

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES AUTEURS.....	7
SOMMAIRE.....	9
INTRODUCTION.....	13

PARTIE I

CADRE JURIDIQUE ET PRINCIPES

LA NOTION DE CONSOMMATEUR EN DROIT DE L'UNION EUROPÉENNE	25
INTRODUCTION.....	25
I. LES NOTIONS DE CONSOMMATEUR ET DE PROFESSIONNEL – APERÇU GÉNÉRAL.....	27
A. Introduction.....	27
B. Le professionnel.....	27
1. L'entreprise en droit de la concurrence	27
2. Le professionnel en droit de la consommation.....	29
C. Le consommateur	36
1. Le règlement Bruxelles <i>Ibis</i>	36
2. Les directives en matière de consommation	38
II. LE CONSOMMATEUR DE RÉFÉRENCE : LE CONSOMMATEUR AVISÉ, LE CONSOMMATEUR VULNÉRABLE, LE CONSOMMATEUR INFLUENÇABLE ET LE CONSOMMATEUR « ÉTHIQUE »	40
III. LA DISTINCTION ENTRE PROFESSIONNEL ET CONSOMMATEUR S'ESTOMPE	43
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	45

LE NON-PROFESSIONNEL (ÉPISODES DE LA VIE D'UNE NOTION).....	47
I. DES INCERTITUDES INHÉRENTES	
À UNE ABSENCE DE DÉFINITION LÉGISLATIVE... ..	49
II. ...À L'INSTAURATION DE DÉFINITIONS INCERTAINES.....	53
LA FONDAMENTALISATION DES DROITS DU CONSOMMATEUR.....	57
I. UNE INVOCATION INCANTATOIRE.....	61
A. Confusion avec le droit dérivé.....	61
B. Confusion avec d'autres dispositions du droit primaire	63
II. UNE VALEUR FONDAMENTALE INCERTAINE.....	65
LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR PAR LE PARLEMENT EUROPÉEN : DU CONSOMMATEUR CITOYEN À LA CITOYENNETÉ DOMESTIQUE.....	69
I. LE PARLEMENT EUROPÉEN, TRIBUNE FAVORABLE	
À LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS.....	73
A. L'attraction du marché aux origines d'une citoyenneté domestique	73
B. Un verbe parlementaire au service des consommateurs	76
II. LE PARLEMENT EUROPÉEN, UN LÉGISLATEUR SOUCIEUX DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS.....	79
A. La protection conflictuelle des consommateurs par le Parlement européen	79
B. L'adoption apaisée d'une législation favorable aux consommateurs.....	83
LE CONSOMMATEUR EUROPÉEN FACE À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE – QUEL CADRE RÉGLEMENTAIRE AU SEIN DU MARCHÉ UNIQUE NUMÉRIQUE ?	87
I. LA CONFRONTATION DE LA PROTECTION EUROPÉENNE DU CONSOMMATEUR AUX USAGES DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (« IA »).....	91
A. La rencontre « à risque » entre le consommateur et l'IA.....	92
1. Les expressions techniques de l'IA dans les rapports de consommation	92

2. L'IA, source de risques dans les rapports de consommation.....	94
B. L'effectivité de l'acquis européen de protection du consommateur face à l'IA.....	98
1. L'effectivité du droit européen face à l'IA au stade de la formation du contrat B2C	98
2. L'effectivité du droit européen face à l'IA au stade de l'exécution du contrat B2C	103
II. LA PROPOSITION D'OUTILS D'AUTORÉGULATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (« IA ») AU SERVICE DE LA PROTECTION EUROPÉENNE DU CONSOMMATEUR	106
A. Le cadre théorique des outils de contrôle de l'IA pour renforcer la protection européenne du consommateur.....	107
1. Le recours à des outils de contrôle de l'IA, expression de l'autorégulation en matière de protection des consommateurs	107
2. Le recours à des outils de contrôle de l'IA, vecteur d'empowerment du consommateur face à l'IA ...	112
B. L'illustration pratique d'un indice de confiance appliqué à l'IA pour renforcer la protection européenne du consommateur.....	115
EFFETS PERVERS DU DROIT EUROPÉEN DE LA CONSOMMATION.....	119
OBSERVATIONS INTRODUCTIVES.....	119
I. L'OBLIGATION D'INFORMER LES CONSOMMATEURS	120
A. Surinformation.....	122
B. Sous-information	122
C. Les effets non désirés.....	123
II. DÉLAI DE RÉFLEXION.....	124
CONCLUSIONS.....	126

