

Droit
de la distribution
et de la
consommation

Jean Beauchard

puf

5543

THÉMIS DROIT PRIVÉ

SOUS LA DIRECTION DE M. DUVERGER

Professeuse émérite à l'Université de Paris I - Panthéon-Sorbonne

C. LABRUSSE-RIOU

Agrégée de droit privé, Professeuse à l'Université de Paris I - Panthéon-Sorbonne

JEAN BEAUCHARD

*Professeur à la Faculté de droit de Poitiers
Directeur de l'Institut d'études judiciaires
Avocat*

Droit de la distribution et de la consommation

INTRODUCTION
1. Définition
2. Prévisions
3. Natures et sources
4. Plan
État des questions

5934 $\frac{1}{2}$



PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

Sommaire

Principales abréviations	19
INTRODUCTION	21
1 / Définition	21
2 / Évolution	22
3 / Nature et sources	28
4 / Plan	33
État des questions	33

PREMIÈRE PARTIE

LA LIBERTÉ DE LA DISTRIBUTION

TITRE PREMIER

Le cadre de la distribution

CHAPITRE PREMIER. — La théorie du marché	43
1 / La notion de marché	43
1. Définition du marché	44
A / Diverses acceptions du marché	44
1 - Le marché-convention	44
2 - Le marché, lieu public	44
3 - Le marché - ensemble des échanges	45
4 - Le marché potentiel	45

B / Caractères essentiels du marché	46
1 - Échange et circulation des richesses	46
2 - Division du travail	46
3 - Diversité des agents du marché	47
2. L'économie de marché	48
A / La liberté économique, condition de l'économie de marché	48
1 - Le libre-échange	48
2 - La libre concurrence	50
3 - La propriété privée	50
B / Les fonctions de l'économie de marché	51
1 - Régulation de la production et de la consommation	51
2 - La satisfaction du consommateur	53
État des questions	54
2 / Le droit du marché	62
1. La protection des règles du marché	64
A / L'affirmation des principes	64
B / Le respect des principes	66
1 - Pouvoirs de police	66
2 - Police de la concurrence	66
2. La régulation du marché	67
A / Variété des interventions de l'État	68
1 - L'État régleme le marché	68
2 - L'État oriente le marché	70
3 - L'État acteur du marché	71
B / Les principes d'intervention	72
État des questions	72
CHAPITRE II. — La liberté d'accès au marché	82
1 / La liberté d'accès à une activité	83
1. Les activités interdites	83
A / Les activités frappées d'interdiction générale	83
1 - Sources	83
2 - Contenu	84

B / Les interdictions frappant les personnes	84
1 - Les incapables mineurs et majeurs	84
2 - Les personnes frappées d'une interdiction ou déchéance	85
3 - Les incompatibilités	86
État des questions	86
2. Les activités réglementées	88
A / Activités soumises à déclaration	88
B / Activités soumises à autorisation	89
1 - Variété et régime des autorisations	89
2 - Les conséquences patrimoniales de l'autorisation	90
C / Les activités limitées	91
1 - Limitation des conditions d'accès	91
2 - Réglementation des conditions d'exercice	92
État des questions	98
2 / La liberté d'accès à un lieu d'échange	105
1. Les restrictions à l'implantation d'un local	105
A / Les contraintes d'urbanisme et de protection de l'environnement	106
1 - Changement d'affectation d'un local existant	106
2 - Les règles d'utilisation des sols	107
3 - Les installations classées pour la protection de l'environnement	107
B / Les restrictions visant à limiter la concurrence	108
1 - La limitation d'activité en raison d'un marché d'intérêt national	109
2 - Restrictions à l'implantation des grandes surfaces	110
État des questions	112
2. La distribution sur le domaine public	118
A / La maîtrise d'un emplacement sur un marché organisé	119
1 - L'attribution des emplacements	119
2 - Les pouvoirs de police du maire	121
B / Les foires et salons	121
1 - Autorisation et agrément des foires et salons	122
2 - Organisation des foires et salons	123
C / Le commerce sur les lieux publics	124
1 - Le commerce non sédentaire	125
2 - L'installation sur le domaine public	126

