

LES INSTRUMENTS JURIDIQUES À METTRE EN PLACE POUR CONTRIBUER À RÉDUIRE LA CONSOMMATION

Valentin Vidjannagni Vidéhomè KPAKO
& Eric Codjo MONTCHO AGBASSA

Les instruments juridiques à mettre en place pour contribuer à réduire
la consommation

Valentin Vidjannagni Vidéhomè Kpako³²² & Eric Codjo Montcho Agbassa³²³

³²² Valentin Vidjannagni Vidéhomè KPAKO est magistrat et chercheur en droit privé à l'Université d'Abomey-Calavi (Bénin)

³²³ Eric Codjo MONTCHO AGBASSA est maître de conférence agrégé à l'Université d'Abomey-Calavi (Bénin).

Résumé

Si la consommation est un besoin vital, la surconsommation en revanche paraît létale pour l'humanité. Exacerbée par l'industrie médiatique, notamment la publicité, la surconsommation est aujourd'hui à la base des crises sanitaires, économique-financières, politiques, sécuritaires et environnementales. Sous cette vue, elle paraît aujourd'hui avoir atteint, selon Clive Hamilton, « Le seuil du non permis », et pourrait conduire, par le divorce d'avec la nature, à la lecture du « requiem pour l'espèce humaine ». Ce tableau alarmant requiert, en ce qu'en vertu du devoir de tous à préserver l'environnement, que l'humanité bascule, bien au-delà de la transition consommatrice, vers la décroissance de la consommation. La gouvernance normative pourrait y parvenir. C'est à ce titre que la doctrine appelle à ce que des « forêts de normes » viennent sauvegarder la terre, l'eau, l'air et le vivant. Ainsi, la question principale reste à savoir si les règles dédiées à la protection de l'environnement et du droit de la consommation vont dans le sens de la réduction de la consommation. L'examen des différents instruments internationaux et nationaux en la matière permet d'entrevoir la possibilité d'activer simultanément deux types de leviers, à savoir : la force du droit pénal et des mécanismes du droit des contrats; le premier étant destiné à résorber la surconsommation, les seconds offrant la garantie de la maîtrise de la consommation.

Mots clés

consommation, surconsommation, décroissance, crise environnementale.

Abstract

If consumption is a vital need, overconsumption, on the other hand, seems lethal for humanity. Exacerbated by the media industry, particularly advertising, overconsumption is now at the root of health, economic-financial, political, security and environmental crises. From this point of view, it now seems to have reached, according to Clive Hamilton, "the threshold of the unpermitted", and could lead, through the divorce from nature, to the reading of the "requiem for the human species". This alarming picture requires, by virtue of everyone's duty to preserve the environment, that humanity shift, well beyond the consumer transition, towards the decrease in consumption. A review of the various international and national instruments in this area suggests the possibility of simultaneously activating two types of levers, namely: the strength of criminal law and contract law mechanisms; the first is intended to reduce overconsumption, the second offering the guarantee of control of consumption.

Keywords

consumption, overconsumption, degrowth, environmental crisis.

Table des matières

Introduction	278
1. La résorption de la surconsommation par la voie pénale	281
2. La maîtrise de la consommation par les mécanismes conventionnels	289
Conclusion	295
Bibliographie	296

INTRODUCTION

« Tout comme l'homme primitif, l'homme civilisé est forcé de se mesurer avec la nature pour satisfaire ses besoins, conserver et reproduire sa vie ; cette contrainte existe pour l'homme dans toutes les formes de sociétés et sous tous les types de production »

MARX, 1968, p. 1487, tiré de DESPRÉS, 2017, p. 322

[1] Tels sont les termes usités par l'école de pensée économique néo-classique pour exprimer le nécessaire « [...] ajustement des ressources et des besoins comme une contrainte universelle » à la survie humaine. Cette logique a traversé le temps justifiant la publication par le Club de Rome du Rapport intitulé : « Halte à la croissance »³²⁴ (ARBOUR et LAVALLE, 2006, p. 54); rapport qui formera l'*humus* vivier aux différents sommets pour la Terre ayant abouti à la création de la conception du « Développement durable »³²⁵ en juin 1992 à Rio de Janeiro³²⁶ et aux Objectifs de développement durable (ODD)³²⁷ adoptés aux Nations Unies, les 26 et 27 septembre 2015, par cent quatre-vingt-treize (193) États membres dans le but de « Transformer les vies tout en préservant la planète » (CARON et CHÂTAIGNIER, 2017, p. 26).

[2] La lecture croisée des ODD n° 12 à 15 postule que la préservation de l'intégrité de l'environnement requiert nécessairement « d'établir des modes de consommation et de production durables [...] »³²⁸. Pour une frange partie de la doctrine consumériste, la durabilité de la consommation évoque assurément, outre l'optimisation de la production, surtout la réduction de la consommation (DUBUISSON-QUELLIER, 2009, p. 7; DERBAIX et BREE, 2000, p. 18). Quels peuvent être alors les instruments juridiques adaptés pour ce but ?

[3] Une réponse appropriée à cette question justifie au préalable la clarification des termes composant la thématique en étude et intitulée : « Les instruments juridiques à mettre en place pour contribuer à réduire la consommation ».

[4] Du latin, « *instrumentum* », tiré du verbe « *intruere* » qui veut dire outiller, le mot « instrument » désigne à la fois un objet fabriqué servant à un travail, à une opération, et à une personne ou une chose par l'intermédiaire de laquelle

324 Le rapport a été publié en français : *Halte à la croissance*, Fayard, 1992.

325 Le terme de développement durable est un concept institué par la commission mondiale sur l'environnement et le développement créée par l'Assemblée générale de l'Organisation des Nations Unies en 1983. Cette commission est désignée sous le nom de Commission Brundtland du nom de sa présidente, dame Gro Harlem Brundtland. La *Déclaration de Rio sur l'environnement* fera de ce concept la pierre d'assise de tout le droit de l'environnement. La Commission Brundtland a, dans son rapport intitulé « *Our Common futur* » (en français « *Notre avenir à tous* »), défini le développement durable comme : « un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».

326 Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (CNUED) – ou Sommet de la terre – tenue à Rio de Janeiro au Brésil en juin 1992.

327 Voir RAPPORT DU GROUPE DE TRAVAIL OUVERT DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE SUR LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE, A/68/970, 12 août 2014, en ligne : <http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/post-2015/Info_Kit_Post-2015/OWG_SDGs_report_and_proposal/OWG_SDGs_report_and_proposal.FR.pdf>.

328 Voir ODD n°12 à 1, en ligne : <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/>>.

est obtenu un résultat quelconque³²⁹. En droit des contrats, l'*instrumentum* est l'acte écrit qui termine une négociation entre deux ou plusieurs États, constate l'accord des parties contractantes et les engage pour l'avenir (DISSAUX, 2017, p. 322). L'adjectif « juridique » qui accompagne l'instrument lui donne un sens et l'oriente vers le giron du Droit (BERGEL, 2012, p. 349; GRIDEL, 2012, p. 23). Du latin « *juridicus* », de « *jus* » ou « *juris* », il désigne ce qui relève du Droit, qui a trait au Droit, qui produit un effet de droit (CORNU, 2011, p. 586); théorie juridique, institution juridique, théorie juridique ou du droit, acte juridique, instrument juridique.

[5] Il s'ensuit que l'expression « instrument juridique » est un terme générique désignant les textes ou les actes juridiques, englobant l'ensemble des actes (*lato sensu*) dotés d'une valeur obligatoire comme les actes législatifs, les contrats, les actes juridiques unilatéraux. On aurait pu dire tout acte juridique rédigé en forme légale servant à établir un droit, une obligation, une convention; un document juridique écrit qui enregistre l'exécution formelle d'actes ou d'accords juridiquement exécutoires et garantit les droits, obligations et devoirs légaux qui y sont associés. Le contrat, le testament, les instruments de crédit ou de paiement, tels que le billet à ordre, la lettre de change, le chèque, ainsi que les actes de procédure judiciaire formalisés par les personnes habilitées, en sont des illustrations concrètes.

[6] L'expression recouvrirait à la fois le contenu de l'action, le *negotium*, et le résultat formel auquel peut donner lieu cette action, notamment dans le but de ménager une preuve, l'*instrumentum*. Elle serait alors une manifestation de volonté en vue de produire des effets de droit, ou encore l'expression de la volonté collective qui se réalise par les actes législatifs et/ou réglementaires, et par la volonté individuelle exprimée unilatéralement dans des conventions (ALLAND et RIALS, 2021, p. 7). À cet égard, on distingue les instruments juridiques communautaires, les instruments juridiques internationaux, les instruments contraignants et non contraignants. Quelle que soit son envergure, nationale ou internationale, l'instrument juridique devant réduire³³⁰ une action est celui qui vise à la ramener à une dimension moindre, à en diminuer la valeur ou l'importance, à l'abaisser, à l'amoindrir, à la baisser ou la rationner. Puisqu'il s'agit de réduire la consommation, il serait alors question de baisser « [...] l'ensemble des opérations économiques tendant à l'utilisation de biens et services [...] » (CORNU, 2011, p. 245). La consommation, vue sous cet angle, signifie alors l'action de consommer, de faire usage de quelque chose, de mener quelque chose à son terme³³¹. À partir de cet instant, il est possible de considérer que l'étude porte sur tous les actes et procédés permis ou institués par la science juridique et destinés à moins consommer.

