

L'obligation d'information du consommateur

à l'emprisonnement, dont le législateur a carrément écarté l'emprisonnement qui était de dix jours à deux mois . Enfin, on constate clairement que la qualification est passée de la contravention au délit.

CONCLUSION

L'obligation d'information dépend de l'ignorance dont souffre le consommateur dans le cadre contractuel avec le professionnel , et plus la faiblesse conventionnelle sera importante , plus l'obligation d'information est lourde ; en fait c'est une obligation protéiforme .

Cette obligation protégée par le législateur algérien , selon des textes parfois paradoxales , afin de répondre aux besoins des consommateurs , tout en reprenant des dispositions internationales .

Dont le texte principal reste la loi 09-03, cette loi qui n'a pas empêcher d'autres textes d'intervenir en matière d'information du consommateur , ce qui peut d'une part conduire le consommateur au renoncement, et d'autre part , représenter une protection instable et dispersée. Enfin , Cette lacune est laissée à la discrétion du législateur algérien, car une telle approche ne semble pas être en conformité avec l'esprit du droit de la consommation qui tend à être harmonisé afin de répondre à une logique d'unification.

Passant ensuite à la qualité du consommateur afin de défendre ses droits et d'ester en justice , on peut retrouver les associations de protection des consommateurs , qui sont légalement constituée dont le but est d'assurer la protection du consommateur à travers son information, sa sensibilisation, son orientation et sa représentation⁴³ ; elles peuvent ainsi bénéficier de l'assistance judiciaire ⁴⁴.Elles peuvent même se constituer partie civile, lorsqu'un ou plusieurs consommateurs ont subi des préjudice individuels, causés par le fait d'un même intervenant et ayant une origine commune⁴⁵ .

Ainsi, en cas violation de l'obligation d'information, c'est la qualification pénale qui s'impose, du moment où est puni d'une amende de cent mille dinars (100.000 DA) à un million de dinars (1.000.000 DA), quiconque enfreint l'obligation d'étiquetage du produit⁴⁶ .

En plus, sont qualifiées de défaut d'information sur les prix et les tarifs, les infractions aux dispositions concernant l'obligation d'information sur les prix et les tarifs , et punies d'une amende de cinq mille dinars (5.000 DA) à cent mille dinars(100.000 DA) ⁴⁷.

On remarque que le législateur a alourdi l'amende, du moment où cette dernière est passée de 100à 1000DA dans l'ancienne législation⁴⁸ jusqu'à 100.000 DA ou encore 1.000.000 DA dans les nouveaux textes, précédemment cités .Contrairement à la qualification de ces infractions quant

alimentaires , doit être interprété en ce sens qu'il n'est pas de nature à faire obstacle à une réglementation nationale qui permet une information des citoyens mentionnant le nom de la denrée alimentaire ainsi que celui de l'entreprise sous le nom ou le nom commercial de laquelle la denrée a été fabriquée , traitée ou distribuée , dans une situation où une telle denrée , bien que n'étant pas préjudiciable à la santé , est impropre à la consommation, mais cette autorité a une position à prendre , revue contrats , concurrence , consommation , n°6, juin2013 , 23e année , p 04 .

43 L'article 21 de la loi 09-03 .

44 L'article 22 de la loi 09-03.

45 L'article 23de la loi 09-03.

46 Selon l'article 78 du décret exécutif n° 13-378 du 9 novembre 2013 fixant les conditions et les modalités relatives à l'information du consommateur, J.O.R.A, 18 novembre 2013, n° 58,p 08 .

47 Article 31 de la loi 04-02

48 L'article 28de la loi n° 89-02 , qui prévoyait la peine d'un emprisonnement de dix (10) jours à deux (2) mois et/ou d'une amende de 100 à 1000 DA.

L'obligation d'information du consommateur

mois avant le terme , de la faculté qu'il a de ne pas poursuivre le contrat assorti d'une clause de reconduction tacite . L'information lui rappelle son droit de bloquer le renouvellement du contrat et doit lui permettre, pendant le délai précédent la survenance du terme, de comparer les offres concurrentes sur le marché et de réfléchir à la poursuite ou non de la relation. Initialement, le texte n'imposait pas une information écrite nominative ou personnalisée : elle était souvent réalisée via une facture adressée au client, un catalogue, voire dans le magazine tenant lieu de programme mensuel de télévision expédié aux abonnés pour les contrats concernant le secteur. La loi n'imposait pas un courrier distinct et les procédés utilisés par les professionnels étaient source de contentieux. Pour le consommateur, ils rendaient l'information moins lisible .Pour le professionnel, ils ne lui permettaient pas de prouver qu'il s'est correctement exécuté dans le temps. A défaut de précision légale, on pouvait admettre une information par écrit électronique dès lors qu'il constitue un support durable. Avec la réforme Hamon , le procédé de la lettre nominative ou du courrier électronique dédié est rendu obligatoire . La loi n'a pas voulu imposer le recours à un envoi en recommandé en raison de son coût et de la volonté d'éviter aux consommateurs absents de chez eux d'avoir à se rendre au bureau de poste pour recevoir le courrier. L'évolution va dans le sens d'une meilleure information du consommateur : effective et lisible .Elle le sera d'autant plus que l'article L.136-1 concernant cette obligation , doit également être reproduit intégralement dans les contrats de prestation de service auxquels il s'applique .Le consommateur doit donc être informé deux fois : lors de la rédaction du contrat et chaque année ensuite ⁴⁰ .

