



Title	PROTECTION DES CONSOMMATEURS ET DROIT FRANÇAIS DES CONTRATS - L'APPORT DE LA LOI DE 18 JANVIER 1992
Author(s)	Moreau, Michel
Citation	Osaka University Law Review. 1994, 41, p. 33-44
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/10013
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

PROTECTION DES CONSOMMATEURS ET DROIT FRANÇAIS DES CONTRATS *L'APPORT DE LA LOI DU 18 JANVIER 1992*

*Michel Moreau **

Le consommateur est un sujet de droit dont la position de faiblesse dans les relations avec les professionnels appelle une protection juridique qui tend à se renforcer¹⁾. Il est, de ce fait, un contractant dont le statut spécifique vient heurter le principe révolutionnaire d'égalité juridique des personnes²⁾, l'une des bases du droit des contrats³⁾. L'émergence d'une protection des consommateurs n'a pu que provoquer une évolution des règles régissant les contrats. De cette transformation, il n'est pas toujours aisé de saisir la portée exacte, mais les traits principaux s'accusent à chaque réforme, notamment la dernière, celle du 18 janvier 1992.

Le droit des consommateurs est d'abord né de la jurisprudence favorable à un acheteur non-professionnel confronté à un vendeur professionnel⁴⁾. Mais à l'image de ce qui avait commencé en Amérique du Nord (notamment au Québec⁵⁾) le droit français s'est enrichi à partir des années 70 de lois nouvelles conférant un statut protecteur au consommateur, ce qui au passage a d'abord permis de préciser la notion, du moins d'en deviner deux conceptions, l'une étroite, l'autre large: la première voit dans le consommateur une personne physique qui acquiert un bien ou un service pour son usage personnel, familial ou domestique⁶⁾. Mais on peut aussi plus largement voir dans le

* Directeur général du Centre National d'Enseignement à Distance.

- 1) Loi n°92-60 du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs intégrée dans le nouveau code de la consommation par la loi 93-948 du 26 juillet 1993.
- 2) Cf. art. 1er de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen, du 24-26 août 1789.
- 3) Cf. art. 8, C. Civ.; art 1101 C. Civ.; art. 1134 C. Civ.
- 4) Cf. par exemple, Cass. Civ. 1ère, 19 janvier 1965, D. 1965- 389.
- 5) Cf. la première loi sur la protection des consommateurs de 1971; adde J.L. BAUDOUIN, *Les obligations 1989*, Edit Y von BLAIS inc.
- 6) V. notamment Cass Civ. 1ère, 15 avril 1986: Bull. Civ. 1 n°90; D. 1986, Som. 393, obs. J.L. AUBERT; R.T.D. Civ. 1987-87, obs. J. MESTRE. Adde l'article 5 de la Convention de Rome du 19 juin 1980 sur la loi applicable aux obligations contractuelles; la Convention de la Haye du 22 décembre 1986 sur la loi applicable aux contrats de vente internationale de marchandises.

consommateur un non-professionnel: outre la personne physique agissant comme utilisateur final, la notion comprend encore le professionnel (personne physique ou morale) non spécialiste du domaine dans lequel il traite⁷⁾. Certains dominent la divergence en la relativisant⁸⁾, d'autres en avançant le critère de l'utilisateur final⁹⁾; il est certain que juges et textes nouveaux poussant à l'élargissement, une solution pourrait être trouvée sur le terrain de la preuve: la personne physique, utilisateur final est toujours un consommateur mais le professionnel doit établir qu'il est hors de son domaine de sa compétence pour bénéficier d'une protection particulière.

Le droit de la consommation était en France, un ensemble passablement hétéroclite (pour l'essentiel, extérieur au Code civil): des textes spécifiques ayant un champ d'application très variable se sont depuis un peu plus de vingt ans juxtaposés avec ici ou là d'utiles compléments jurisprudentiels. Parmi ces lois, certaines ont expressément visé la protection des consommateurs: la loi du 22 décembre 1972 relative à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile; la loi 78-22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations du crédit; la loi 78-23 du 10 janvier 1978 sur la protection et l'information des consommateurs de produits et de services; la loi du 13 juillet 1979 relative à la protection des emprunteurs dans le domaine immobilier; la loi du 5 janvier 1988 relative aux actions en justice des associations agréées de consommateurs et à l'information des consommateurs; la loi du 23 juin 1989 relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales; la loi du 18 janvier 1992.