329 Voir en ligne : <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/instrument/43459>>.

330 Le verbe réduire vient du latin « *reducere* » et signifie diminuer.

331 Cf. dictionnaire *Petit Larousse* 2022, p. 291

[7] Cette situation révèle toute la pertinence de l'analyse sur la réduction, par les moyens de droit, de la consommation, d'autant que le cycle « surexploitation-surproduction-surconsommation », observé de nos jours, est à la base de l'épuisement des capacités de la planète à répondre aux besoins actuels et futurs de l'humanité (ALINCAI et LAVOREL, 2013, p. 25). Dit autrement, elle élève le débat de la « lutte contre la surconsommation »³³² et porte la promotion de la déconsommation.

[8] En effet, l'examen des règles applicables en matière de consommation dans les États de l'Ouest³³³ et du Centre³³⁴ de l'Afrique – pour la plupart, membres de l'Organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires (OHADA)³³⁵ – révèle substantiellement la prégnance d'un influx normatif tendu vers une réglementation de la consommation maîtrisée. Les normes de régulation de la consommation prises par ces États, en ce qu'elles ne sont d'ailleurs pas contraires à celles de « l'espace OHADA » constitueront l'ancrage juridique de la présente étude qui se justifie au double point de vue théorique et pratique. Sur le plan théorique, elle se positionne comme une contribution à la science du droit, tant et sauf erreur, aucune analyse holistique et prospective n'ait été effectuée sur la question. Sur le plan pratique, l'étude permet de sonder les pistes d'une consommation responsable, s'inscrivant dans le sens de la durabilité.

[9] Elle vise fondamentalement à identifier et à concevoir les mécanismes juridiques de nature à favoriser la réduction de la consommation. Il conviendra à cet effet d'adopter une méthode³³⁶ conséquente et adaptée empruntant à la dogmatique³³⁷, à la logique et à l'approche comparée.

[10] Sous ce postulat méthodologique, il est ressorti de l'analyse des sources du droit, la possibilité d'activer simultanément les leviers de la force du droit pénal et des mécanismes du droit des contrats. Il s'ensuit qu'autant les institutions juridiques de nature répressive devront permettre de résorber la surconsommation (1), autant les mécanismes de maintien de l'équilibre contractuel devront garantir la maîtrise de la consommation (2).

332 Voir en ligne : <https://www.hervecausse.info/Consommation-la-lutte-contre-l-incitation-a-la-Surconsommation-un-art-contre-le-Surendettement_a83.html>.

333 Les États de l'Afrique de l'Ouest sont pour la majorité membres des mêmes regroupements à vocation économique tels que la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), de l'Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA).

334 Les États de l'Afrique centrale sont membres de la Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale (CEMAC) et de la Communauté économique des États de l'Afrique centrale (CEEAC).

335 Instituée par un traité adopté à Port-Louis au Sénégal le 17 octobre 1993 et révisé le 17 octobre 2008 au Québec au Canada, l'OHADA est une organisation sous-régionale africaine qui regroupe aujourd'hui, dix-sept (17) États d'Afrique, à savoir : Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Centrafrique, les Comores, Congo-Brazzaville, la République démocratique du Congo, Côte-d'Ivoire, Gabon, Guinée-Bissau, Guinée-Conakry, Guinée-Équatoriale, Mali, Niger, Sénégal, Tchad, Togo. À partir de l'année 2017, la République démocratique du Congo (RDC) et le Burundi ont engagé leur processus d'adhésion à l'organisation. Aux termes de l'article 2 dudit traité, les règles de l'OHADA couvrent les aspects du droit des affaires tels que le droit des sociétés, le statut juridique des commerçants, le recouvrement des créances et les voies d'exécution, les sûretés, le droit de l'arbitrage, le régime du redressement des entreprises et de la liquidation judiciaire, le droit comptable, le droit de la vente et des transports, le droit du travail. Elles peuvent également s'étendre à d'autres matières que le conseil des ministres de l'OHADA décidera d'y inclure en application du même traité. Les États-parties à l'OHADA sont à la fois membres d'autres regroupements étatiques en matière économique.

336 R. DESCARTES, Le discours de la méthode, Flammarion, Paris, p. 3. René Descartes définit la méthode comme « le moyen pour bien conduire sa pensée et chercher la vérité dans les sciences ».

337 « La dogmatique permet donc d'extraire le sens clair d'un texte à travers un raisonnement cohérent, rationnel et laborieux, qui suit la quête de la connaissance ». Cf. O. SEGOH, *L'action en justice fondée sur le dommage écologique*, thèse de doctorat en droit privé soutenu le 24 février 2012 à l'Université d'Abomey – Calavi, Bénin, p. 17.

1. LA RÉSORPTION DE LA SURCONSOMMATION PAR LA VOIE PÉNALE

[11] Le droit de la consommation a été de tout temps considéré comme un droit protecteur du consommateur (BADJI, 2021, p. 125). Cette posture s'observe sur le terrain de la nécessité d'extraire la santé et la volonté du consommateur de tout vice d'autant qu'il est perçu comme étant une « [...] personne démunie et diminuée » (CARBONNIER, 1996, n° 3; MALAURIE, 1999, p. 195) par son inaptitude à apprécier convenablement tous les contours des biens et services qui lui sont offerts (PICOD et PICOD, 2021, p. 23). À cet effet, les différentes législations de consommation ont emprunté une démarche pénalisant les manœuvres dolosives du professionnel, notamment les pratiques interdites (les ventes à primes, la vente à perte, le refus de vente, la vente sans commande préalable, l'abus de faiblesse, les conditions discriminatoires)³³⁸. Cette impulsion législative est de toute évidence un terreau fertile à la répression aboutie de la surconsommation (1.1). Pour ce faire, il conviendra nécessairement de réprimer également le phénomène de l'obsolescence programmée (1.2).

1.1. LA RÉPRESSION DE L'INCITATION À LA SURCONSOMMATION

[12] Les actes constitutifs de la surconsommation et d'incitation à la surconsommation ne sont prévus par aucune législation en matière de consommation dans le monde³³⁹. Tout au plus, certains États répriment le surendettement ou l'octroi excessif de crédit par les établissements financiers et assimilés³⁴⁰. Or, l'incitation à la surconsommation est une pratique néfaste pour le consommateur et la société, de sorte qu'elle est en réalité constitutive d'un trouble à l'ordre public³⁴¹. Sa répression est donc souhaitée. Elle se réalise surtout par la voie publicitaire (1.1.1.) et par des pratiques de tromperie publicitaire (1.1.2).

1.1.1. L'INCRIMINATION DE LA PUBLICITÉ INCITATIVE À LA SURCONSOMMATION

[13] La surconsommation encore désignée par l'expression « consommation excessive » peut, selon le *Dictionnaire de l'Académie française*, être saisie comme l'« [...] utilisation de biens et de services supérieure aux besoins réels, individuels ou collectifs »³⁴². L'Office québécois de la langue française

338 Cf. art. 39 et s. de la loi n° 2007-21 du 16 octobre 2007 portant sur la protection du consommateur en République du Bénin; art. 4 et s. de la loi-cadre n° 2011/012 du 6 mai 2011 portant sur la protection du consommateur au Cameroun; art. 16 et s. de la loi n° 016-2017/AN du 27 avril 2017 portant sur l'organisation de la concurrence au Burkina Faso; art. 52 et s. de la loi n° 2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation en Côte d'Ivoire; etc.

339 Voir en ligne : <https://www.hervecausse.info/Consommation-la-lutte-contre-l-incitation-a-la-surconsommation-un-art-contre-le-surendettement_a83.html>.

340 Cf. art. 711-1 et s. du Code de consommation français; Loi québécoise sur la protection du consommateur mise à jour le 1er avril 2024 (section III n° 66 et s.)

341 Selon le professeur François Terré, l'ordre public est défini comme l'« ensemble des principes, écrits ou non, qui sont, au moment même où l'on raisonne, considérés, dans un ordre juridique, comme fondamentaux et qui, pour cette raison, imposent d'écarter l'effet, dans cet ordre juridique, non seulement de la volonté privée, mais aussi des lois étrangères » (TERRE, 2015, p. 189). Le professeur Bernard Stirn le synthétise comme recouvrant « [...] les valeurs essentielles du consensus social et du système juridique » (intervention de Bernard STIRN, président de section au Conseil d'État et professeur associé à Sciences Po, le 17 septembre 2015 lors du Colloque sur l'ordre public organisé par l'Association française de philosophie du droit, les 17 et 18 septembre 2015, en ligne : <<https://www.conseil-etat.fr/publications-colloques/discours-et-interventions/ordre-public-et-libertes-publiques>>.