Selon le droit algérien , sur le plan procédural on commence par la création d'un conseil national pour la protection des consommateurs ⁴¹ qui émet son avis et propose des mesures qui contribuent au développement et à la promotion de politiques de protection du consommateur⁴².

40 Delphine BAZIN-BEUST , Droit de la consommation , Gualino Lextenso éditions , 2015, p58.

41 L'article 24 de la loi 09-03.

42 Il a été jugé que l'Autorité fixant les procédures relatives à la sécurité des denrées

de la cour de cassation a décidé qu'il incombait au vendeur professionnel de prouver qu'il s'était acquitté de l'obligation de conseil lui imposant de se renseigner sur les besoins de l'acheteur afin d'être en mesure de l'informer en ce qui concerne l'adéquation de la chose proposée à l'utilisation qui en est prévue³⁷.

La violation par le professionnel de son obligation d'information et de conseil peut entraîner la résolution de la vente dans les conditions du droit commun. A manqué à cette obligation le professionnel qui a fait signer au consommateur un engagement juridiquement irrévocable résultant de la signature d'un bon de commande, alors : - d'une part, que la vente étant conclue hors de son domicile et sans qu'il dispose d'un plan précis et détaillé de sa pièce à usage, l'acquéreur ne pouvait être certain de l'adéquation des biens achetés avec celle-ci et qu'il en découlait une indétermination partielle de la chose et du prix, ce qui constituait une caractéristique essentielle de cette convention ; - d'autre part, que le professionnel ne justifie pas lui avoir donné connaissance avant la signature de la portée juridique des conditions générales de vente concernant les modalités futures d'adaptation du bien et les modifications potentielles du prix à payer, sans pouvoir jamais contester une modification de cette convention pouvant pourtant s'avérer substantielle et en sa défaveur. La vente doit être résolue dès lors que si le consommateur avait été pleinement informé de conditions juridiques et financières de son engagement contractuel, il ne l'aurait pas conclue dans de telles conditions³⁸.

Selon le droit français³⁹, le prestataire doit informer le consommateur par écrit dans des délais légaux, soit au plus tôt trois mois et au plus tard un

37 En l'espèce, des consommateurs avaient acheté à une société spécialisée du carrelage. Ils ont alors posé ce carrelage autour de leur piscine. Or ce carrelage se désagrègea dans la mesure où il était incompatible avec le traitement de l'eau de leur piscine selon le procédé de l'électrolyse au sel. Pour n'avoir pas vérifié l'adéquation des matériaux vendus aux besoins des acheteurs, le professionnel a donc engagé sa responsabilité contractuelle pour manquement à son obligation de conseil. cas cité in : Eric BAZIN, op.cit.p 21.

38 Cour d'appel de Montpellier, 1^{ère} chambre section 1, Audience publique du jeudi 15 janvier 2015, n° de RG: 12/00197.

39 L'article L.136 al1 du droit français de la consommation dispose que : « le professionnel prestataire de services informe le consommateur par, par lettre nominative ou courrier électronique dédiés, au plus tôt trois mois et au plus tard un mois avant le terme de la période autorisant le rejet de la reconduction tacite. Cette information, délivrée dans des termes clairs et compréhensibles, mentionne, dans un encadré, la date limite de résiliation ».

L'obligation d'information du consommateur

l'objet d'une prétention fondée sur la « **culpa in contrahendo** »³⁵. Celle-ci n'autorise toutefois que la réparation de l'intérêt négatif du consommateur – dommage qu'il aura parfois de la difficulté à établir – et ne permet pas d'exiger l'exécution du contrat conformément aux informations erronées du professionnel. Deuxièmement, le consommateur peut faire valoir un vice du consentement – erreur ou dol – pour invalider le contrat. Cet outil est efficace, mais il exige du consommateur qu'il prouve, dans le cas concret, son erreur ou la tromperie ainsi que leur influence sur la volonté viciée³⁶.