L'accès à des sources, en définitive fragmentaires, devenait de plus en plus délicat contrairement au souci légitime du consommateur de connaître aisément les règles qui le protègent. Il faut porter au crédit de la dernière réforme d'avoir saisi l'inconvénient et prévu dans son article 12 qu'il sera créé un code de la consommation rassemblant les textes législatifs et réglementaires fixant les règles relatives aux relations individuelles ou collectives entre consommateurs et professionnels, notamment celles relatives à la loyauté des transactions et à la sécurité des produits et services¹⁰⁾.

-
- 7) Cf. Cass. Civ. 1ère, 28 avril 1987, Som. 455, obs. J.L. AUBERT; D. 1988-1, note Ph. DELEBECQUE; JCP 1987, édit. Gén. II, n°20893 note G. PAISANT; R.T.D. Civ. 1987-537, obs. J. MESTRE, adde J. HUET, *Les hauts et les bas de la protection contre les clauses abusives* (à propos de la loi du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs), JCP 1992, édit. Gén. I, n°3592, note 4.
 - 8) Cf. G. RAYMOND, *Commentaire de la loi, n°92-60 du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs*, JCP 1992, éd. Entr. n°144, n°7.
 - 9) Cf. G. PAISANT, précit.
 - 10) Cf. art. 12, loi 18 janvier 1992 et surtout la loi du 26 juillet 1993 qui a créé un code de la consommation qui met en ordre les textes existants.

Quant au fond, la protection des consommateurs apparaît comme un corps de règles juridiques nouvelles placé à côté de droit classique des contrats. Elle repose sur l'idée que dans les relations entre professionnel et consommateur, il y a inégalité de fait trouvant son origine dans la sous-information et la dépendance économique du contractant profane. Dans un souci de liberté et d'équité (qui rejoint au fond celui affiché dans le code civil de 1804), le droit de la consommation vise une égalité réelle qui passe par des mesures juridiques de discrimination en faveur du plus faible. Les différentes réformes ont donc eu pour objet de rétablir les conditions d'un consentement éclairé de toutes les parties contractantes (forme d'hommage renouvelé à l'autonomie de la volonté) et d'encadrer la puissance économique du professionnel et éviter ainsi les abus c'est-à-dire les déséquilibres injustes du contrat.

Ces préoccupations constantes se retrouvent naturellement dans le dernier texte intervenu. Prolongeant l'action antérieure, la loi du 18 janvier 1992 aspire à un meilleur équilibre du contrat conclu entre professionnel et consommateur par:

- le développement de l'information.
- la lutte contre les abus du pouvoir économique.

I - LE DÉVELOPPEMENT DE L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

A l'image du droit français de la consommation, le nouveau texte est très parcellisé. Il regroupe sans grand souci d'une cohérence d'ensemble des mesures de protection d'une inégale importance. Il en va ainsi en matière d'information du consommateur, la loi de 1992 traite, par faisceau de mesures, des deux sources d'information sollicitées avant la formation d'un contrat:

- l'information générale destinée au public,
- l'information délivrée lors du débat contractuel.

A - L'INFORMATION GÉNÉRALE À DESTINATION DU PUBLIC

Tout consommateur en puissance connaît (et subit !) une double information générale: la publicité commerciale (information de séduction) et l'étiquetage (l'information de précision). Sur l'un et l'autre, des progrès sont réalisés par la nouvelle loi.