342 Voir en ligne : <<https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9S3548>>.

(OQLF) l'appréhende comme la réalisation d'un niveau de consommation au-dessus de celui des besoins normaux ou d'une consommation moyenne³⁴³. La normalité est appréciée en fonction des besoins réels de l'utilisateur. Elle est en réalité une pratique consistant à acheter des biens et services de manière excessive dans un volume supérieure à la normale³⁴⁴. Elle évoque indubitablement l'idée de gaspillage qui est une pratique nuisible à la société et à l'environnement. Elle serait la source de l'augmentation des déchets³⁴⁵. Elle consiste en un mauvais usage des ressources et génère des nuisances (CABALERO, 1981, p. 16) et pollutions environnementales³⁴⁶ pour lesquelles la voie de la pénalisation a été généralement usitée (VAN LANG, 2021, p. 463).

[14] Ainsi dit, l'incitation à la surconsommation s'avère-t-elle un acte négationniste de la consommation ? En effet, l'incitation à commettre un acte répréhensible est tout aussi punie que l'acte en question. Le terme incitation invoque l'idée d'apologie, de provocation, d'excitation³⁴⁷. Elle consiste en l'acte de pousser ou de conduire quelqu'un à commettre un acte ou de porter vivement une personne à réaliser une action, à avoir une attitude ou un comportement déterminé. Elle est une donnée relevant de la psychologie et de la sociologie. Concrètement, elle procède d'une proposition, d'une sollicitation ou d'une excitation particulière par des propos, actions ou artifices inclinant avec force toute personne à agir dans tel ou tel autre sens.

[15] L'incitation à la surconsommation suppose alors un acte positif d'une personne extérieure au consommateur visant à le provoquer à acquérir ou à se procurer un bien ou un service dont il n'a pas besoin. Il s'agit, selon Jean Calay-Auloy et Henri Temple, de pratiques commerciales interdites ou de procédés incitatifs néfastes et malsains (CALAIS-AULOY et TEMPLE, 2010, p. 237).

[16] L'acte positif prépondérant de l'incitation à la surconsommation se réalise surtout par des pratiques commerciales réglementées et des pratiques interdites telles que la vente promotionnelle ou vente au déballage³⁴⁸, le

343 Voir en ligne : <<https://vitrinelinguistiqueoqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8428959/surconsommation>>.

344 Voir en ligne : <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/français/surconsommation/75630>>.

345 *Ibid.*

346 Selon la Recommandation de l'OCDE 1974, la Pollution s'entend de : « l'introduction par l'homme directement ou indirectement, de substances ou d'énergie dans l'environnement qui entraîne des conséquences préjudiciables, de nature à mettre en danger la santé humaine, à nuire aux ressources biologiques et aux systèmes écologiques, à porter atteinte aux agréments ou à gêner les autres utilisations légitimes de l'environnement ».

347 La loi pénale a consacré les infractions d'excitation de mineurs à la débauche, d'excitation au terrorisme, etc., qui constituent une sorte d'incitation à mal faire.

348 La vente promotionnelle ou vente au déballage est destinée à faire connaître ou découvrir un produit par une campagne publicitaire en l'offrant à un prix ou à des conditions avantageuses.

solde³⁴⁹, la liquidation³⁵⁰ et la clause de non-concurrence³⁵¹. Comment une clause de non-concurrence peut-elle inciter à la surconsommation, puisque, par essence, c'est une clause privative ?

[17] Les pratiques incitatives à la surconsommation quant à elles, ne sont pas inconnues du public, mais elles ne sont pas réprimées par les lois de la consommation. En effet, *de lege lata*, aucune norme pénale ne punit l'incitation ou l'excitation à la surconsommation par voie de publicité. Or, cette pratique est répandue dans tous les domaines. L'actualité illustre aujourd'hui l'incitation à la surconsommation énergétique, alimentaire, de production cinématographique de toute nature, de moyens de transports, etc.

[18] Le principal canal de cette pratique se trouve être la publicité qui est perçue comme « [...] ce télégramme qui saute à l'œil » (MOUFFE, 2009, p. 1)³⁵². Elle arbore de nos jours un caractère envahissant par le fait qu'elle se fonde « [...] dans nos activités quotidiennes, sature notre champ visuel et ne quitte plus nos oreilles »³⁵³. La publicité est en effet entrée dans les cultures, dans les loisirs; elle séduit et agresse à toute heure.

[19] Elle est juridiquement, définie au Bénin comme l'« [...] ensemble de procédés et moyens employés pour faire connaître une entreprise, vanter un produit ou un service ou en stimuler la consommation par la publication et la diffusion de messages »³⁵⁴. Cette perception n'est pas très éloignée de celle du législateur belge qui présente la publicité comme étant « [...] toute communication ayant pour but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits et services, quel que soit le lieu où les moyens de communication mis en œuvre »³⁵⁵.

[20] La publicité procède finalement d'une intrusion dans la vie de tous, voire d'un harcèlement dont l'usage n'est orienté aujourd'hui qu'à des fins de surconsommation. Elle est qualifiée comme un « [...] stimulant à l'innovation, la consommation, la compétition, et par conséquent, à la croissance économique ». Dès lors, la publicité n'est pas à proscrire en soi. C'est plutôt son utilisation dévoyée à des fins d'incitation à la surconsommation qui est à proscrire.

349 Le solde concerne tout procédé de vente de marchandises neuves, faite au détail, accompagnée ou précédée de publicité présentant l'opération comme ayant un caractère réellement ou apparemment occasionnel ou exceptionnel, destinée uniquement à écouler de façon accélérée les marchandises concernées.

350 La liquidation concerne tout procédé de vente de marchandises dont le motif se rapporte à l'écoulement rapide à la suite d'une décision de cesser le commerce, d'en modifier les structures ou les conditions d'exploitation, que la décision soit volontaire ou forcée (faillite, changement de gérance, changement d'activité).

351 La clause de non-concurrence est une clause selon laquelle l'une des parties s'engage à ne pas exercer d'activité qui puisse faire concurrence à l'autre partie ou à des tiers, soit pendant la durée des relations contractuelles, soit après leur expiration. Elle n'est légitime que si elle précise le contenu d'une obligation légale. Elle est réputée non écrite lorsqu'elle porte atteinte à la liberté économique.

352 B. MOUFFE, *Le droit de la publicité*, Bruylant, Bruxelles, 2009, p. 1

353 *Ibid.*

354 Cf. art. 5 de la Loi n° 2015-07 du 22 janvier 2015 portant sur le Code de l'information et de la communication en République du Bénin.

355 Cf. art. 93 nouveau de la Loi belge du 14 juillet 1971 sur les pratiques commerciales (LPC).

[21] À cet effet, certaines pratiques commerciales en matière de consommation étaient déjà réglementées telles que la vente promotionnelle ou vente au déballage, les soldes et la liquidation dont le seul but est d'amener le grand public à acquérir des produits et services.

[22] Il reste donc que la publicité incitative à la surconsommation fasse l'objet d'une incrimination autonome devant figurer dans les codes pénaux, ou les lois dédiées à la protection du consommateur ou encore dans les lois portant sur l'information et la communication ou encore dans les lois relatives aux pratiques commerciales. C'est une action transversale à un nombre important de disciplines du droit invoquant alors une approche holistique pour sa répression.

[23] La même analyse, à l'instar de l'incitation à la consommation, peut être valablement faite à l'égard de la tromperie publicitaire.

1.1.2. LA RÉPRESSION UNIFORME DE LA TROMPERIE PUBLICITAIRE

[24] En vertu du principe du nécessaire renforcement de la protection du consommateur, les pratiques publicitaires trompeuses appellent prohibition (FABRE, 2006, p. 14). Peu importe que le moyen publicitaire utilisé soit l'affichage, les parutions écrites périodiques ou la presse audiovisuelle ou même par voie d'Internet, la publicité ne doit être trompeuse. En effet, la tromperie par voie publicitaire recouvre toutes les manœuvres dolosives destinées à induire un acheteur de bonne foi en erreur par les canaux d'information et de communication au public.

[25] La loi pénale l'appréhende sous le délit de « publicité mensongère » ou de « publicité trompeuse » : toute publicité comportant des allégations ou des prétentions fausses, ayant pour but et/ou pour effet d'induire le consommateur en erreur³⁵⁶. Elle est, en droit béninois, assimilable à la concurrence déloyale, toutes les fois que des concurrents subissent ou non des préjudices, et à l'escroquerie, et toutes les fois qu'il fait croire à l'existence d'un crédit imaginaire³⁵⁷.