Après l'obligation d'information vient l'obligation de mise en garde qui est plus exigeante. En effet, le professionnel doit non seulement informer le consommateur sur tout élément objectif du contrat mais également attirer son attention sur les risques encourus au cas où la mise en garde ainsi réalisée ne serait pas respectée.

Ensuite, on retrouve l'obligation de conseil qui est une obligation beaucoup plus exigeante que les obligation d'information ou de mise en garde. En effet, il ne s'agit plus seulement d'informer le consommateur sur le produit ou le service ou d'attirer son attention sur les risques encourus. Il s'agit effectivement de s'assurer pour le professionnel que la conclusion du contrat de consommation est opportune, c'est-à-dire adaptée aux besoins du consommateur. Cela signifie que le professionnel peut aller jusqu'à déconseiller le consommateur de souscrire à l'opération.

cette obligation de conseil a deux domaines d'élection :

-la fourniture d'appareils ou d'ensemble complexes(par exemple l'informatique) ;

-ou les professionnels du droit tels que les notaires, les avocats, les huissiers de justice...

Mais la jurisprudence contemporaine tend à généraliser l'obligation de conseil. Ainsi dans un arrêt du 28 Octobre 2010, la première chambre civile

35 La traduction en langue française : « La faute en contractant ».

36 Blaise CARRON, op.cit.

En effet, pareille obligation n'est pas homogène. Son objet et son intensité varient selon la qualité des parties (spécialiste, profane, consommateur) et le type de bien vendu (chose dangereuse, complexe etc. Il est ensuite parfois difficile de distinguer l'obligation de renseignement de celle de conseil, leurs frontières étant floue. Cela a été souligné : « le conseil étant la mise en relation d'un renseignement avec l'objectif poursuivi par le destinataire de celui-ci, l'obligation de renseignement est difficile à distinguer de l'obligation de conseil toutes les fois que le débiteur connaît – ou ne pouvait légitimement ignorer – cet objectif »³³.

Aussi, l'obligation d'information se transforme en devoir de conseil lorsque son créancier est un profane incapable d'apprécier seul la portée de son acte. Le devoir de conseil impose à son débiteur une charge plus lourde que la simple obligation de renseignements. En plus de l'information qu'il doit donner, il lui incombe de conseiller son futur cocontractant quant à l'opportunité même des décisions à prendre, c'est-à-dire de lui indiquer la voie qui lui paraît la meilleure, de le pousser à l'adopter et de le mettre en garde contre les risques graves qui existeraient à ne pas l'écouter. L'obligation d'information a une telle intensité quand le créancier est un consommateur. Présumé ignorant, le consommateur est en droit d'attendre de son cocontractant professionnel « la mise en relation du renseignement brut avec l'objectif qu'il poursuit »³⁴.

Ainsi, trop d'informations tue l'information : les consommateurs, ne peuvent souvent pas gérer la pléthore de données et ne parviennent pas à identifier le contenu de l'information ou les éléments essentiels de celle-ci. Enfin, l'efficacité des informations dépend largement des sanctions prévues pour la violation relative à leur transmission.

Lorsqu'un professionnel viole un devoir d'information spécifique du droit de la consommation, le consommateur peut en principe recourir aux instruments classiques du droit des obligations. Le professionnel peut premièrement faire

33 G. Pignarre, op.cit .

34 Laurent BRUNEAU, op.cit , p382 .

L'obligation d'information du consommateur

Quant à l'information sur les prix et les tarifs des biens et services à l'égard du consommateur doit être assurée aussi par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié. Les prix et les tarifs doivent être indiqués de façon visible et lisible.

Les biens mis en vente à l'unité, au poids ou à la mesure doivent être comptés, pesés ou mesurés devant l'acheteur.

Toutefois, si ces biens sont préemballés, comptés, pesés ou mesurés, les mentions apposées sur l'emballage doivent permettre d'identifier le poids, la quantité ou le nombre d'articles correspondant au prix affiché³¹.

L'obligation d'informer le consommateur impose, notamment, au professionnel de se renseigner sur les besoins du consommateur et de l'informer de l'adéquation du bien proposé à l'utilisation qui en est recherchée, aussi il doit l'interroger sur ce qu'il recherche en procédant à l'achat du bien convoité. Si ce bien ne correspond pas à ces besoins le professionnel doit le dissuader de réaliser l'achat. Il y a là toute une mentalité commerciale qui est remise en cause³².

Eclairer un consommateur, n'est pas la même chose que le conseiller sur le fonctionnement, la pose ou le montage d'un bien acquis. Ainsi les renseignements qu'un professionnel doit fournir avant la conclusion du contrat se distinguent de ceux qui doivent être délivrés après cette conclusion. Théoriquement, L'obligation de renseignement se distingue du devoir de conseil et, a fortiori, de l'obligation de renseignement dans l'exécution du contrat, que celle-ci soit une obligation accessoire ou l'obligation principale du contrat.