TITRE II

Les opérations de distribution

Sous-titre Premier

Les réseaux de distributeurs

CHAPITRE PREMIER. — Les réseaux d'intermédiaires	133
1 / Les intermédiaires permanents	133
1. Les mandataires gérants de succursales	133
A / Le gérant salarié	134
B / Le gérant-mandataire	135
État des questions	136
2. Les représentants de commerce	137
A / Conditions d'application du statut	137
1 - Critères	137
2 - Présomption d'application du statut	138
B / Droit à une indemnité de clientèle	139
1 - Conditions du droit à indemnité	139
2 - Montant de l'indemnité	139
État des questions	140
3. Les agents commerciaux	142
A / Statut de l'agent commercial	143
B / Protection de l'agent	144
État des questions	145
2 / Les intermédiaires occasionnels	147
1. Les courtiers	147
A / Variété du courtage	148
B / L'opération de courtage	149
1 - Les obligations du courtier	149
2 - Les obligations du donneur d'ordre	150
État des questions	151

2. Les commissionnaires	152
A / Notion de commission	153
1 - Caractères du contrat de commission	153
2 - Distinction de la commission des contrats voisins	154
B / Les effets des contrats	154
1 - Le contrat de commission	154
2 - Le contrat avec le tiers	156
État des questions	157
CHAPITRE II. — Les réseaux de revendeurs	159
1 / Questions communes	159
1. Les contrats-cadres de distribution	160
A / Notion de contrat-cadre	160
1 - Nature du contrat-cadre	160
2 - Contrat-cadre et contrat d'application	161
B / Contenu des accords de distribution	161
1 - Clauses relatives à l'approvisionnement	162
2 - Les accords de licence	162
3 - Les clauses de coopération et d'assistance	163
4 - Les clauses de contrôle	163
2. Conditions de validité	164
A / Validité au regard du droit des contrats	164
1 - Règles spéciales	164
2 - La détermination du prix	166
B / Validité au regard du droit de la concurrence	166
1 - Validité au regard de l'interdiction du refus de vente	167
2 - Validité au regard de la prohibition des ententes	168
État des questions	170
2 / Contrats spéciaux	178
1. Les accords d'approvisionnement exclusif	178
A / Économie du contrat	179
1 - L'approvisionnement exclusif	179
2 - Les contreparties en faveur du revendeur	180
3 - Le contrôle du revendeur	181
B / Protection du revendeur	182

2. La concession exclusive	183
A / Contenu du contrat	184
1 - L'étendue de l'exclusivité	184
2 - Principales obligations des parties	185
B / Fin du contrat	186
1 - Contrats à durée indéterminée	187
2 - Contrats à durée déterminée	188
État des questions	188
3. La franchise	192
A / Qualification du contrat de franchise	193
1 - Éléments communs de la franchise et de la concession	193
2 - Éléments distinctifs	194
B / Franchise et droit communautaire	195
État des questions	196
4. La distribution sélective	199
A / Notion	200
1 - Critères distinctifs	200
2 - Distribution sélective et distribution agréée	201
B / Validité au regard du droit de la concurrence	201
État des questions	202

Sous-titre II

Les groupements de distributeurs

CHAPITRE PREMIER. — Les groupements d'achat	207
1. Contrat d'affiliation	208
A / Objet et nature juridique	208
1 - Fonction du groupement d'achat	208
2 - Nature juridique	209
B / Principales clauses et obligations des parties	210
1 - Obligations du groupement	210
2 - Obligations de l'affilié	211
2. Les contrats d'exécution	212
A / Opération d'achat	212
1 - Le groupement mandataire	213
2 - Le groupement commissionnaire	214

B / Opérations de référencement	214
1 - Notion	214
2 - Principales obligations des parties	214
État des questions	215
CHAPITRE II. — Les groupements de détaillants	220
1 / Le commerce en commun	221
1. Les coopératives de commerçants détaillants	221
A / Objet et nature juridique	221
1 - Objet social	221
2 - Nature et forme juridique	222
B / Régime juridique et fonctionnement	223
1 - Fonctionnement de la société	223
2 - Retrait ou exclusion d'un associé	224
2. Les magasins collectifs de commerçants indépendants	225
A / Organisation du magasin collectif	225
1 - Structure et fonctionnement	225
2 - Statut des associés	226
B / Droits immobiliers	227
2 / Les centres commerciaux	228
1. Organisation des centres commerciaux	229
A / Opération immobilière	229
1 - La copropriété	229
2 - La société civile	230
3 - Le bail	230
B / La gestion collective du centre commercial	231
1 - La structure de gestion	231
2 - L'objet de la gestion	232
2. Centres commerciaux et concurrence	232
A / La propriété du fonds de commerce	232
B / Les limitations de la concurrence	233