1) *L'apparition en France de la publicité comparative*

Que des textes réglementent la publicité et punissent ces excès n'a rien de

surprenant dans une société médiatique et commerçante où elle domine. La publicité peut séduire, mais elle ne doit pas égarer le consommateur (d'où la répression de la publicité mensongère¹¹⁾); elle ne doit pas non plus être un dénigrement de la concurrence (au risque de devenir un acte de concurrence déloyale¹²⁾). Bien qu'aucun texte n'ait interdit la publicité comparative, les juges ont longtemps vu en elle un acte de dénigrement. Estimant à l'expérience que ce type de publicité pouvait favoriser l'information du consommateur, la Cour de Cassation a amorcé une évolution en admettant la validité de la publicité comparative sur les prix par deux arrêts de 1986 et 1989¹³⁾. La loi de 1992 a souhaité conforter cette jurisprudence mais, ainsi qu'on l'a écrit, le législateur paraît effrayé par sa propre hardiesse¹⁴⁾. Ainsi le principe n'est-il admis que de manière négative: la publicité comparative "*n'est autorisée que si elle est loyale, véridique et qu'elle n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur*"¹⁵⁾. Cette formulation, plutôt inquiétante pour les professionnels, se complète d'une énumération précise du contenu de la publicité (prix, biens, services) et d'un rappel multiple des principes de loyauté, sincérité, objectivité ("la publicité comparative ne peut s'appuyer sur des opinions ou des appréciations individuelles ou collectives"¹⁶⁾). Toute contravention expose à des sanctions pénales (celles de la publicité trompeuse ou de la contrefaçon) et civiles (sous la forme d'une indemnisation). La prudence du législateur s'observe encore dans le caractère provisoire de ces règles qui seront soumises à l'évaluation de l'expérience¹⁷⁾. Il est vrai que la directive communautaire en préparation sur la publicité comparative conduira sans doute à des retouches du texte actuel lors de la transposition.

2) *L'information par l'étiquetage obligatoire des produits*

Avant de devenir un client c'est-à-dire un contractant, le consommateur doit être informé de manière précise sur les principaux éléments du contrat que les professionnels lui proposent. Techniquement, le législateur a réglementé de plus en plus les offres

11) Cf. loi 27 décembre 1973 et art. 422 et 423 C. Pén. la loi du 18 janvier 1992 alourdit ponctuellement la réglementation de la publicité par le crédit gratuit, art. 6.

12) Cf. G. RAYMOND, art. précité.

13) Cf. Cass. Com. 22 juillet 1986. Bull. IV n°181, D, 1986-436 note CAS: "*N'est pas illicite une publicité qui se borne à la comparaison des prix auxquels des produits identiques sont vendus, dans les mêmes conditions par des commerçants différents*"; Cass. Com. 29 mars 1989-408, note SERRA.

14) Cf. obs. F.A. in R.T.D. Civ. 1992-458.

15) Cf. art. 10-I, al. 1er.

16) Cf. art. 10-I, al. 1er.

17) Cf. art. 10-III.

par le biais de l'étiquetage qui apparaît sur l'emballage. La loi de 1992 est venue conforter cette démarche même si concrètement elle n'est intervenue que sur un point très limité à savoir l'étiquetage des édulcorants de synthèse (pour mieux les distinguer du sucre)¹⁸⁾.

B - L'INFORMATION DÉLIVRÉE LORS DU DÉBAT CONTRACTUEL

Au delà de l'information donnée au public, le droit positif attache de plus en plus d'importance aux renseignements qu'attend le profane du professionnel. La jurisprudence a joué un rôle majeur dans le développement des obligations de renseignement et de conseil¹⁹⁾; c'est ici la loi, dans les articles 2, 3, 5 du texte de 1992 qui vient renforcer l'obligation d'information dans les relations professionnelsconsommateurs; elle le fait d'une manière générale et de façon ponctuelle.

1) L'obligation générale d'information (art. 2)

“Tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de services doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service”.

C'est le principe général qui est énoncé; ce faisant il complète un texte antérieur, l'article 28 de l'ordonnance du 1er décembre 1986 qui imposait l'information sur le prix, les limitations de responsabilité et les conditions particulières.

Désormais c'est sur les caractéristiques essentielles du bien ou du service, objet du contrat, que l'information doit porter. Ce principe nouveau doit être entendu comme le socle irréductible de l'information du consommateur; ainsi, la loi du 1992 n'écarte pas les exigences de l'information plus précise propres à certains contrats ni a fortiori l'obligation de conseil.

Faute d'indications spéciales, il faut rechercher la sanction de l'obligation générale d'informer dans le droit commun. On peut en particulier penser que tout manquement établi facilite du même coup la preuve de la tromperie (dol en droit civil, escroquerie au pénal) ou de l'erreur. Pratiquement, le professionnel doit veiller à la qualité de sa documentation et conserver la preuve que son client, profane, a été dûment renseigné sur le bien fourni ou le service assuré.

2) Les obligations ponctuelles (art. 2 - al. 2, art. 3, art. 5)

18) Art. 13.

19) Cf. Ph. MALAURIE et L. AYNES, *Les obligations*, édit. Cujas Paris 1992, nos 364 et s.p. 342.