31 Article 5 du Chapitre I : De l'information sur les prix, les tarifs et les conditions de vente, sous le Titre II : De la transparence des pratiques commerciales, de loi n° 04-02 du 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales, J.O.R.A. du 27 juin 2004, n°41, p03.

32 Guy RAYMOND, op.cit, p45.

, n'est pas valable pour l'emballage, étant donné que d'après l'article 7 de l'ordonnance 03-06 stipule que « Sont exclus de l'enregistrement :...les signes consistant en la forme des produits ou de leur emballage, si cette forme est imposée par la nature même ou par la fonction de ces produits ou de cet emballage ». Ceci dit l'emballage ne peut être enregistré comme marque que lorsqu'il n'est pas imposé par la nature du produit lui-même. Et cela même si le législateur selon le décret exécutif n°90-367²⁶ a considéré que tout emballage destiné aux produits alimentaires doit être déposé²⁷, et c'est « malheureusement » une position qui n'a pas été touchée par la modification du décret exécutif n°05-484²⁸ modifiant et complétant le décret 90-367.

On constate que les textes précédents, parfois paradoxales, viennent répondre aux exigences internationales, principalement les dispositions de l'organisation mondiale du commerce OMC, par les accords OTC²⁹ et SPS³⁰.

26 Le décret exécutif n°90-367 du 10 novembre 1990 relatif à l'étiquetage et à la présentation des denrées alimentaires, J.O.R.A. du 21 novembre 1990, n°50p1353.

27 L'article 3 du décret exécutif 90-367: Tout emballage destiné aux produits alimentaires doit être déposé conformément aux dispositions de l'ordonnance n° 66-86 du 28 avril 1966
28 Décret exécutif n°05-484 du 22 décembre 2005 modifiant et complétant le décret 90-367 du 10 novembre 1990 relatif à l'étiquetage et à la présentation des denrées alimentaires, JORA du 25 décembre 2005, n°83, p03.

Ce texte est fondé sur les directives du CODEX Alimentarius relatives à l'étiquetage des denrées alimentaires.

CODEX STAN 1-1985 (Rév. 2-1999): Normes générales CODEX pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées.

CAC/GL 2-1985: Directives concernant l'étiquetage nutritionnel.

CODEX STAN 107-1981: Norme générale pour l'étiquetage des additifs alimentaires vendus entant que tels.

29 L'Accord sur les obstacles techniques au commerce (O.T.C) a pour objet de faire en sorte que les prescriptions relatives au produit et les procédures utilisées pour évaluer la conformité avec ces prescriptions ne créent pas d'obstacles inutiles au commerce. Il s'applique aux prescriptions relatives au produit dont le respect est obligatoire ou volontaire. Il vise les prescriptions relatives au produit élaborées par les pouvoirs publics (au niveau central ou local) ou par des entités privées au niveau national ou régional.

30 L'Accord sur les mesures sanitaires et phytosanitaires (S.P.S) a un double objectif, à savoir: reconnaître le droit souverain des Membres d'assurer le niveau de protection sanitaire qu'ils considèrent approprié; et faire en sorte que les mesures SPS ne représentent pas des restrictions inutiles, arbitraires, scientifiquement injustifiables ou déguisées au commerce international.

L'obligation d'information du consommateur

possèdent²². Sans toutefois écarter le critère du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé²³.

Revenant à la marque de produit ou de service qui est obligatoire pour tout produit ou service offert, vendu ou mis en vente sur le territoire national. Lorsque la nature ou les caractéristiques des produits ne permettent pas l'apposition d'une marque, cette dernière doit être portée sur l'emballage ou lorsque cela est impossible, sur le contenant²⁴; sinon à défaut de marquage du produit ou du service on se retrouve devant une infraction, et c'est d'ailleurs la même qualification pour l'apposition de marque non enregistrée²⁵. Il est à souligner que l'obligation concernant l'enregistrement de la marque

22 En refusant d'annuler les marques de la société Hero AG et de retenir à l'encontre de la société Hero France une faute de concurrence déloyale, bien qu'il fût interdit d'utiliser l'adjectif « pur » dans la désignation d'une confiture; le consommateur normalement avisé sait que la confiture, composée d'un mélange de fruits et de sucre, est censée ne contenir aucune bactérie tant qu'elle n'est pas ouverte; qu'il relève encore que le signe « Confi'Pure » est un néologisme résultant de la réunion du terme « confi » et de l'adjectif « pure » qui, pris dans son ensemble, est évocateur des gelées, confitures; qu'ayant ainsi souverainement estimé que le consommateur d'attention moyenne ne perçoit pas le vocable « pure » comme désignant une qualité particulière que les produits concurrents ne posséderaient pas mais comme constituant avec le terme « confi » et l'élément figuratif un terme de fantaisie ne présentant aucun caractère trompeur pour identifier l'origine des produits visés par les enregistrements et ne révélant aucun comportement fautif.