DEUXIÈME PARTIE

LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

CHAPITRE PRÉLIMINAIRE. — Les organes de protection des consommateurs . . .	239
1 / Les institutions publiques de protection des consommateurs	239
1. Les institutions nationales	240
A / Les organes d'inspection	240
1 – Diversité des organismes d'inspection	240
2 – Mission des organismes d'inspection	241
B / Les organes consultatifs et de recherche	242
1 – Les organes consultatifs	242
2 – Les organismes d'information et de recherche	244
2. Les institutions communautaires	245
A / Le service politique des consommateurs	245
B / Le Conseil consultatif des consommateurs	246
2 / Les groupements privés de consommateurs	246
1. Les coopératives de consommation	247
A / Les principes coopératifs	247
1 – Principes philosophiques	247
2 – Principes juridiques	248
B / Structure du mouvement coopératif	248
1 – Les coopératives de base	248
2 – Les groupements de coopératives	250
État des questions	251
2. Les associations de consommateurs	251
A / Diversité des associations	252
1 – Les associations spécifiquement consomméristes	252
2 – Le mouvement social et syndical	253
B / Rôle des associations de consommateurs	254
1 – Représentation des consommateurs	254
2 – Information et assistance des consommateurs	254
État des questions	255

3 / Les litiges de la consommation	257
1. Le règlement amiable des litiges	258
A / Les litiges privés	258
1 – La Boîte postale 5000	259
2 – Les commissions de règlement des litiges de consommation	259
3 – Les conciliateurs	259
4 – La médiation et la conciliation judiciaire	260
B / Le citoyen et l'administration	261
1 – L'information des administrés	261
2 – Le Médiateur de la République	261
2. L'action en justice des consommateurs	262
A / Les actions individuelles	263
1 – L'accès à la justice	263
2 – La procédure	264
B / Les actions collectives	265
1 – L'action en représentation conjointe	266
2 – L'action civile d'intérêt collectif	266
3 – L'action en intervention	268
4 – L'action principale en suppression de clause abusive	268
État des questions	269

TITRE PREMIER

La protection préventive des consommateurs

CHAPITRE PREMIER. — Contrôle des produits et services	277
1 / La prévention des défauts	278
1. La réglementation	279
A / La réglementation visant à assurer la loyauté de l'offre	279
1 – Les principes de la réglementation	279
2 – Le contenu de la réglementation	281
B / La réglementation visant à assurer la sécurité des produits et services	282
1 – La détection des produits dangereux	283
2 – La réglementation des produits dangereux	284

2. La normalisation	285
A / L'homologation des normes	286
1 - L'association française de normalisation	286
2 - La procédure d'élaboration des normes	286
B / La valeur juridique des normes	287
1 - Les normes obligatoires	287
2 - Les normes facultatives	287
2 / La sanction des défauts	289
1. Les infractions contre la loyauté : les fraudes	289
A / Définition des infractions	290
1 - Éléments des infractions	290
2 - Personnes punissables	292
B / La répression des infractions	293
1 - La constatation des infractions	293
2 - La sanction des infractions	294
2. Les infractions contre la sécurité	295
A / Contravention pour non-respect des mesures administratives relatives à la sécurité	295
1 - Peines principales	295
2 - Peines accessoires et mesures conservatoires	296
B / Les infractions d'homicide ou de blessures par imprudence et de mise en danger	296
1 - Homicide et blessures involontaires	296
2 - Le délit de mise en danger	298
État des questions	298
CHAPITRE II. — Information des consommateurs	302
1 / L'obligation d'information	303
1. L'obligation générale de renseignement et de conseil	303
A / Contenu de l'obligation	304
1 - L'obligation de renseignements	304
2 - L'obligation de conseil	304
B / Sanction de l'obligation	305
1 - Responsabilité	305
2 - Nullité du contrat	305