Il s'agit ici de permettre aux consommateurs d'obtenir une information sur des points où le silence gardé par le professionnel pour se révéler pratiquement redoutable. Ainsi, l'article 3-I crée l'obligation d'informer le partenaire sur les délais de livraison (et les conséquences des manquements à l'information et à la livraison). L'article 2 alinéa 2 traite du cas particulier des pièces détachées en imposant au professionnel d'indiquer le délai "prévisible" pendant lequel elles seront disponibles sur le marché. Enfin, l'article 5 impose aux entreprises de vente ou de prestation de services par correspondance (à distance dit le texte) d'indiquer dans leurs offres à la clientèle toutes les références permettant de les identifier sous peine de sanctions civiles et pénales (nom, téléphone, adresse du siège social).

L'ensemble de ces dispositions, sans doute un peu disparates, est de nature à améliorer la situation des consommateurs. On ne peut naturellement être assuré que tous seront complètement et surtout clairement informés; il reste qu'un consommateur établissant qu'il a été mal informé est mieux à même de faire appliquer des sanctions. Cette menace peut, pour certains professionnels, être le début d'une plus grande sagesse et la source d'un respect plus marqué pour le partenaire.

II - LA LUTTE CONTRE LES ABUS DE PUISSANCE ÉCONOMIQUE

Combattus dans les relations entre professionnels²⁰⁾, les abus de position dominante sont a fortiori condamnés dans le domaine de la consommation. Par souci d'une plus grande efficacité, le droit est même sollicité davantage pour réprimer les comportements les plus blâmables. Ainsi, par exemple, l'article 7 de la loi du 22 décembre 1972 a t-il créé le délit d'abus de faiblesse repris et étendu par l'article 1 er de la loi du 18 janvier 1992²¹⁾.

-
- 20) *"Quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour lui faire souscrire, par le moyen de visites à domicile, des engagements à comptant ou à crédit sous quelque forme que ce soit, sera puni d'un emprisonnement de un à cinq ans et d'une amende de 3,600 à 60,000 F. ou de l'une de ces deux peines seulement, lorsque les circonstances montrent que cette personne n'était pas en mesure d'apprécier la portée des engagements qu'elle prenait ou de déceler les ruses ou artifices déployés pour la convaincre à y souscrire, ou font apparaître qu'elle a été soumise à une contrainte".*
- 21) A cela s'ajoutent les dispositions de l'art. 1er-II qui ajoutent cinq circonstances dans lesquelles le délit peut être consitué: "Sont également soumis à ces dispositions les engagements obtenus:
 "- soit à la suite d'un démarchage par téléphone ou télécopie;
 "- soit à la suite d'une sollicitation personnalisée, sans que cette sollicitation soit nécessairement nominative, à se rendre sur un lieu de vente, effectuée à domicile et assortie de l'offre d'avantages particuliers;
 "- soit à l'occasion de réunions ou d'excursions organisées par l'auteur de l'infraction ou à son profit;
 "- soit lorsque la transaction a été faite dans des lieux non destinés à la commercialisation du bien ou du service proposé ou dans le cadre de foires ou de salons;

Sur le terrain, la préoccupation de ce texte pour un meilleur équilibre contractuel entre professionnel et consommateur s'observe à nouveau, renforçant ainsi la tendance du droit de la consommation à intervenir d'abord sur le fond par un meilleur contrôle du contenu des contrats, ensuite sur la procédure par le développement des actions collectives qui rompent l'isolement du non-professionnel.

A - LE CONTRÔLE DU CONTENU DU CONTRAT

Comme toute lutte, celle que le droit positif livre en faveur du consommateur prend le double aspect de la prévention et de l'élimination.

1) *La prévention des abus*

Le tout premier moyen de combattre les abus réside dans une volonté bien éclairée du consommateur. On voit ainsi le développement de l'information produire ici ses conséquences, prendre toute sa portée. Dans le même sens, il faut souligner le rôle joué par le formalisme renaissant en matière de consommation. Parce qu'elles sont à la fois un support d'information et une barrière de protection pour le non-professionnel, les mentions obligatoires sont pour la loi un instrument utile à l'équilibre du contrat. La réforme de 1992 opère, sur ce point, quelques avancées: le contrat de vente d'un bien meuble ou de fourniture d'une prestation de services doit indiquer ses délais d'exécution²²⁾, l'entreprise de vente ou de fourniture d'une prestation de services doit préciser dans le contrat ses coordonnées²³⁾; tout paiement doit être précédé d'un engagement exprès du consommateur²⁴⁾.