Cour de cassation, chambre commerciale, Audience du mardi 21 janvier 2014, n° de pourvoi: 12-24959

23 Du moment où le consommateur doit être en principe attentif, il connaît bien son code de la consommation et doit aussi savoir que « fait maison » n'a rien à voir avec le « tout bio ». Guy RAYMOND, « Fait maison », revue contrats, concurrence, consommation, n°11, Novembre 2014, 24e année, p10.

24 Selon l'article 3 de l'ordonnance n° 03-06 du 19 juillet 2003 relative aux marques, JORA du 23 juillet 2003, n°44, p 18.

25 L'article 33 de l'ordonnance 03-06 stipule que : Sont punis d'un emprisonnement d'un (1) mois à un (1) an et d'une amende de cinq cent mille (500.000 DA) à deux millions (2.000.000 DA) de dinars ou de l'une de ces deux peines seulement :

- 1) ceux qui n'apposent pas de marque sur leurs produits ou leurs services ou qui ont sciemment vendu ou mis en vente un ou plusieurs produits ou offert des services sans marque;

- 2) ceux qui ont apposé sur leurs produits ou services une marque n'ayant pas fait l'objet d'un enregistrement ou d'une demande d'enregistrement,

Ainsi , selon la législation en vigueur qui est plus précise que l'ancienne¹⁸ , dispose que tout professionnel doit porter à la connaissance du consommateur toutes les informations relatives au produit qu'il met à la consommation, par voie d'étiquetage, de marquage ou par tout autre moyen approprié¹⁹, et cela principalement en langue arabe²⁰ .

Commençant par l'information par l'étiquetage , qui peut comprendre la marque , cette dernière a pour fonction de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit de ceux qui ont une autre provenance, tandis que l'étiquetage²¹ a pour objet de fournir à au consommateur des informations sur les caractéristiques du produit concerné que ne peut être adopté comme marque un signe dont l'utilisation est légalement interdite ; qu'en matière de présentation des denrées alimentaires, laquelle inclut la marque, est proscrite toute mention soulignant une caractéristique particulière que toutes les denrées alimentaires similaires

Prix des carburants : extension de l'obligation de publication d'information ,revue contrats , concurrence , consommation , n°8-9, aout septembre2013 , 23e année , p 04 .

18 la loi n° 89-02 du 7 février 1989 relative aux règles générales de protection du consommateur, J.O.R.A du 08 Février 1989, n° 6 ,page 114 .D'après les article 3 et 4 concernant l'information du consommateur .

19 Article 17, sous le Chapitre V : « De l'obligation de l'information du consommateur » de la loi n° 09-03 .

20 Selon l'article 18 de la loi n° 09-03: L'étiquetage, le mode d'emploi, le manuel d'utilisation, les conditions de garantie du produit et toute autre information prévue par la réglementation en vigueur, doivent être rédigés essentiellement en langue arabe et, accessoirement, dans une ou plusieurs autres langues accessibles aux consommateurs, de façon visible , lisible et indélébile.

21 Etiquetage : toutes mentions, écritures, indications ,marques, labels, images, illustrations ou signes se rapportant à un bien, figurant sur tout emballage, document, écriteau, étiquette, fiche, carte, bague ou collerette accompagnant ou se référant à un produit, quel que soit la forme ou le support l'accompagnant, indépendamment du mode d'apposition ; selon l'article 3 de la loi n° 09-03 précitée .

L'obligation d'information du consommateur

L'accès aux informations spéciales d'information requiert donc une tentative de remise en ordre , même si celle-ci est quelque peu arbitraire .

Particulières , les obligations spéciales d'information laissent apparaître malgré tous des domaines de prédilection comme les prix ou encore les caractéristiques des produits et des services proposés aux consommateurs¹⁴

Les renseignements sur les caractéristiques des biens et des services font fréquemment l'objet de dispositions dont le non-respect est pénalement sanctionné . L'inexécution de l'obligation générale d'information peut ,

en certaines circonstances , être constitutive du délit pénal de tromperie . le délit de tromperie prévient la désinformation sur « la nature , l'espèce , l'origine , les qualités substantielles , la composition ou la teneur en principes utiles de toutes marchandises » , ou encore « sur la quantité ou l'identité des choses livrées » , aussi sur « l'aptitude à l'emploi , les risques d'utilisation , les contrôles effectués , les modes d'emploi et les précautions à prendre »¹⁵ , et ou bien même « la notice d'un médicament »¹⁶ , enfin « les prix des carburants »¹⁷ .