[26] La législation française l'identifie sous le vocable de « pratiques commerciales déloyales »³⁵⁸. Elle recouvre plusieurs pratiques dont le fait d'inciter directement ou indirectement le consommateur à acquérir un bien, un produit ou un service qu'il n'aurait pu acheter sans ladite manœuvre. C'est l'agressivité et la félinité de la publicité qui interpellent en l'espèce. Le caractère agressif peut procéder de différentes pratiques publicitaires intégrant des sollicitations répétées et insistantes ou usant de contrainte morale. Les pratiques en cause peuvent indistinctement viser l'altération

356 Cf. art. 172 de la *Loi n° 2015-07 du 22 janvier 2015 portant sur le Code de l'information et de la communication* en République du Bénin.

357 *Ibid.*

358 Cf. art. L.121-1 et suivants du *Code de la consommation en France*, version du 1^{er} janvier 2024.

significative de la liberté de choix d'un consommateur, ou viciant son consentement, ou entravant le libre exercice de ses droits.

[27] La tromperie publicitaire s'observe également à travers les pratiques commerciales déloyales usant de l'agressivité constituée, entres autres, des visites personnelles au domicile du consommateur, du fait pour le professionnel de se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, ou encore, d'inciter directement les enfants à acheter le produit faisant l'objet de la publicité³⁵⁹.

[28] La tromperie publicitaire use également de l'abus de faiblesse des personnes eu égard à la matière, au moment où le contrat est noué et au contexte³⁶⁰. La publicité mensongère ou trompeuse est un délit qui, pour être régulièrement constitué, doit porter sur une publicité qui masque ou qui modifie un ou plusieurs des éléments ci-après : l'existence, la nature, la composition, les qualités substantielles, la teneur en principes utiles, l'espèce, l'origine, la quantité, le mode et la date de fabrication, les propriétés, les prix et conditions de vente des biens ou des services qui font l'objet de la publicité, les conditions de leur utilisation, les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, les motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de service, la portée des engagements pris par l'annonceur, l'identité, les qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

[29] Elle est également dite mensongère lorsqu'elle a pour but d'attirer le consommateur vers un produit ou un bien qui n'existe pas ou de lui proposer des articles différents quant à la qualité et au prix. C'est le cas de tout message équivoque ou qui donne une interprétation tendancieuse d'un texte réglementaire ou qui dénigre le produit d'un concurrent. Les messages publicitaires dont il s'agit sont conçus et réalisés de manière qu'ils ne soient pas susceptibles directement ou indirectement, par exagération ou par omission ou en raison de leur caractère ambigu, d'induire en erreur le consommateur.

[30] À la réalité, l'incidence de l'acte matériel de tromperie s'apprécie en tenant compte de la capacité moyenne de discernement de la catégorie particulière de consommateurs ou du groupe de consommateurs visés par les pratiques en cause (VERON et BEAUSSONIE, 2019, p. 421). L'état de vulnérabilité du consommateur est une situation spécifique à prendre en compte pour l'appréciation de l'effet des pratiques incriminées (FOURNIER, 2008, p. 4). La doctrine considère que le mensonge, qu'il soit écrit ou verbal, est suffisant pour caractériser la tromperie; les procédés de tromperie pouvant empruntés le faux ou le vrai (VERON, 2019, p. 340).

³⁵⁹ *Ibid.*

³⁶⁰ Cf. art. L. 121-6 et suivants du *Code de la consommation en France*, version du 1^{er} janvier 2024.

[31] Il s'ensuit que la tromperie publicitaire est punie de différentes manières par la loi. Mais il faut aussi, dans le même but, réguler l'offre de surconsommation.

1.2. LA SUPPRESSION DE L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

[32] Le droit de la consommation est appelé assurément à se renouveler pour s'adapter à son temps (DUMAS, 2022, p. 643). Son efficacité est tributaire de la maîtrise de toutes les pratiques accentuant la vulnérabilité du consommateur et le soumettant aux manœuvres non orthodoxes du professionnel. L'une de ces manœuvres se trouve être l'obsolescence programmée que la doctrine définit comme « [...] l'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement » (GUNICHARD, 2018, p. 777).

[33] Elle induit inévitablement la surconsommation, la surproduction et la surexploitation des ressources naturelles. Nul doute qu'elle est à la base de « [...] l'accroissement des déchets, l'intensification de la pollution et l'augmentation du gaspillage des matières premières et d'énergie » (NONNOU, 2023, p. 1). Son inutilité pour la société justifie l'invocation de sa pénalisation (1.2.1) afin que le professionnel exécute pleinement son obligation de garantie de durabilité du produit ou du bien offert à l'acquisition au consommateur (1.2.2).

1.2.1. LA PÉNALISATION DE L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

[34] Le droit pénal est l'outil prisé en droit de la consommation contre les pratiques peu recommandées du professionnel (AMBROISE-CASTEROT, 2018, p. 25). Il est en effet dit que le droit de la consommation serait « [...] sorti de la cuisse du droit pénal qui y joua un rôle de précurseur » (CONTE, 2006, étude 4). Son usage pour cerner et supprimer la pratique de l'obsolescence programmée ne saurait dès lors surprendre, d'autant que la pénalisation d'un acte ou d'un fait procède de son incrimination et de l'édiction de sanction destinée à le réprimer (VAN DE KERCHOVE, 2005, p. 22). L'objectif poursuivi par la pénalisation procède de la crainte que la peine inspire au délinquant afin de le dissuader de la commission de tout acte répréhensible (PRADEL, 2009, p. 23). L'application de ce principe aux pratiques illégales en matière de consommation aboutit à réprimer les actes déstabilisant l'équilibre contractuelle de consommation. Dit autrement, le droit pénal de la consommation embrasse les infractions commises dans le cadre d'un contrat de consommation (OLLARD, 2019, p. 119).

[35] Il convient toutefois de remarquer que le droit pénal de consommation n'est pas totalement effectif en ce qu'il est surpassé par certaines pratiques commerciales de tromperie, comme c'est le cas de l'obsolescence programmée déclinée *supra*.

[36] En effet, l'obsolescence programmée implique nécessairement une volonté délibérée du fabricant d'introduire et de provoquer la défaillance ou la défectuosité prématurée du bien ou du produit au moyen d'artifices, de manœuvres ou de techniques de fabrication visant à rendre inutilisable ou difficilement réparable le produit. Elle suscite chez le consommateur le besoin d'acquérir un autre bien ou produit de substitution (MARTIN, 2013, p. 235). C'est plus l'expression d'une ruse destinée à tromper le consommateur sur la valeur réelle du bien ou du produit qu'il acquiert.

[37] Elle est dès lors constitutive d'un élément matériel essentiel de la surconsommation en ce qu'elle limite l'usage ou la jouissance du produit ou du bien dans le temps. Elle incline et pousse alors le consommateur à plus acquérir encore et encore le même bien en raison de ce que le besoin à satisfaire est toujours présent (PICOD, 2017, p. 317). Il s'agit dès lors d'un acte matériel qu'il convient de réprimer. Il s'agit d'un artifice révélateur de la mauvaise foi du professionnel d'autant qu'il s'illustre par des techniques de vices usitées par celui-ci (MARTIN, 2013, p. 1945). Précisément, le concepteur du produit le conçoit pour une durée de vie réduite par l'insertion d'un dispositif sophistiqué et quasi-impossible à détecter par le consommateur. C'est finalement une manœuvre malsaine qui viole délibérément et avec préméditation l'obligation du professionnel d'informer le consommateur afin que ce dernier soit libre dans son choix.

[38] L'intention coupable est induite de la volonté du producteur ou du fabricant de rendre le produit inutilisable au bout d'un certain délai. À partir de cet instant, le fabricant doit être saisi, au nom des principes régissant le droit de la consommation, comme avoir pensé l'acte, sauf s'il prouvait qu'il s'agissait d'une défectuosité du bien indépendante de toute action malveillante de sa part. À partir de ces éléments, la répression de l'obsolescence programmée peut être envisagée et pourrait être une source de garantie de la durabilité du produit ou du bien offert à la consommation par le professionnel.

1.2.2. LA NÉCESSAIRE ADOPTION DU CRITÈRE DE LA DURABILITÉ

[39] La complète résorption de la surconsommation commande, à l'aune de la répression de l'obsolescence programmée, que le producteur ou le fabricant soit tenu de l'obligation de l'usage durable du bien ou du produit qu'il offre à la consommation. Si le rythme de la vie en société est cadencé par le nouement et le dénouement des contrats de consommation (KPAKO, 2022, p. 527), il est tout aussi vrai que la meilleure qualité de vie reste tributaire de la bonne qualité des produits, objets des conventions de consommation. C'est pour cette raison que la durabilité des produits et services doit être instituée comme une obligation contractuelle à la charge du producteur ou du fabricant dont l'inobservation sera constitutive d'un des éléments matériels à prendre en compte pour l'incrimination et la répression de l'obsolescence programmée. Pour ce faire, il convient de se référer aux mécanismes de l'équilibre contractuel à appliquer au contrat de consommation.