La prévention légale des abus de puissance économique consiste aussi à imposer aux parties en présence un comportement génératrice d'équilibre. C'est le sens des délais de réflexion ou de repentir requis par le droit positif pour la conclusion de certains contrats dans le domaine de la consommation²⁵⁾. De façon beaucoup plus limitée, mais dans la même ligne, le texte de 1992 impose une réglementation sur la

“- soit lorsque la transaction a été conclue dans une situation d'urgence ayant mis la victime de l'infraction dans l'impossibilité de consulter un ou plusieurs professionnels qualifiés, tiers au contrat;

“Les dispositions qui précèdent sont applicables à quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour se faire remettre, sans contreparties réelles, des sommes en numéraire ou par virement, des chèques bancaires ou postaux, des ordres de paiement par carte de paiement ou carte de crédit, ou bien des valeurs immobilières, au sens de l'article 529 du Code civil.”

22) Art. 3-I, al. 1.

23) Art. 5, al. 1.

24) Art. 7.

25) Cf. par exemple la loi du 22 décembre 1972 sur le démarchage à domicile (art. 3); la loi 78-22 du 10 janvier 1978 sur certaines opérations de crédit (art. 7); la loi du 6 janvier 1988 sur le télé-achat (art. 1er).

restitution au non-professionnel des sommes indûment versées²⁶⁾, sur les délais d'exécution de certains contrats²⁷⁾ et la mise en oeuvre de la garantie dans la vente ou la réparation d'un bien meuble²⁸⁾.

En résumé, l'arsenal des moyens de prévention est donc légèrement augmenté. Il reste que la pièce maîtresse dans la lutte contre les abus est dans l'élimination des clauses abusives. Or, la loi récente paraît ici étrangement silencieuse.

2) *L'élimination des clauses abusives*

Le projet du Gouvernement comprenait à l'origine un article 9 ainsi rédigé: "Le juge peut déclarer non écrite une clause relative au caractère déterminé ou déterminable du prix ainsi qu'à son versement, à la consistance de la chose ou à sa livraison, à la charge des risques, à l'étendue des responsabilités et garanties, aux conditions d'exécution, de résiliation, de résolution ou de reconduction des conventions, lorsque de telles clauses apparaissent comme imposées aux non-professionnels ou consommateurs par un abus de la puissance économique de l'autre partie et confèrent à cette dernière un avantage excessif". Dans le texte définitif de la loi, cette disposition qui devait, avec l'admission de la publicité comparative et l'action en représentation conjointe²⁹⁾, constituée une grande avancée du droit de la consommation, a disparu.

Certains n'ont pas manqué d'exprimer leurs regrets³⁰⁾, mais il convient de relativiser cette déception par le rappel d'une évolution significative du droit positif en matière de clauses abusives, spécialement de la jurisprudence.

L'article 35 de la loi 78-23 du 10 janvier 1978 dite "loi SCRIVENER" a été un pas décisif dans l'élimination des clauses abusives insérées dans les contrats conclus par les consommateurs³¹⁾. Son premier mérite est sûrement de fournir une définition de

26) Art. 7.

27) Art. 3.

28) Art. 4.

29) V. infra cette action prévue par l'article 8.

30) Cf. J. HUET, art. précité n°s 1 et s.

31) Article 35, loi 78-23 du 10 janvier 1978 ss art. 1134 C. civ.: Dans les contrats conclus entre les professionnels et non-professionnels ou consommateurs, peuvent être interdites, limitées ou réglementées, par des décrets en Conseil d'Etat pris après avis de la commission instituée par l'article 36, en distinguant éventuellement selon la nature des biens et des services concernés, les clauses relatives au caractère déterminé ou déterminable du prix ainsi qu'à son versement, à la consistance de la chose ou à sa livraison, à la charge des risques, à l'étendue des responsabilités et garanties, aux conditions d'exécution, de résiliation, résolution ou reconduction des conventions, lorsque de telles clauses apparaissent imposées aux non-professionnels ou consommateurs par un abus de la puissance économique de l'autre partie et confèrent à cette dernière un avantage excessif. V. infra, Décr. n°78-464 du 24 mars 1978.