14 - Des dispositions spéciales renforcent cette obligation , par exemple pour l'étiquetage des denrées alimentaires , même si des limites existent pour « la dénomination des produits typiques et spécialité d'appellation étrangère connus du plus large public » ; par exemple des expressions comme « product of France » , « made in » , ou « copyright » .

15 - Ouvrage collectif , coordination Yvan AUGUET ,op.cit, p59 ;

16 -Madame Y...invoque un défaut du produit lié à sa présentation et notamment le défaut d'information dont elle a été victime, la notice n'étant pas, selon elle, suffisamment explicite sur les risques encourus. Il ressort de l'examen de la notice d'information datée de 1995, produite par Madame Y..., qu'elle mentionne concernant les effets indésirables : «- douleurs musculaires et/ ou articulaires, tendinites avec ruptures exceptionnelles pouvant toucher le tendon d'Achille qui peuvent survenir dès les premiers jours de traitement et atteindre les deux jambes. «cette notice étant très détaillée ,on ne peut en aucun cas invoquer le vice quant à l'information du consommateur . Cour d'appel de Bordeaux , cinquième chambre civile, Audience du mercredi 18 mars 2015 ,n° de RG: 13/03029.

17 Un arrêté du 17juin 2013modifiant l'arrêté du 08juillet1988relatif à la publicité des prix de vente des carburants a étendu l'obligation de publication sur le site internet www.prix-carburants.gouv.fr des prix à la pompe au sans-plomb98. Cette

obligation concerne l'ensemble des stations françaises distribuant plus de 500m3 de carburant par an . Le site www.prix-carburants.gouv.fr , permet aux consommateurs d'avoir accès en temps réel aux prix des carburants de ces stations-services . cette mesure fait suite au rapport du Conseil général de l'économie , de l'énergie et des technologies (CGEJET) et à l'inspection générale des finances (IGF) sur les prix des carburants , et aux demandes récurrentes des consommateurs .

interviennent alors a posteriori , lorsque le litige se présente , pour sanctionner un manquement à l'obligation d'information que le professionnel n'a pas respectée ¹² .

Il est à souligner qu'en général, le consommateur se trouve en situation d'infériorité économique par rapport au professionnel. Etant donné que Ce dernier tente de réaliser du profit , afin d'assurer son développement. Au contraire, le consommateur est celui qui ne contracte que dans le but de satisfaire un intérêt personnel ou familial. Dès lors, l'infériorité économique de celui-ci résulte de la différence de finalité qui l'oppose au professionnel.

C'est cette différence essentielle de finalité qui explique les moyens financiers et économiques dont dispose le professionnel, et dont le consommateur est dépourvu. Celui-là raisonne en grande masse, envisageant une pluralité d'actes identiques, tandis que celui-ci donne son consentement pour un acte isolé, particulier. La position économique qu'occupe le professionnel lui permet ainsi de faire prévaloir ses prévisions, son anticipation. Au surplus, les moyens financiers dégagés par l'entreprise rendent possible l'utilisation systématique de l'assurance. Le professionnel est celui qui est assuré contre les risques inhérents à l'exercice de sa profession. Le consommateur, quant à lui, n'a souvent pas les moyens de s'assurer à la hauteur des risques qu'il encourt. Il y a donc, du côté du professionnel, une anticipation et une couverture complète du risque que l'on ne retrouve pas avec autant d'ampleur chez le consommateur ¹³ .

2-Les obligations spéciales d'information :

L'information spéciale du consommateur se conjugue au pluriel . Une grande diversité règne parmi les textes qui prévoient l'information , autre que générale , du consommateur . Sources dont la force juridique diffère , disciplines dont les finalités varient , sanctions civiles et pénales , contrats particuliers , clauses spécifiques , tout concourt à une impression de désordre .

12 - Guy RAYMOND , Etendue de l'obligation d'information du consommateur, revue contrats , concurrence , consommation ,n°12, Décembre 2013 , 23e année ,p40.

13 - Jean-Pascal CHAZAL ,op.cit .

L'obligation d'information du consommateur

nier l'existence d'une obligation contractuelle protectrice de l'intérêt des consommateurs sur le fondement d'une interprétation restrictive d'un texte du Code de la consommation¹⁰.

Ainsi, l'obligation générale d'information a pour but de permettre au consommateur d'exercer pleinement sa liberté contractuelle elle y participe au moins de deux manières

D'abord, elle favorise la transparence et rétablit l'équilibre informationnel entre professionnel et consommateur. Elle a ensuite un rôle économique. Le consommateur, qui conclut un contrat une seule fois, supporte un coût d'acquisition de l'information bien plus élevé que le professionnel, qui conclut le même contrat un grand nombre de fois et peut répartir ce coût sur une multitude de transactions.