[40] En effet, le contrat de consommation est un contrat de type spécial qu'il s'agisse de la vente, contrat le plus fréquemment invoqué, ou de tout autre contrat permettant l'acquisition par le consommateur d'un bien ou d'un service, comme l'échange, le prêt, le dépôt ou même encore la donation (CARRON, 2013, p. 99).

[41] Il est celui réunissant un professionnel et un consommateur avec, pour objet, une prestation contractuelle visant à répondre à un besoin non professionnel du second et que les dispositions spécifiques qui lui sont applicables répondent à un but de protection de ce dernier (RZEPECKI, 2002, p. 234). Ce contrat, en dépit de l'inégalité des parties, appelle nécessairement un équilibre à réaliser par différents mécanismes juridiques institués par le droit des contrats et, plus spécifiquement, par le droit de la consommation.

[42] À ce sujet, les différents droits du consommateur, tels que le droit à l'information, le droit à la sécurité, le droit au choix, le droit à l'éducation, le droit d'être entendu, le droit à la réparation et le droit à un environnement sain assurent cet équilibre recherché dans le contrat de consommation. Sous cette vue, la doctrine propose « [...] la fixation de la garantie légale de durabilité » (NONNOU, 2023, p. 16) comme corollaire des obligations de garantie et de conformité s'imposant au professionnel³⁶¹.

[43] En effet, le professionnel (fabricant, vendeur, fournisseur, etc.) est tenu de délivrer un bien susceptible ou de rendre le service que le consommateur devrait légitimement attendre (BENABENT, 2021, p. 171).

[44] À titre illustratif, le vendeur est tenu de garantir la chose vendue contre toute éviction de lui-même ou des tiers, contre les vices apparents, cachés et rédhibitoires. Il en est de même pour les co-permutants ou les coéchangistes dans le contrat d'échange³⁶², pour le bailleur quel que soit le bail³⁶³, etc.

[45] Ainsi, dans la continuité des devoirs du professionnel, il est tenu à la garantie de la durabilité du bien ou du produit ou du service qu'il entend offrir au consommateur. La durabilité invoque en effet la pérennité, le temps d'utilisation d'un bien³⁶⁴. Elle indique en réalité la capacité du bien ou du produit ou encore du service à satisfaire dans le temps, les besoins auxquels il est destiné dans le contexte du consommateur.

[46] À cet effet, l'obligation de durabilité, conçue à la charge du professionnel, paraît comme la formule renversée de l'interdiction de l'obsolescence programmée. Elle postule une protection plus étendue et solide du

³⁶¹ Cf. art. 1625 et suivants du *Code civil* applicable au Bénin.

³⁶² Cf. art. 1702 et suivants du *Code civil* applicable au Bénin.

³⁶³ Cf. art. 109 de l'Acte uniforme OHADA révisé le portant sur le droit commercial général; art. 15 et s. de la Loi n° 2022-20 du 20 décembre 2022 fixant le régime juridique du bail à usage d'habitation en République du Bénin.

³⁶⁴ Dictionnaire *Le Robert*, Paris, mai 2018, p. 462-463

consommateur en ce qu'elle évoque aussi l'obligation de réparation des torts causés au consommateur par les manœuvres controversées du professionnel. Il semble bien qu'un bien dont l'usage n'est pas durablement assuré, justifie la condamnation du professionnel à réparer le préjudice qui en résulterait pour le consommateur.

[47] L'obligation de durabilité évoque également l'économie de fonctionnalité ou une économie de l'usage du bien qui suppose que la vente des biens et services soit substituée à la vente de l'usage du bien ou du produit. Ainsi, le consommateur n'acquiert que le droit à l'usage du bien ou du produit laissant le risque lié à la propriété au professionnel. Il n'y a plus alors un transfert de propriété pouvant justifier le transfert des risques (NONNOU, 2023, p. 17). C'est finalement la déclinaison d'une consommation commune d'un même bien par différentes personnes qui ne deviendront assurément pas propriétaires (BAZIN-BEUST, 2021, p. 16; BERNHEIM-DESVAUX, 2015, p. 3). L'institution de l'obligation de la durabilité dans le contrat de consommation se présente alors comme une piste favorable à la déconsommation.

2. LA MAÎTRISE DE LA CONSOMMATION PAR LES MÉCANISMES CONVENTIONNELS

[48] La déconsommation est aujourd'hui l'ultime but à atteindre pour rétablir l'équilibre mondial et la survie humaine. Les nombreux rapports du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), ainsi que les sommets successifs pour la réduction des impacts négatifs sur l'environnement ont suffisamment démontré leur limite en ce que les engagements pris par les États sont toujours, soit insuffisants, soit inexécutés. Les considérations d'intérêts économiques des entités étatiques et des grands groupes économiques plombent généralement le succès de toutes les initiatives en ce sens. Il s'avère alors opportun d'instituer de manière efficace et programmée les mécanismes sûrs de la déconsommation (2.2), et à mieux réguler l'offre de de la consommation (2.1).

2.1. LA RÉGULATION DE L'OFFRE DE CONSOMMATION

[49] Loin de l'option du « tout pénalisant » levée en droit pénal de la consommation, la surconsommation, pour être résorbée, suppose également la régulation du marché. Dit autrement, les lois économiques et commerciales pures doivent être convoquées pour la réduction de la consommation (BERTHOUT et DELMAS, 2007, p. 163). Les plus connues et celles qui paraissent appropriées en l'espèce sont la loi de l'offre et de la demande d'une part, et la loi d'ajustement des ressources et des besoins, d'autre part. La première loi consiste en une théorie selon laquelle le prix d'un bien, d'un produit ou d'un service est le reflet de la confrontation de la sollicitation et de la demande, de sorte que lorsque l'offre dépasse la demande, la quantité de biens à céder s'élève et le prix baisse; ou, au contraire, lorsque l'offre est restreinte alors que la demande est forte, les prix tendent à monter

(ROTHSCHILD, 2007, p. 37). La seconde loi économique, qui est une loi fondamentale de la vie, a été conçue dans le cadre des mesures économiques de sécurité alimentaire. Elle consiste avant tout à établir une corrélation plus ou moins exacte entre les ressources disponibles et les besoins à satisfaire (DUTILLEUL, 2022). Elle complète la première qui corrèle les offres et les demandes (Polanyi, 2011).

[50] Lesdites lois convergent finalement vers l'équilibre du marché, agissent également sur les prix et régulent la consommation (2.1.2). Pour leur pleine expression, l'information à fournir au consommateur par le professionnel doit être crédible et fiable (2.1.1).

2.1.1. LE REMODELAGE DU DROIT À L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

[51] Pilier cardinal de la protection du consommateur, le droit à l'information du consommateur est soumis à la diligence du professionnel et ne saurait souffrir de quelque vice (MASSE, 1979, p. 90). Il s'agit en effet d'une prérogative du consommateur constitutive de l'obligation principale de tout producteur, contenue dans les législations portant sur les stratégies de protection du consommateur. Instituée par toutes les législations de consommation³⁶⁵, le droit à l'information du consommateur suppose que celui-ci doive pouvoir disposer de tous les éléments lui permettant de faire un choix optimal en connaissance de cause et être protégé de toute information trompeuse ou biaisée. L'information aux consommateurs est constituée en réalité de l'ensemble des moyens déployés par le professionnel pour promouvoir et faire connaître un produit ou un service, lesdits moyens pouvant être les représentations verbales, écrites ou symboliques faites directement aux consommateurs ou par la voie des divers moyens de communication de masse (RAYMOND, 2011, p. 72). Concrètement, il revient au professionnel (fournisseur, vendeur, producteur ou fabricant) de mettre, par tout moyen approprié, le consommateur en mesure de « [...] connaître les caractéristiques essentielles du produit, du bien ou du service ainsi que l'origine du produit, ou du bien et la date de péremption, le cas échéant, et lui fournir les renseignements susceptibles de lui permettre de faire un choix rationnel compte tenu de ses besoins et de ses moyens »³⁶⁶.

[52] Ce devoir d'information pèse sur le professionnel qui est tenu de faire savoir, par les procédés réguliers d'information au public tels que le marquage sur les produits, leur étiquetage ou leur affichage, les prix des produits et biens ainsi que les tarifs des services. En d'autres termes, le professionnel doit fournir le mode d'emploi et le manuel d'utilisation du produit

365 Cf. Bénin (Loi n° 2015-07 du 22 janvier 2015 portant code de l'information et de la communication en République du Bénin), Tchad (Loi n° 005/PR/2015 portant protection du consommateur au Tchad), Rwanda (Loi n° 36/2012 du 21/09/2012 relative à la concurrence et à la protection des consommateurs), Côte d'Ivoire (Loi n°2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation en Côte d'Ivoire), Mali (Loi n° 2015-036 du 16 juillet 2015 portant protection du consommateur au Mali), Togo (Loi n° 99-011 du 28 décembre 1999 Portant organisation de la concurrence au Togo), etc.