2. L'information spéciale	306
A / L'affichage des prix	307
1 - Dispositions générales	307
2 - Prix des produits	308
3 - Prix des services	308
B / L'étiquetage obligatoire	309
1 - Les produits préemballés	309
2 - Les autres produits	310
C / Information concernant les pièces détachées et les délais de livraison	310
État des questions	311
2 / La loyauté de l'information	313
1. Les éléments constitutifs de la publicité trompeuse	314
A / Les éléments matériels	314
1 - Toute publicité comportant des allégations...	315
2 - Fausses ou de nature à induire en erreur	315
B / Absence d'élément intentionnel	316
2. La répression du délit	316
A / Les personnes punissables	316
1 - L'annonceur responsable principal	316
2 - Les coauteurs et complices	317
B / Les sanctions	317
1 - Les peines principales	317
2 - Les peines complémentaires	318
État des questions	318
TITRE II	
La protection des consommateurs dans le contrat	
CHAPITRE PREMIER. — Les règles générales	323
1 / La protection des consommateurs par le droit commun des obligations et des contrats spéciaux (rappel)	323
1. Les règles fondamentales profitant au consommateur	324
A / Les règles applicables à tous les contrats	324
1 - La formation du contrat	325
2 - Exécution du contrat	328
État des questions	331

B / Les règles propres à certains contrats	332
1 - La garantie des défauts de la chose vendue dans la vente	332
2 - La garantie dans les opérations de construction	333
3 - La responsabilité dans les opérations de transport	335
État des questions	336
2. Les règles du droit commun inspirées par la protection des consommateurs	337
A / La réduction judiciaire des clauses pénales	337
1 - Utilité et abus des clauses pénales	338
2 - Pouvoir modérateur du juge	339
B / L'obligation de sécurité	339
C / La responsabilité du fabricant du fait des produits défectueux	340
1 - Principes de la responsabilité du fait des produits défectueux	341
2 - Régime de la responsabilité	343
D / La responsabilité des prestataires de services	345
1 - Les conditions de la responsabilité	346
2 - Régime de la responsabilité	346
État des questions	346
2 / Les règles générales propres aux consommateurs	347
1. La prohibition des clauses abusives	347
A / Notion de clause abusive	349
1 - Critères des clauses abusives	349
2 - Sanction des clauses abusives	350
B / Procédure d'élimination des clauses abusives	350
1 - La procédure administrative et réglementaire	350
2 - Procédure judiciaire	352
État des questions	353
2. Le délai de réflexion dans la formation du contrat	355
A / Le délai de réflexion préalable	356
1 - Le contrat préliminaire dans certaines opérations immobilières	356
2 - Le délai de réflexion obligatoire	357
B / La faculté de rétractation ou droit de repentir	357
État des questions	359

3. Les règles relatives aux contrats dont l'exécution est différée	361
A / Délai d'exécution	362
1 - Obligation du professionnel quant au délai	362
2 - Faculté de résolution unilatérale du consommateur	362
B / Les arrhes et autres sommes versées d'avance	363
1 - La présomption de l'article L. 114-1	363
2 - Les intérêts des sommes versées d'avance	363
État des questions	364
CHAPITRE II. — Les contrats réglementés en faveur des consommateurs	366
1 / La vente	366
1. Les ventes réglementées	367
A / Les ventes réglementées en raison de leur procédé	367
1 - Le refus de vente au consommateur	368
2 - La vente par démarchage à domicile	369
3 - La vente à distance	371
B / Les ventes réglementées en raison de leur objet	372
1 - La vente d'immeuble à construire	372
2 - Le contrat de location-accession d'un immeuble à construire	374
2. Les ventes interdites	375
A / Les ventes avec prime	375
1 - La prohibition de principe des primes	375
2 - Les exceptions à la prohibition	376
3 - La question des jeux et concours	377
B / Les ventes par envoi forcé	378
C / Les ventes liées	379
D / Les ventes « à la boule de neige »	380
État des questions	381
2 / Le crédit	386
1. La protection des consommateurs dans les opérations de crédit	388
A / Le crédit à la consommation	388
1 - Champ d'application	389
2 - Formation du contrat	390
3 - La défaillance de l'emprunteur	393

B / Le crédit immobilier	396
1 - Champ d'application de la loi	397
2 - Formation du contrat	397
3 - Lien entre les prêts et le contrat principal	398
4 - La défaillance de l'emprunteur	399
État des questions	399
2. La protection des consommateurs dans les situations de surendette- ment	403
A / Procédure devant la commission	403
1 - Domaine et conditions d'application	404
2 - Mission de la commission	406
B / Contrôle du juge de l'exécution	408
1 - Les contestations portées devant le juge	408
2 - Homologation des recommandations de la commission	409
État des questions	409
Bibliographie générale	413