Une telle obligation constitue un outil important du droit de la consommation. elle présente néanmoins certaines limites. Premièrement, elle contribue certes à corriger le déséquilibre informationnel et favorise une décision rationnelle, mais elle ne peut garantir ni le comportement rationnel du bénéficiaire ni le résultat juste et équilibré de la négociation contractuelle¹¹.

Cette information du consommateur se heurte à un certain nombre de difficultés que le législateur s'efforce de vaincre sans que les résultats soient toujours satisfaisants. La difficulté c'est l'ignorance des règles de droit par la plupart des consommateurs. Pour bien comprendre un contrat, et notamment les obligations qui découlent des conditions générales de vente, il faudrait avoir des connaissances juridiques qui font défaut à la majorité des consommateurs. Or, on ne peut exiger que le vendeur explique le contenu de son contrat, alors que lui-même ne sait peut-être pas bien de quoi il s'agit. La loi et la jurisprudence

10 Ouvrage collectif, coordination Yvan AUGUET, Droit de la consommation, Ellipses, Editions Marketing, 2008, p52.

11 Blaise CARRON, étude sur : La protection du consommateur lors de la formation du contrat, l'Université de Neuchâtel.

Cette obligation consiste pour le professionnel à délivrer une information objective , à savoir une information à l'état brut sur le produit ou le service . Toutefois , il est d'usage de distinguer entre :

-l'obligation précontractuelle qui a pour objet de délivrer toute information au consommateur nécessaire à son consentement (par exemple , le vendeur professionnel doit informer l'acheteur d'un accident grave survenu au véhicule) ; -et l'obligation contractuelle qui a pour objet de délivrer toute information nécessaire à la bonne exécution du contrat (par exemple , le mode d'emploi de la chose vendue) .

C'est une distinction qui apparaît aujourd'hui de plus en plus artificielle . Il n'en reste pas moins qu'une telle distinction garde son intérêt lorsqu'il s'agit de sanctionner tout manquement à l'une ou l'autre des obligations ⁸ .

Pratiquement la jurisprudence opte fréquemment pour la mise en œuvre des mécanismes de la responsabilité contractuelle bien que le législateur vise expressément l'information du consommateur « avant la conclusion du contrat » . Il est vrai que l'obligation légale apparaît de nature précontractuelle . La proposition est conforme à l'intérêt des consommateurs . La solution n'est pas contraire aux solutions dégagées par le droit commun . Toutefois , la jurisprudence a également découvert , parfois en s'appuyant sur les mêmes textes du code civile français⁹, une obligation contractuelle d'information dans un nombre croissant de contrats , spécialement dans ceux conclus entre professionnels et consommateurs . Là encore la solution n'est nullement en contradiction avec l'intérêt des consommateurs et il ne serait pas opportun, voire paradoxal, de

⁸ Eric BAZIN ,L'essentiel du droit de la consommation , éditions : Gualino et Lextenso , 2011, p 20 .

⁹ Notamment les articles 1134 et 1135 du code civile français .

L'obligation d'information du consommateur

Quant au fait générateur de l'obligation d'information, qui est l'ignorance d'un fait pertinent. Tout individu qui n'est pas en mesure de disposer d'une information pour lui essentielle, soit en raison de la technicité de cette information, soit en raison de son rapport de confiance avec son cocontractant, est créancier de cette obligation d'information. Dès lors, il faut se garder d'affirmer que l'obligation d'information a pour domaine principal les rapports entre professionnels et consommateurs. Certes, les professionnels connaissent les biens et les services qu'ils commercialisent, alors que les consommateurs sont, pour la plupart, incapables de les juger par avance et de les comparer entre eux. Aussi bien, le droit positif pose une présomption d'ignorance des consommateurs, présomption que l'on pourrait qualifier d'irréfragable⁶

Traditionnellement, deux conditions doivent être réunies pour que cette obligation d'information prenne vie. En premier lieu, une personne ne peut être tenue de renseigner son partenaire que si elle détient une information « pertinente », c'est-à-dire, une information dont la connaissance est de nature à conduire celui qui l'ignore, à modifier son comportement, soit qu'il renonce à son projet de conclure le contrat, soit qu'il persévère dans celui-ci en réexaminant les conditions. En second lieu, l'obligation d'information n'existe que si celui qui se prétend créancier de cette obligation a lui-même ignoré les données en question et si cette ignorance est légitime

L'ignorance est dite légitime lorsque l'intéressé était dans l'impossibilité de découvrir par lui-même le fait recelé alors que son partenaire y avait accès ou lorsque l'intéressé pouvait penser, en raison de la relation de confiance particulière qui l'unissait à son partenaire, que celui-ci prendrait l'initiative de l'informer⁷.