366 Cf. art. 3 de la Loi n° 31-08 du 07 mars 2011 édictant des mesures de protection du consommateur au Maroc, complété par les art. 7, 23 et 24 du Décret n° 2-15-503 du 4 kaada 1434 (11 septembre 2013) pris pour l'application de certaines dispositions de la Loi n° 31-08 édictant de protection du consommateur, Bulletin officiel n° 6192 du 26 kaada 1434 (3 octobre 2013), p. 2395.

et des services, sa durée de garantie ainsi que les défauts pouvant affecter son utilisation optimale. Selon le législateur sénégalais, le devoir d'information au consommateur est l'expression de l'obligation de loyauté contractuelle qui pèse sur les parties dans un contrat de droit commun et particulièrement dans un contrat de consommation³⁶⁷.

[53] À la réalité et en accord avec la doctrine, la réelle implémentation du droit à l'information des consommateurs invite à identifier son objet, son débiteur et le lieu de son exercice (BERNHEIM-DEVAUX, 2011, p. 52). La raison commande et tous les textes s'accordent que le créancier de cette obligation soit le professionnel³⁶⁸. Cette information peut être portée à la connaissance du consommateur en tout lieu et par tout moyen de communication accessible au consommateur.

[54] Le remodelage de ce droit à l'information portera en effet sur son objet. Il est de principe que l'information doit indiquer les dangers d'utilisation du bien ou du service, les modes d'utilisation et les usages courants du bien ou du service, le coût du bien ou du service, l'état normal et la composition du produit et les modes de jouissance et d'exercice des garanties (MASSE, 1979, p. 94).

[55] Mais, l'information serait plus complète si le professionnel informait avec précision sur les dangers de la consommation excessive du produit qui en est objet. Il est tenu d'indiquer ostensiblement les risques encourus par le consommateur dans l'abus du produit ou du service qui lui est offert. Cette exigence postule inéluctablement une sérieuse option au bénéfice de l'offre de consommation.

2.1.2. LA PRISE EN MAIN PUBLIQUE DE L'OFFRE DE CONSOMMATION

[56] La lutte contre l'incitation à la surconsommation appelle évidemment que l'offre à la consommation fasse l'objet d'un examen permanent et minutieux. En effet, et comme le souligne la doctrine, le droit de la consommation est devenu aujourd'hui un élément de contrôle du professionnel et, plus encore, un outil protecteur des intérêts matériels égoïstes du consommateur (BERTHOLD et CARON, 2022, p. 551). Le droit de la consommation s'illustre dès lors comme un champ de tensions autour des intérêts du fournisseur et de la meilleure satisfaction des besoins des consommateurs.

[57] Mais ce droit ne protège pas vraisemblablement contre la surconsommation à laquelle incite le fournisseur de produits et à laquelle s'adonne le consommateur soit par ignorance soit de manière consciente et volontaire. En effet, depuis la période des « trente années glorieuses » où le

³⁶⁷ L'article 32 de *Loi n° 94-63 du 22 août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique* au Sénégal dispose que : « Pour garantir le pouvoir des consommateurs et leur liberté de choix entre les produits et services offerts, il est fait d'obligation aux opérateurs économiques d'avoir une attitude loyale vis-à-vis d'eux, notamment par une communication correcte des conditions de vente mais aussi et surtout par une bonne information sur les prix pratiqués ».

³⁶⁸ Cf. art. 29 de la *Loi n° 181/2018 du 13 septembre 2018 sur la protection du consommateur en République arabe d'Égypte*; *South Africa Consumer Protection Act* no 32186, 29 April 2009, (part D : *Right to disclosure and information*).

monde s'est lancé dans une économie de consommation croissante et étourdissante, le discours tendant à la baisse de la consommation ne semble pas assez porté. Il a été universellement admis que la détérioration accrue de la planète terre est due aux activités anthropiques, surtout à la surconsommation des ressources disponibles.

[58] Or, le principe de durabilité implique que la consommation soit maîtrisée, que les efforts de développement soient effectivement capables de « [...] répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs »³⁶⁹. Un développement qui répond aux besoins du présent est celui qui pose l'exigence du développement économique dans une ambiance où les notions de croissance, d'efficacité, de profit, de commerce, de libre-échange, d'investissements réels, de productivité, de compétitivité et de stabilité sont prises en compte.

[59] Ainsi, la prise en main étatique de l'offre de consommation doit être sondée comme solution. Dit autrement, la régulation de l'offre à la consommation doit être faite dans tous les secteurs, et par tous les moyens, par l'autorité publique à l'interne et à l'international. À cet effet, les règles commerciales relatives à l'offre des biens, produits et services doivent être revues dans le sens de la déconsommation au regard de l'impératif du développement durable.

[60] Pour ce faire, les institutions internationales intervenant en matière de régulation du commerce au niveau mondial telles que, entre autres, la Commission des Nations Unies sur le droit commercial international (CNUDCI), la Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement (CNUCED) et l'Organisation mondiale du commerce (OMC), doivent adapter leurs règles dans le sens de la déconsommation. Il en est de même des organisations continentales telles que l'Union européenne, l'Union africaine, etc. Pareille logique doit s'implémenter au niveau des organisations régionales ainsi que dans les relations bi- ou multipartites entre les États.

2.2. L'INSTITUTION DE LA DÉCONSUMATION PROGRAMMÉE

[61] Depuis la conférence des Nations Unies sur le développement durable en 2012 à Rio de Janeiro (Rio+20) au Brésil, le monde entier a déjà perçu que les neuf milliards (9 000 000 000) d'habitants que la planète Terre devrait compter en 2050 appellent un dédoublement de la production agricole, alors que le stock de terres arables est à sa limite de saturation et que nous sommes confrontés à la sixième extinction massive de la biodiversité (CARON et CHÂTAIGNIER, 2017, p. 26). Or, au fil du temps et avec les

³⁶⁹ Déclaration de la conférence des Nations Unies sur l'environnement, Stockholm 5 au 16 juin 1972, Doc. A/CONF/48/14/REV.1 : Principe 1; Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (CNUED) ou Sommet de la terre tenu à Rio de Janeiro au Brésil en juin 1992. La commission Brundtland dans le rapport intitulé « Our Common futur », en français « Notre avenir à tous » définit la notion de développement durable comme : « un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ». Le rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement (CMED) encore appelé rapport Brundtland a été déposé en 1987. Si le concept de développement durable a fait l'objet d'une analyse détaillée par la Commission mondiale sur l'environnement et le développement (CMED) créée par l'assemblée générale de l'Organisation des Nations Unies, en 1983, afin d'étudier les stratégies environnementales à long terme, ses applications remontent assez loin dans le temps, depuis la convention d'Alger de 1968.

différentes crises (environnementales, sociales, sociétales, économiques et financières) que connaît le monde, les ressources s'amenuisent de sorte à ne pouvoir répondre aux besoins de consommation exprimés par l'humanité.

[62] Or, le 15 septembre 2015, cent quatre-vingt-treize (193) États se sont accordés sur les Objectifs de développement durable (ODD), dont le douzième (ODD n° 12) qui préconise d'« [é]tablir des modes de consommation et de production durables [...] »³⁷⁰. Les modes de consommation durable requièrent plusieurs approches dont la décroissance de la consommation et la déconsommation. Perçue en courbe inverse de la surconsommation, la déconsommation évoque toute mesure prise en vue de la réduction de la consommation. Cela peut prendre la forme de la fixation des seuils de consommation selon une approche différenciée (2.2.2) et par la limitation de l'octroi des crédits (2.2.1.).

2.2.1. LA LIMITATION DU CRÉDIT AFIN DE DÉCONSUMMATION

[63] Le lien entre le crédit et la consommation paraît insécable (BAHARY-DIONNE, 2022, p. 553). Du latin « *creditum* » ou « *credere* », le crédit en son sens premier signifie créance. Il indique successivement la confiance qu'une personne inspire sur sa solvabilité. Sous cette vue, il intègre toutes les facilités accordées à une personne au regard de sa capacité à les rembourser. En matière de transaction financière, il désigne « [...] l'opération par laquelle une personne (généralement un banquier) met ou fait mettre une somme d'argent à la disposition d'une autre personne en raison de la confiance qu'elle lui fait ». (CORNU, 2011, p. 282)

[64] On distingue alors la vente à crédit, le crédit bancaire, le crédit carbone, etc. Prenant l'exemple du surendettement, il est actif lorsque la situation économique et financière du consommateur est obérée en raison d'une mauvaise gestion de sa part; il est passif lorsque la situation dans laquelle se trouve un débiteur non pas en raison de la souscription d'emprunts inconsidérés, mais tout simplement afin de faire face aux dépenses de la vie courante (JULIEN, 2009, p. 411).