ces clauses reposant sur le double critère de l'abus de puissance économique du professionnel et l'avantage excessif qu'il tire de la stipulation contractuelle. Le texte avait encore un second atout qui à l'expérience s'est révélé une faiblesse; ayant écarté le recours individuel au juge, la loi SCRIVENER a créé une Commission des clauses abusives chargée de détecter ces dernières; afin de les éliminer de façon générale, il a été décidé que c'est le pouvoir exécutif, par décret, qui les déclarerait non écrites. Quoique surprenante, cette mise à l'écart des tribunaux judiciaires aurait été acceptée si le Gouvernement s'était révélé efficace; or, la vérité est que l'article 35 est pratiquement resté lettre morte³²⁾, malgré le travail de la Commission des clauses abusives.

Dans ce contexte, il n'est pas surprenant que le juge, dans un premier temps écarté, ait souhaité, sous la pression des faits, prendre en compte l'intérêt des consommateurs en s'attaquant aux clauses abusives³³⁾. Une jurisprudence de la Cour de Cassation s'est ainsi progressivement développée³⁴⁾: elle a trouvé son aboutissement dans un arrêt du 14 mai 1991 qui approuve une décision du fond qui répute non écrite une clause abusive³⁵⁾. Sans se référer naturellement à l'article 35, la Cour de Cassation en utilise les critères pour caractériser la clause abusive; elle se reconnaît le pouvoir autonome de les sanctionner.

Pour le consommateur, le silence de la loi du 18 janvier 1992 à propos des clauses abusives n'est pas inquiétant puisque la protection par le juge est déjà acquise. Pourtant, il aurait sans doute été préférable que cette solution reçût un fondement légal indiscutable, surtout si l'on ajoute que le développement des actions collectives en matière de consommation accroît la portée de l'arrêt du 14 mai 1994.

De telles clauses abusives, stipulées en contradiction avec les dispositions qui précèdent, sont réputées non écrites.

Ces dispositions sont applicables aux contrats quels que soient leur forme ou leur support. Il en est ainsi notamment des bons de commande, factures, bons de garanties, bordereaux ou bons de livraison, billets, tickets contenant des stipulations ou des références à des conditions générales préétablies.

Les décrets ci-dessus peuvent, en vue d'assurer l'information du contractant non-professionnel ou consommateur, réglementer la présentation des écrits constatant les contrats visés au premier alinéa.

- 32) Si l'on excepte le décret du 24 mars 1978, en partie annulé par le Conseil d'Etat et d'un décret d'intérêt secondaire du 22 décembre 1987.
- 33) Cf. obs. F.A. in R.T.D. Civ. 1992-459.
- 34) V. Cass. Civ. 1ère, 16 juillet 1987, D. 1987, Som. 456, obs. J.L. AUBERT; D. 1988-49 note J. CALAIS-AULOY; JCP 1988-II-21001, obs G. PAISANT; R.T.D. Civ. 1988-114, obs. J. MESTRE; Cass. Civ. 1ère, 6 décembre 1989, D. 1990-289 note J. GHESTIN; JCP 1990 éd. Ent. II, n°15902, obs. Ph. DELEBECQUE.
- 35) V. Cass. Civ. 1ère, 14 mai 1991-446 note J. GHESTIN.

B - LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIONS COLLECTIVES

Le mouvement “consumériste” a conduit de plus en plus de consommateurs à se regrouper dans des associations très actives. Pour soutenir leurs efforts, ces associations, du moins les plus importantes (celles qui sont agréées), se sont vu reconnaître des prérogatives nouvelles sur le terrain de la procédure judiciaire: la loi du 5 janvier 1988 admet l'action dans l'intérêt collectif des consommateurs; mais la nouveauté est surtout dans la loi du 18 janvier 1992 qui introduit l'action en représentation conjointe (art. 8).