⁶ Le législateur ne fait qu'appliquer le principe « ex eo quod plerumque fit » par lequel le droit pose une présomption d'ignorance

Laurent BRUNEAU, thèse de doctorat sous le thème : contribution à l'étude des fondements de la protection du contractant , Université des Sciences Sociales de Toulouse , présentée et soutenue le 2 septembre 2005 , p379 .

⁷ *ibid.* , p381 ;

Dès avant la formation du contrat , le consommateur se trouve en face de professionnels qui lui proposent des biens et des services à des conditions plus ou moins bien déterminées . Ces rapports préliminaires influent sur la décision que prendra le consommateur et sur la décision dans laquelle il se trouvera s'il décide de contracter une partie importante du droit de la consommation régit donc les rapports préliminaires entre professionnels et consommateurs .

Pour cela, le consommateur a besoin d'une information aussi complète et objective que possible pour éclairer son consentement⁴ . Cette obligation d'information revêt deux caractères : générale (1) et spéciale (2) .

1-L'obligation générale d'information :

Pour le doyen Carbonnier « un homme est toujours capable de défendre ses droits pourvu qu'il soit éclairé ». Force est donc de constater que l'obligation d'information représente un enjeu majeur de la transparence de la convention et conditionne le consentement du cocontractant. Ce dernier est d'autant plus vulnérable lorsqu'il contracte en tant que consommateur, c'est-à-dire à l'occasion d'un contrat passé avec un professionnel en vue d'acquérir la propriété d'un bien ou d'un service destiné à l'usage non professionnel. Aussi est-ce bien la raison pour laquelle au stade de la formation du contrat, le consommateur doit être en mesure de conclure celui-ci en ayant eu à sa portée toutes les informations pertinentes relatives aux droits et obligations découlant du contrat. Comprendre aujourd'hui les enjeux liés à l'éventuelle généralisation d'une obligation d'information avant la conclusion du contrat revêt un intérêt particulier dans la mesure où ils permettent de déterminer quelle aura été l'influence du droit de la consommation dans l'élaboration du Cadre commun de référence ⁵.

4 Jean CALAIS-AULOY , Frank STEINMETZ , droit de la consommation , dalloz , 2003, 6e édition , p 49.

5 Juliette EHUVET , Tania RACHO ,cours sur la formation du contrat pour le consommateur dans le droit européen des contrats , Master II Contentieux européens 2009 – 2010,Université Paris II .

L'obligation d'information du consommateur :

Nadjiba BADI - BOUKEMIDJA¹

Introduction :

Face aux méthodes commerciales de plus en plus agressives et insidieuses, du développement et de la diffusion de plus en plus large des machines et appareils de toutes sortes, la sécurité du consommateur² est devenue une des préoccupations principales des pouvoirs publics. Un corps de règles d'origine légale, essentiellement protectrices et considérablement renforcé par une jurisprudence soucieuse de protéger la partie la plus faible, est donc né en réaction à ces pratiques. Depuis plus d'un siècle, la responsabilité des professionnels a eu tendance à toujours s'alourdir. Cela est dû à l'accroissement considérable de leur champ d'action, à l'apparition de nouveaux métiers ainsi qu'à la naissance d'obligations inédites. Cette montée en puissance a été concomitante avec l'extraordinaire demande de responsabilité qui caractérise le monde contemporain³.

1 Maître de conférences classe « B », Faculté de droit, Université d'Alger 1.

2 - S'agissant des origines étymologiques, consommateur vient d'une double racine : d'une part *consummo* (-are), qui signifie faire la somme, achever, accomplir, et, d'autre part, *consumo* (-ere), qui signifie employer, épuiser, détruire. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le verbe consommer, en ancien français, dérive du latin *consummare*. Ce n'est que par l'usage du latin que consommer (*consummare*) et consumer (*consumere*) vont peu à peu se rapprocher jusqu'à se confondre en devenant synonymes.

Jean-Pascal CHAZAL, *vulnérabilité et droit de la consommation*, colloque sur la vulnérabilité et le droit, organisé par l'Université P. Mendès-France, Grenoble II, le 23 mars 2000)- Aussi le consommateur est : « toute personne physique ou morale qui acquiert, à titre onéreux ou gratuit, un bien ou un service destiné à une utilisation finale, pour son besoin propre ou pour le besoin d'une autre personne ou d'un animal dont il a la charge » selon l'article 3 de la loi n° 09-03 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, J.O.R.A du 8 mars 2009, n°15, p10

3 G. Pignarre, rapport français sur la responsabilité liée aux activités juridiques : Obligation d'information et de conseil.