[65] Il semble bien que la pratique du crédit entretienne des liens très étroits avec la surconsommation. Selon Simon Dessureault et Jean-Sébastien Marsan, la déconsommation appelle inéluctablement la maîtrise du marché du crédit³⁷¹. En effet, la déconsommation, entendue comme le « renoncement volontaire à la consommation de produits ou services non indispensables »³⁷², invoque objectivement un « processus par lequel le niveau quantitatif de consommation d'une entité économique donnée (marché, zone géographique, catégorie sociale, etc.) diminue dans des proportions significatives ».

370 Voir ODD n° 12 à 16, en ligne : <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/>>.

371 Voir en ligne : <<https://www.journaldemontreal.com/2024/03/30/deconsommer-pour-garder-un-meilleur-contrôle-sur-ses-finances>>.

372 Voir en ligne : <<https://climate.selectra.com/fr/comprendre/deconsommation>>.

[66] D'un point de vue macroéconomique, elle suppose « [...] la baisse de la consommation des ménages, dans un périmètre donné, sectoriel, national ou international » (de LANAUZE et SIADOU-MARTIN, 2013, p. 55). Elle désigne, sur le plan microéconomique, en l'occurrence du point de vue du consommateur, un comportement de la personne indivisible ou non (individu ou groupement) visant à réduire de manière volontaire sa consommation et à mieux consommer. Dans l'un ou l'autre cas, elle emprunte diverses modalités notamment : la réduction des sommes dépensées, la diminution des quantités consommées par refus du gaspillage, etc. C'est l'expression de la consommation volontaire ou prévue que l'on oppose à la déconsommation subie qui fait suite à une conjoncture économique défavorable à la consommation.

[67] En effet, la déconsommation appelle la réduction des achats, la surexploitation des ressources et le surendettement (RASTELLO, 2022, p. 34). Elle est plutôt favorable à la concrétisation des principes de développement durable, de consommation responsable et écologique, de l'économie collaborative ou de fonctionnalité telle que développée *supra*³⁷³. Elle permet la limitation de l'impact négatif des activités anthropiques sur l'environnement.

[68] Pour ce faire, les communautés devraient réduire voire maîtriser davantage le marché du crédit de toutes sortes. Cela appelle à une plus grande responsabilité des acteurs économiques telles que les entreprises dans le cadre de leur responsabilité sociétale (RSE) (CANEVET, 2024, p. 26). À l'heure actuelle où le surendettement n'est pas organisé sur le continent africain, il s'agit de *lege ferenda*, de limiter le recours des consommateurs à toutes sortes de crédit en ce qu'il est un incitateur à la surconsommation. Il ne s'agira pas de supprimer le marché du crédit, mais de fixer des seuils infranchissables à sa consommation.

2.2.2. LA FIXATION DES SEUILS DE CONSOMMATION

[69] Dans la même dynamique de la déconsommation, la fixation des seuils de consommation dans tous les domaines est constitutive d'une mesure salvatrice pour la sauvegarde de l'environnement. En effet, l'approche de fixation des seuils n'est pas nouvelle en soi. Le principe était établi en matière climatique par les différents sommets pour le climat, de réduction de gaz à effet de serre, en matière d'impact carbone, etc. La fixation des seuils de consommation emprunte aussi la même idée, réduire la consommation et inciter à mieux consommer. Elle s'entend d'un principe consistant à fixer des limites à la consommation dans tous les secteurs, à savoir la consommation énergétique, en minerai, en eau, alimentaire, etc. Ainsi conçu, il est destiné à promouvoir les « modes de consommation durables »³⁷⁴.

373 Voir en ligne : <<https://youmatter.world/fr/definitions/deconsommation-definition-phenomene-exemple-quest-ce-que-la-deconsommation/>>.

374 Principes directeurs pour la protection du consommateur, Rés. 248, Doc. off. A.G.N.U., 39e sess., suppl. n° 51, Doc. N.U. A/789 (1985).

[70] Définie comme la consommation qui favorise à la satisfaction des « [...] besoins en [matière de] biens et [de] services des générations actuelles et futures de façon viable à long terme du point de vue économique, social et environnemental »³⁷⁵, la consommation durable appelle évidemment la limitation des volumes de consommation surtout en tenant compte du principe des responsabilités communes mais différenciées des États³⁷⁶.

[71] Pour ce faire, il importe d'intégrer des données quantitatives et qualitatives à l'analyse. D'une première part, la fixation quantitative des seuils de consommation suppose l'institution par la loi ou par les actes entre particuliers (accords bilatéraux ou multilatéraux), d'un contrôle sur la quantité de biens ou de produits achetés. D'une seconde part, le principe invoque sur le plan qualitatif, en la capacité de toute personne d'intégrer « [...] au moment de l'achat, des attributs non intrinsèques des produits et des services, soit, par exemple, des conditions de production, de transport et d'usage de ces biens par opposition aux attributs traditionnels que sont le rapport qualité/prix et le service après-vente ».

[72] Il s'ensuit que la fixation des seuils de consommation est consubstantielle à l'éradication des plans dont l'objet est de modifier les modes de consommation « insoutenables à terme »³⁷⁷. Bien plus, il s'agira plutôt de revoir profondément toutes les institutions juridiques, de nature à porter au pinacle les idéaux d'une consommation responsable et propice au développement durable.

CONCLUSION

[73] Somme toute, la réduction de la consommation vise substantiellement l'implémentation des objectifs de développement durable (ODD)³⁷⁸. Elle ne s'inscrit pas dans une dynamique de réduction de la création des valeurs, mais vise à ramener les modes actuels de consommation à un niveau supportable au regard de la disponibilité actuelle des ressources naturelles. Dit autrement, elle n'implique pas le recul de la croissance économique au sens de la création de richesse. Sous ce regard, deux catégories d'outils juridiques peuvent servir. Le premier instrument procède de l'outil pénal devant permettre de réprimer tous les actes accomplis aux fins de surconsommation et d'obsolescence programmée. Le second instrument est de nature conventionnelle en ce qu'il capte les techniques d'équilibre

³⁷⁵ *Ibid.*

³⁷⁶ Le principe 7 de la *Déclaration de Rio de juin 1992 sur l'environnement et le développement* affirme que « [...] étant donné la diversité des rôles joués dans la dégradation de l'environnement mondial, les États ont des responsabilités communes mais différenciées. Les pays développés reconnaissent la responsabilité qui leur revient dans la recherche internationale du développement durable eu égard tant aux pressions que leurs sociétés exercent sur l'environnement mondial qu'aux technologies et ressources financières dont ils disposent ».

³⁷⁷ Action 21, Doc. N.U. A/CONF.151/26/Rev.1 (1992), chap. 4 « Modification des modes de consommation », par. 4.1 a).

³⁷⁸ Ce sont les ODD n° 13 à 16 qui sont les plus concernés ici : ODD n° 13 : Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions ; ODD n° 14 : Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable ; ODD n° 15 : Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.

contractuel en matière de consommation. Il intègre inexorablement la nécessaire durabilité des produits et biens, ainsi que la complète information des consommateurs.

[74] Il est utile de relever que toute stratégie juridique en matière de consommation doit absolument intégrer les opinions des consommateurs en ce que tout être humain est forcément un consommateur³⁷⁹. Ce constat scientifique de l'école de pensée économique classique (CEDRAS, 1973, p. 60) sera politiquement approuvé, un siècle et demi plus tard, par l'ancien président des États-Unis d'Amérique, John F. KENEDY, qui déclara au congrès que : « [...] nous sommes tous des consommateurs » (AZAR-BAUD, 2013, p. 1). Cette approche est d'autant plausible au nom du principe de responsabilité de chaque consommateur à savoir opérer des choix qui lui sont utiles surtout que « [...] le régulateur ultime de toute demande est la demande des consommateurs »³⁸⁰. À partir de cet instant, tous les instruments juridiques à identifier pour réduire la consommation doivent prendre comme point de départ le consommateur pris individuellement ou en groupe. Lesdits instruments pouvant emprunter les formes d'actes publics ou d'actes privés. La véritable question reste alors celle des modalités pratiques de leur confection.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

AILINCAI, M. et S. LAVOREL (dir.), *Exploitation des ressources naturelles et protection de l'environnement*, éd A. PEDONE, Paris, 2013, 252 p.

ALLAND, D. et S. RIALS (dir.), *Dictionnaire de la culture juridique*, PUF, Paris, 2021, 1649 p.

AUGUET, Y. et al., *Droit de la consommation*, Ellipses, Paris, 2008, 400 p.