PARTIE II

LES NOUVELLES FIGURES DU CONSOMMATEUR

LE CONSOMMATEUR RESPONSABLE	131
I. LE DÉVELOPPEMENT PROGRESSIF DE LA FIGURE COMPLEXE DU CONSOMMATEUR RESPONSABLE.....	132
A. Un consommateur-citoyen aux multiples visages.....	133
B. Les manifestations concrètes de la consommation responsable.....	134
C. Consommer « différemment » en tant que mode de consommation moderne.....	135
II. L'INCIDENCE POSITIVE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR RESPONSABLE SUR CERTAINES POLITIQUES DE L'UNION.....	137
A. Un impact positif sur la politique de l'énergie	137
B. L'impact positif sur la protection de l'environnement	139
LE CONSOMMATEUR D'ÉNERGIE.....	145
I. LE CONSOMMATEUR D'ÉNERGIE, SUJET DU DROIT DE L'UNION EUROPÉENNE.....	148
A. Bénéficiaire du droit de l'Union européenne.....	149
1. Droit général du marché intérieur européen.....	149
2. Droit spécial du marché des énergies de réseaux.....	151
B. Destinataire de contraintes issues du droit de l'Union européenne	152
1. Contraintes applicables à certaines catégories de consommateurs	152
2. Contraintes applicables à certaines formes de consommations.....	154
II. LE CONSOMMATEUR D'ÉNERGIE, OBJET DU DROIT DE L'UNION.....	155
A. Objet de régimes traditionnels de protection	156
1. Protection générale des consommateurs d'énergie	156

2. Protection spéciale des consommateurs précaires d'énergie	158
B. Objet de régimes singuliers de participation	160
1. Participation au marché de l'énergie	160
2. Participation aux politiques de l'énergie.....	162
 LE « PATIENT-CONSOmmATEUR » DE SOINS ET SERVICES NUMÉRIQUES, ET L'ARTICULATION DES DROITS DE LA SANTÉ ET DE LA CONSOMMATION	165
INTRODUCTION.....	165
I. LE PASSAGE DU PATIENT AU « PATIENT-CONSOmmATEUR » CONNECTÉ ...	169
II. STATUT JURIDIQUE DU PRODUIT OU SERVICE CONNECTÉ, DE L'AMÉLIORATION DE LA VIE À LA PRISE EN CHARGE DE LA SANTÉ	175
CONCLUSION	183
 LA NOUVELLE FIGURE DU CONSOmmATEUR EN MATIÈRE DE SANTÉ : LA VENTE EN LIGNE DES MÉDICAMENTS, CAS TYPE DE RÉsISTANCE DU DROIT INTERNE AU DROIT DE L'UNION EUROPÉENNE.....	185
I. LA RÉsISTANCE DU DROIT INTERNE AU DROIT DE L'UNION EUROPÉENNE QUANT AUX PRINCIPES FONDAMENTAUX DE LA VENTE EN LIGNE DES MÉDICAMENTS	189
A. La résistance du droit interne face à la jurisprudence européenne	189
B. La résistance du droit interne face à la directive européenne	193
II. LA RÉsISTANCE DU DROIT INTERNE AU DROIT DE L'UNION EUROPÉENNE QUANT AUX MODALITÉS DE LA VENTE EN LIGNE DES MÉDICAMENTS	197
A. La résistance en matière d'organisation interne des sites de vente.....	197
B. La résistance en matière de communication externe des sites de vente.....	200
 LE CONSOmmATEUR-TRAVAILLEUR : UNE RECONNAISSANCE JURIDIQUE PAR LE DROIT EUROPÉEN ?.....	203
I. LA CONSTRUCTION D'UN DROIT PROTECTEUR DU TRAVAILLEUR ET DU CONSOmmATEUR EN DROIT EUROPÉEN	206