1) *L'action des associations de consommateurs prévue par les articles 3, 5 et 6 de la loi du 5 janvier 1988*

Traditionnellement, la Cour de Cassation n'est guère favorable aux associations qui prétendent agir en justice pour défendre un intérêt collectif et les associations de consommateurs plus spécialement avaient été victimes de cette interprétation restrictive³⁶⁾. La loi du 5 janvier 1988 a voulu corriger cette situation en leur permettant de se constituer partie civile devant la juridiction répressive, intervenir devant les tribunaux civils aux côtés d'un consommateur, solliciter des juges la suppression des clauses abusives³⁷⁾. On peut au passage se demander si par le biais, la loi de 1988 n'a pas encouragé l'audace des juges et favorisé l'émergence de l'arrêt de la Cour de Cassation du 14 mai 1991.

2) *L'action en représentation conjointe*

Cette action n'est pas une action de groupe³⁸⁾, permettant à une association de consommateurs d'agir en justice au nom d'un groupe indéterminé de consommateurs, comme peuvent l'être la “class-action” (U.S.A.) ou le recours collectif (Quebec). Plus limitée, l'action en représentation conjointe créée par l'article 8 de la loi du 18 janvier 1988 n'en est pas une importante innovation en France (et en Europe) dans le droit de la consommation puisqu'elle vient directement déroger à la règle traditionnelle “*Nul ne plaide par procureur*”³⁹⁾.

36) V. Cass. Civ. 1^{re}, 16 janvier 1985, JCP 1985, éd. G-II, n°20484, obs. J. CALAIS-AULOY; D. 1985-317 note J.L. AUBERT.

37) V. J. CALAIS-AULOY, *Les actions en justice des associations de consommateurs*, D. 1988, Chr. 193; G. VINEY, *Un pas vers l'assainissement des pratiques contractuelles: la loi du 5 janvier 1988 relative à l'action en justice des associations agréées de consommateurs*. JCP 1988, Ed. Gén. I, n°3355.

38) En revanche, c'est la solution préconisée par le projet de Code de la consommation.

39) Sans parler de l'article 5 du Code civil qui prohibe les arrêts de règlement.

L'idée est que cette action offre aux associations de consommateurs le droit d'intervenir devant toute juridiction en réparation des préjudices individuels subis par des consommateurs, personnes physiques identifiées, ayant donné un mandat écrit⁴⁰⁾, dès lors que ces préjudices ont une origine commune et sont imputables ou même professionnel.

Cette action peut être d'une grande efficacité si elle est utilisée, comme ce sera sans doute le cas, par des associations dynamiques. Il en résultera certainement un accroissement des litiges avant de provoquer peut-être chez les professionnels une attitude plus mesurée dans l'élaboration des contrats d'adhésion. Il est, en tout cas, certain que l'action en représentation conjointe peut multiplier les critiques contre des clauses abusives insérées dans les modèles de contrat⁴¹⁾ et pour cette raison favoriser leur réduction.

CONCLUSION

Les solutions contenues dans la loi du 18 janvier 1992 sont, en la forme, à l'image du droit français de la consommation: peu satisfaisantes pour le juriste doté de l'esprit de géométrie⁴²⁾, peu accessibles pour les consommateurs, ce qui est beaucoup plus grave car ces dernières ne manqueront pas de protester de plus en plus vivement contre des textes qui prétendent les protéger dans des conditions incompréhensibles.

Sur le fond, la réforme n'annonce pas seulement un Code de la consommation; elle façonne un peu plus le statut du consommateur désormais traité à part comme le commerçant, le salarié. Cette évolution qui n'est pas propre à la France, est inévitable et sans doute souhaitable. Se dégagera progressivement la nécessité d'une harmonisation communautaire, déjà amorcée par des projets de directive (notamment en matière de clauses abusives⁴³⁾). En vérité, cette évolution n'est pas spécialement dangereuse; ce qui serait préoccupant c'est l'oubli progressif de la théorie du contrat et de son caractère indispensable. Laissant les législateurs se préoccuper d'unifier le droit de la consommation, la doctrine européenne, fidèle à une imposante tradition historique (continentale, il est vrai) doit se préoccuper d'adapter, c'est-à-dire d'approfondir, l'immortel droit général du contrat.

40) L'article 8-1 interdit au passage la sollicitation publique des victimes par les associations.

41) Sur ce point le gros travail réalisé par la Commission des clauses abusives et exposé dans des recommandation annuelles peut, à défaut d'avoir retenu l'attention du Gouvernement, être une source utile d'informations.

42) Cette critique est aujourd'hui atténuée par la mise en ordre opérée par le nouveau code de la consommation.

43) Cf. J. HUET, art. précité.

