il soit recodifié en droit interne ou en droit européen aura résisté au temps car les principes qui le gouvernent sont les mêmes qu'en 1993. Tel n'est pas le cas du contexte de consommation qui se trouve sujet au temps.

[Haut de page](#)

II - Sujet au temps : le contexte de consommation

Le contexte de consommation actuel est profondément différent de celui qui existait en 1993. Le

film de ce matin nous a présenté les nouveaux « codes de consommation ». Il est dès lors opportun de mesurer ces nouveaux contextes, qui évoluent avec le temps, que sont le contexte numérique (A), et le contexte économique (B).

A - Le contexte numérique

Le contexte numérique ignoré en 1993 a certes depuis lors fait l'objet d'interventions législatives dans le Code de la consommation. Cependant, il importe d'affiner la construction juridique autour de nouveau vecteur, d'autant qu'il suscite l'intrusion de nouveaux acteurs.

- Un nouveau vecteur

Les réflexions sur le contexte numérique ont jusqu'à présent été centrées sur le commerce électronique. Elles ont d'ailleurs largement inspiré la directive sur les droits des consommateurs présentée par Mme MANFREDI. L'objectif du texte est de développer les contrats de vente transfrontières conclus par voie électronique. Mme HOUTMAN a employé l'expression d'acquis du numérique.

Le contexte numérique devrait désormais susciter de nouvelles questions liées notamment à ce qu'il est un vecteur d'informations. Mme GERVAIS nous en a dressé un bilan complet. Au titre des avantages : l'extension du contenu de cette information aux conditions sociales, environnementales, de production des produits. Au titre des inconvénients, le risque que par un système de vases communicants, l'accroissement d'une information dématérialisée non contraignante s'opère au détriment des mentions informatives sur support matériel obligatoires.

Nouveau vecteur, le contexte numérique suscite aussi l'intrusion de nouveaux acteurs, qui est une autre donnée inconnue du Code de la consommation.

- De nouveaux acteurs

L'affaire de la fausse viande de bœuf risque de faire augmenter le nombre de sites internet ou d'applications pour smartphone, destinées à renseigner le consommateur sur la composition des produits. Quelle fiabilité accorder aux informations délivrées par ces nouveaux acteurs ?

On voit donc bien qu'ici ce n'est pas tant le contrat de consommation qui se trouve au cœur des débats mais un contexte de consommation qui avait échappé au codificateur de 1993.

Il en est de même avec un nouveau contexte économique.

B/ Le contexte économique

M. DEPINCE nous a fait découvrir un nouveau contexte économique : le contexte du bocal transformant le consommateur en un poisson rouge ! L'univers des éco systèmes captifs permet en effet au professionnel de lier durablement le consommateur. Certes, le législateur avait déjà réagi en instaurant certaines dispositions dans le Code de la consommation. Je pense à l'obligation d'informer le consommateur sur la faculté de ne pas reconduire un contrat tacitement reconductible.

Cependant, il faut aller au-delà pour résoudre une difficulté qui ne concerne pas tant le contrat de consommation que le contexte économique concurrentiel. En outre, il me semble le phénomène des écosystèmes captifs mérite d'être appréhendé également sous sa forme numérique lorsque le choix du consommateur se trouve guidé ou restreint en fonction de la plate-forme qu'il a choisie pour accéder aux contenus en ligne.

Ces réflexions sur le contexte de consommation n'amèneront d'ailleurs peut-être pas à une réglementation dans le Code de la consommation. Les contextes de consommation, qui évoluent avec le temps, méritent certainement une approche pluridisciplinaire qui a d'ailleurs été largement mise en lumière ce matin. C'est le signe que ce colloqué était véritablement quant à lui ancré dans le temps.

Merci !

http://www.conso.net/page/bases.1_actualites.6_dossier_d_actualite.64_colloque__les_20_ans_du_code_de_la_consommation.22_rapport_de_synthese.