A. Le droit européen protecteur du travailleur	206
1. La protection du travailleur dans sa dimension individuelle	206
2. La protection des travailleurs dans leur dimension collective	208
B. Le droit européen protecteur du consommateur	209
1. Le droit européen protecteur du consommateur dans ses rapports contractuels	209
2. Les possibilités d'actions collectives de consommateurs.....	211
II. LA POSSIBILITÉ D'UNE PRISE EN COMPTE JURIDIQUE DU DOUBLE STATUT DE CONSOMMATEUR- TRAVAILLEUR.....	213
A. L'absence de difficultés théoriques à une reconnaissance juridique du double statut	213
1. Une situation matérielle déjà théorisée	213
2. Une possibilité théorique de prise en charge.....	215
B. Le consommateur-travailleur : un impensé juridique	217
1. Les apports du droit des contrats	217
2. Les insuffisances juridiques actuelles	218
LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DE TRANSPORT : UN DROIT <i>AD HOC</i> POUR UNE MOBILITÉ CITOYENNE.....	223
I. LE DROIT AÉRIEN DÉCLINE LE DROIT DE LA CONSOMMATION	229
A. La transaction : protection du consommateur en tant que client	229
B. La prestation : protection de la sécurité du consommateur en tant que voyageur	231
II. LE DÉPASSEMENT DU DROIT DE LA CONSOMMATION : LA PROTECTION <i>AD HOC</i> DU « TRANSPORTÉ »	234
A. Annulations et retards de vol : la surprotection des passagers	235
1. Un dispositif réglementaire audacieux	236

2. Des ambitions consuméristes dopées par les dynamiques interprétatives	237
B. Les procédures : cheval de Troie de la résistance passive des professionnels du transport.....	239

PARTIE III

DROIT COMMUN DE LA CONSOMMATION

LA FORMATION DU CONTRAT DE CONSOMMATION EN DROIT EUROPÉEN : TRANSPARENCE, ÉQUILIBRE, LOYAUTÉ.....	245
I. TRANSPARENCE.....	247
II. ÉQUILIBRE.....	252
III. LOYAUTÉ.....	258
MARKETING DE RÉSEAU OU PROMOTION PYRAMIDALE ? « LA QUESTION, ELLE EST (PAS SI) VITE RÉPONDUE »	265
I. LE MARKETING MULTINIVEAU : UNE VALIDITÉ CONDITIONNÉE.....	268
A. Les conditions générales de validité.....	268
B. Les précisions relatives au critère du lien financier	272
II. LE MARKETING MULTINIVEAU EN MATIÈRE FINANCIÈRE : UN ANGLE MORT PERSISTANT.....	274
A. L'application insatisfaisante des critères jurisprudentiels ..	275
B. La prohibition inefficace des pratiques commerciales déloyales.....	278
L'INFLUENCE DE LA COUR DE JUSTICE DE L'UNION EUROPÉENNE SUR L'APPRÉCIATION DU CARACTÈRE ABUSIF DES CLAUSES DES CONTRATS DE CONSOMMATION	281
I. L'EXIGENCE DE BONNE FOI	285
II. L'EXIGENCE D'ÉQUILIBRE.....	289
III. L'EXIGENCE DE TRANSPARENCE	295

PARTIE IV

DROIT SPÉCIAL DE LA CONSOMMATION

LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES PAR LE DROIT EUROPÉEN DE LA CONSOMMATION	301
I. LE CADRE DE LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES	305
A. Les sujets de l'intervention : les consommateurs dans leurs rapports avec des professionnels.....	306
B. La complémentarité des textes de protection des données et du droit de la consommation.....	309
II. LES TEXTES AUTORISANT UNE PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES	315
A. Variété des textes autorisant une telle protection.....	315
1. Les textes visant expressément l'utilisation des données personnelles des consommateurs	316
2. Les textes ayant vocation à encadrer des pratiques liées à l'utilisation des données des consommateurs....	317
B. Questions soulevées par la protection offerte	326
1. La délicate question de la conceptualisation des données et de ses conséquences en droit de la consommation	326
2. La délicate question de l'efficacité des textes de droit de la consommation relatifs aux données personnelles.....	332
EN GUISE DE CONCLUSION.....	341
 LA RÉCEPTION DE LA JURISPRUDENCE DE LA COUR DE JUSTICE RELATIVE AUX CLAUSES ABUSIVES DANS LES PRÊTS EN DEVICES ÉTRANGÈRES DANS LES ÉTATS MEMBRES	 345
INTRODUCTION.....	345
I. LE RAPPORT ENTRE LA DIRECTIVE 93/13 ET LES DROITS NATIONAUX	349
A. L'interprétation autonome et uniforme de droit européen ..	349
B. Mise en œuvre de la directive par les juges nationaux selon l'autonomie procédurale nationale.....	353

II. L'HARMONISATION MINIMALE COMME DÉFAUT SUBSTANTIEL DE LA DIRECTIVE 93/13.....	358
CONCLUSION	369
 LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS ET L'OBLIGATION DE SÉCURITÉ : ENTRE LA RESPONSABILITÉ ET LA SÉCURITÉ DES PRODUITS EN DROIT EUROPÉEN DE LA CONSOMMATION.....	371
INTRODUCTION.....	371
I. LA RÉGLEMENTATION AVANT LA MISE SUR LE MARCHÉ (PRE-MARKET) PAR LE BIAIS DE MESURES VERTICALES : LA NOUVELLE APPROCHE ET LE PROCESSUS LÉGISLATIF « NORMALISÉ »	374
A. La Nouvelle Approche – comment cela a commencé avec la directive Basse Tension	377
B. Mesures mixtes (surveillance avant/après la mise sur le marché) - Contrôles généraux des produits dangereux - l'obligation générale de sécurité.....	382
C. Description générale de la DSGP – notion de produit sûr... ..	386
II. LA RÉGLEMENTATION POST-MARCHÉ PAR LE BIAIS DE MESURES HORIZONTALES : LA DIRECTIVE SUR LA RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS (MANIFESTATION DE L'OBLIGATION GÉNÉRALE DE SÉCURITÉ)..	390
A. La responsabilité du fabricant et les limites de cette responsabilité.....	391
B. Commercialisation des produits – « produit dangereux » vs « produit défectueux » : quel régime de responsabilité ?	395

PARTIE V

ASPECTS PROCÉDURAUX

TRANSPOSONS L'OPT-IN TACITE POUR SAUVER L'ACTION DE GROUPE. À PROPOS DE LA DIRECTIVE SUR LES ACTIONS REPRÉSENTATIVES EN PROTECTION DES INTÉRÊTS COLLECTIFS	399
INTRODUCTION.....	399
I. L'ADHÉSION IMPLICITE, RÈGLE PAR DÉFAUT DANS LE MODÈLE DES CLASS ACTIONS.....	401

II. L'ACTION REPRÉSENTATIVE : UN MODÈLE EUROPÉEN ?	406
A. Les traits principaux du modèle européen.....	408
B. Les inconvénients du modèle adopté européen.....	411
III. LE RÉGIME FRANÇAIS À L'ÉPREUVE DE LA DIRECTIVE	412
A. Les règles de la directive à même de renforcer l'action de groupe	413
B. Transposer l' <i>opt-in</i> tacite, pour sauver l'action de groupe..	415
« LE <i>PRIVATE ENFORCEMENT</i> AU SECOURS DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS, APPROCHE DE DROIT ÉTRANGER : L'EXEMPLE DES ÉTATS-UNIS »	423
INTRODUCTION.....	423
I. L'AFFAIBLISSEMENT DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR PAR LE DÉVOIEMENT DU <i>PRIVATE ENFORCEMENT</i>	427
A. La restriction de l'accès à la procédure de <i>discovery</i>	428
B. La restriction de l'accès à la procédure de <i>class action</i>	430
1. Le renforcement des exigences nécessaires à la certification de la <i>class</i>	431
2. La reconnaissance facilitée des clauses de renonciation aux <i>class actions</i>	436
II. LE RENFORCEMENT DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR PAR LE RENOUVELLEMENT PRESSENTI DU <i>PRIVATE ENFORCEMENT</i>	438
A. Un renouvellement jurisprudentiel encourageant.....	439
B. Un renouvellement doctrinal ambivalent.....	443
LA MÉDIATION AU SERVICE DE LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS ..	447
INTRODUCTION.....	447
I. LE DÉVELOPPEMENT ÉTENDU DE LA MÉDIATION POUR PROTÉGER LES CONSOMMATEURS	449
A. Au niveau européen.....	449
B. Au niveau français.....	451
II. LE DÉVELOPPEMENT DISCUTÉ DE LA MÉDIATION POUR PROTÉGER LES CONSOMMATEURS.....	454

TABLE DES MATIÈRES	585
A. Un développement contesté dans ses principes.....	454
B. Un développement contrasté en pratique	456
LA PROCÉDURE D'INJONCTION DE PAYER ET LA LUTTE CONTRE LES CLAUSES ABUSIVES	459
I. LA MISSION IMPOSSIBLE DU JUGE DE L'INJONCTION DE PAYER	461
A. Les injonctions de payer rendues contre les consommateurs.....	462
1. Une procédure efficace dans les litiges de consommation.....	462
2. La dématérialisation des procédures d'injonction de payer	464
B. Le contrôle des clauses abusives dans les procédures d'injonction de payer	466
1. L'application d'office du droit européen de la consommation	466
2. L'application du droit européen de la consommation dans les procédures d'injonction de payer nationales...	468
3. L'application du droit européen de la consommation dans la procédure d'injonction de payer européenne....	471
II. UNE CERTIFICATION EX ANTE DES CONTRATS DE CONSOMMATION.....	472
A. L'exemple du <i>County Court Bulk Centre</i> anglais	473
B. Une solution française et un nouveau rôle pour la Commission des clauses abusives	476

PARTIE VI

ASPECTS DE DROIT INTERNATIONAL PRIVÉ

L'ACTION INTERNATIONALE DU CONSOMMATEUR, VICTIME D'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE	483
I. L'EXPLOITATION DE L'EXISTANT.....	485
A. Les limites de la qualification contractuelle	485

B. L'étendue de la qualification délictuelle	488
II. LA NÉCESSITÉ DE RÈGLES SPÉCIFIQUES AU CONTENTIEUX DE MASSE....	491
A. Les insuffisances de la reconnaissance mutuelle	492
B. Les propositions.....	495
L'INFLUENCE DE LA JURISPRUDENCE EUROPÉENNE SUR LES ÉQUILIBRES POLITIQUES EN DROIT INTERNATIONAL PRIVÉ DE LA CYBERCONSOMMATION	
	501
I. L'ÉQUILIBRE RECHERCHÉ PAR LE LÉGISLATEUR EUROPÉEN.....	502
A. Des intérêts antagonistes.....	502
B. Une solution de compromis.....	504
II. LE DÉSÉQUILIBRE INSTAURÉ PAR LE JUGE EUROPÉEN.....	508
A. Une interprétation libérale du critère de l'activité dirigée ..	508
B. Vers une neutralisation du critère de l'activité dirigée ?.....	512
VERS UN RENFORCEMENT DU <i>FORUM ACTORIS</i> AU PROFIT DU CONSOMMATEUR ?	
	515
I. L'IDENTIFICATION DU RENFORCEMENT.....	518
A. Prémices.....	518
B. Confirmation.....	522
II. LA LIMITATION DU RENFORCEMENT.....	525
A. Au présent : l'inadaptation du règlement « Bruxelles I » refondu aux actions de groupe	526
B. À l'avenir : un possible développement des actions représentatives.....	527
LA PROTECTION ASYMÉTRIQUE DES CONSOMMATEURS SELON LES ESPACES DANS L'UNION EUROPÉENNE.....	
	531
I. LE RENFORCEMENT DE L'EXERCICE ET DE LA PROTECTION DES DROITS DES CONSOMMATEURS	536
A. Une consolidation renforcée des droits des consommateurs	536

TABLE DES MATIÈRES	587
B. Un débordement du droit de l'Union européenne sur l'exercice des compétences nationales.....	540
II. UNE PROTECTION DIFFÉRENCIÉE DES DROITS DES CONSOMMATEURS DANS L'ESPACE CIVIL ET COMMERCIAL	545
A. Une limitation de la protection des droits des consommateurs	546
B. Une protection renforcée des droits des consommateurs...	550
CONCLUSIONS	557
I. UN DROIT DONT L'OBJET EST À REPENSER.....	557
A. Clarifier.....	557
1. Rendre effective la notion de consommateur citoyen...	558
2. Revoir l'acception du « consommateur moyen »	560
B. Renouveler	562
1. Affiner les actuels droits du consommateur.....	562
2. Corréler de nouveaux droits du consommateur.....	565
II. UN DROIT DONT LA SOURCE EST À EXPLOITER.....	568
A. Innover dans le contrôle européen du droit de la consommation substantiel	568
1. Des outils de contrôle de l'intelligence artificielle.....	568
2. Des outils de contrôle par l'intelligence artificielle	569
B. Renforcer le volet européen du droit de la consommation juridictionnel.....	570
1. Améliorer la procédure européenne pour les contentieux transfrontières de masse.....	571
2. Poursuivre l'harmonisation des sanctions.....	573
TABLE DES MATIÈRES	575