BENABENT, A., *Droit des contrats spéciaux civils et commerciaux*, 14^e éd. Montchrestien Lextenso, Paris, 2021, 720 p.

BERNHEIM-DEVAUX, S., *Droit de la consommation. 30 fiches de synthèse pour préparer les TD et réviser les examens*, 2^e éd. Studyrama, Coll. Panorama du Droit, France, 2011, 348 p.

BERTHOUT, A., B. DELMAS et T. DELMAS (dir.), *Y-a-t-il des lois en économie ?*, Presses universitaires du Septentrion (PUS), France, 2007, 647p.

379 « Dans une société quelconque, tout le monde est consommateur parce qu'il n'est personne qui puisse subsister sans satisfaire des besoins, quelque bornés qu'on les suppose ». Cf. SAY (J.-B.), *Traité d'économie politique*, 1803, p. 439.

380 Alfred MARSHALL, « Principles of Economics », Palgrave Macmillan, a division of Macmillan Publishers Limited 2013, chapitre 3, § 1.

CALAIS-AULOY, J. et H. TEMPLE, *Droit de la consommation*, 8^e éd. Dalloz, Paris, 2010, 726 p.

CARON, P. et J.-M. CHÂTAIGNER, *Un défi pour la planète. Les objectifs de développement durable en débat*, IRD éditions, Marseille, 2017, 480 p.

DERBAIX, Ch. et J. BREE, *Comportement du consommateur : présentation de textes choisis*, Economica, Paris, 2000, 598 p.

FABRE, R. et al., *Droit de la publicité et de la promotion des ventes*, 3^e éd. Dalloz, Paris, 2006, 610 p.

GRIDEL, J.-P., *Le droit*, Presses Universitaires d'Aix-Marseille (PUAM), France, 2012, 460 p.

HAMILTON, C., *Requiem pour l'espèce humaine – face à la réalité du changement climatique*, Sciences-Po – Les Presses, Paris, 2013, 265 p.

JULIEN, J., *Droit de la consommation et du surendettement*, LGDJ, Paris, 2009, 594 p.

LEQUET, P., *L'ordre environnemental et le contrat de droit privé*, LGDJ Lextenso, coll. Thèses, Paris, 2022, 616 p.

MARX, K., *Œuvres, Économie* vol. I et II, bibliothèque de la pléiade, nrf, 1968, 709 p.

MOUFFE, B., *Le droit de la publicité*, Bruylant, Bruxelles, 2009, 568 p.

PICOD, Y. et N. PICOD, *Droit de la consommation*, 5^e éd. Sirey, Paris, 2021, 619 p.

RAYMOND, G., *Droit de la consommation*, 2^e éd. Litec Lexis Nexis, Paris, 2011, 518 p.

SAY, J.-B., *Traité d'économie politique*, Tome 1, Economica, Paris, 1803, 1166 p.

VERON, M., *Droit pénal spécial*, 17^e éd. Dalloz, Paris, 2019, 569 p.

VERON, M. et G. BEAUSSONIE, *Droit pénal des affaires*, 12^e éd. Dalloz, Paris, 2019, 542 p.

Articles de doctrine

CATALA, P., « La revanche des choses », dans J. FOYER *in memoriam*, Litec, 2010, p. 75-85.

BADJI, P.S.A., « Le consommateur, sujet de droit mal-aimé du législateur sénégalais ? », dans *L'effectivité du droit. De l'aptitude du droit objectif à la satisfaction de l'intérêt particulier*, Mélanges en l'honneur du Professeur François ANOUKAHA, L'Harmattan, Paris, 2021, p. 125-140.

BAHARY-DIONNE, A., « Le crédit et l'endettement : un regard sociojuridique sur la pauvreté comme marché », *Les Cahiers de droit*, 63(3), 2022, p. 553-593.

BERGEL, J. L., « À la recherche des concepts émergents en droit », *Recueil Dalloz*, 2012, p. 439-440.

BERTHOLD, G.-A. et V. CARON, « Présentation : droit de la consommation : fonctions et tensions », *Les Cahiers de droit*, 63(3), 2022, p. 551-552.

DESPRES, L., « Réflexions sur le statut des lois économiques. La loi de l'offre et de la demande *versus* la loi d'ajustement des ressources et des besoins », dans *Liber amicorum*, Mélanges en l'honneur du Professeur François Collart Dutilleul, Dalloz, Paris, 2017, p. 315-328.

DISSAUX, N., « Le droit au contrat », dans *Liber amicorum*, Mélanges en l'honneur du Professeur François Collart Dutilleul, Dalloz, Paris, 2017, p. 329-340.

DUMAS, M., « Pour une signalisation adaptée au chemin d'un droit nouveau de la consommation », *Les Cahiers de droit*, 63(3), 2022, p. 643-671.

DUTILLEUL, F.C., « Le droit à l'alimentation dans la perspective de l'économie sociale et solidaire », dans *RECMA 2022/2 n° 364*, p. 98-109.

_____, « Un nouvel horizon de recherche : les moyens juridiques d'un ajustement des ressources et des besoins alimentaires », dans *Penser une démocratie alimentaire*, vol. II, Proposition Lascaux entre ressources naturelles et besoins fondamentaux, 2014.

KPAKO, V.V.V., « L'arbitrabilité des litiges de consommation dans l'espace OHADA », *Revue Penant*, n° 921, oct-déc. 2022, p. 527-551.

De LANAUZE, G. S. et B. SIADOU-MARTIN, « Pratiques et motivations de déconsommation. Une approche par la théorie de la valeur », dans *Revue française de gestion* 2013/1 (n° 230), p. 55-73.

MASSE, Cl., « L'information et l'exploitation des consommateurs », *Revue générale de droit*, 10(1), 1979, p. 90-131.

NONNOU, E.G., « L'obsolescence programmée », *Lexbase Afrique-OHADA n° 66 du 18 mai 2023 : Consommation [Doctrine] L'obsolescence programmée*, p. 1-31.

OLLARD, R., « L'ineffectivité du droit pénal de la consommation », *R.D.C.*, déc. 2019, n° 116, p. 119 et s.

PRIEUR, M., « L'environnement entre dans la constitution », dans *Petites Affiches*, 7 juillet 2005, n° 134.

RAES, D., « L'obsolescence programmée à l'épreuve de l'obligation d'information du vendeur, de la notion de conformité et de garantie des vices cachées », dans V. VAN DER HAUTE, *Liber amicorum* François Glansdorf et Pierre Legros, Bruylant, Bruxelles, 2013, p. 235-318.

SUPERIEUR, S., « Un survol de la théorie des biens communs », *Revue d'économie du développement*, 2016/3, vol. 24, p. 55-83.

TERRE, F., « L'ordre public entre deux siècles », *Dalloz I Archives de philosophie du droit*, 2015/1 Tome 58, p. 189-198.

VAN DE KERCHOVE, M., « Les fonctions de la sanction pénale. Entre droit et philosophie », *Informations sociales*, vol. 127, n° 7, 2005, p. 22-31.

Références normatives

Règlement (UE) n° 524/2013 du 21 mai 2013 pour le règlement en ligne des litiges de consommation.

Directive n° 2013/11/UE du 21 mai 2013 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation (REL).

Loi n° 2007-21 du 16 octobre 2007 portant protection du consommateur en République du Bénin.

Loi n° 2015-07 du 22 janvier 2015 portant code de l'information et de la communication en République du Bénin.

Loi belge du 14 juillet 1971 sur les pratiques commerciales (LPC).

Loi n°016-2017/AN du 27 avril 2017 portant organisation de la concurrence au Burkina Faso.

Loi-cadre n° 2011/012 du 6 mai 2011 portant protection du consommateur au Cameroun.

Loi n° 16.006 du 30 décembre 2016 portant Code de commerce en République Centrafricaine.

Loi n° 2016-412 du 15 juin 2016 relative à la consommation en Côte d'Ivoire.

Loi n° 2015-036 du 16 juillet 2015 portant protection du consommateur au Mali.

Loi n° 36/2012 du 21/09/2012 relative à la concurrence et à la protection des consommateurs au Rwanda.

Loi n° 94-63 du 22 août 1994 sur les prix, la concurrence et le contentieux économique au Sénégal.

Loi n° 005/PR/2015 portant protection du consommateur au Tchad.

Loi n° 99-011 du 28 décembre 1999 Portant organisation de la concurrence au Togo.

Code de consommation de la France, édition du 10 avril 2020.

Loi chinoise sur la protection des consommateurs du 31 octobre 1993 entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1994.

Loi n° 36/2012 du 21/09/2012 relative à la concurrence et à la protection des consommateurs au Rwanda.

Loi n° 31-08 du 07 mars 2011 édictant des mesures de protection du consommateur au Maroc.

Décret n° 2-15-503 du 4 kaada 1434 (11 septembre 2013) pris pour l'application de certaines dispositions de la loi n° 31-08 édictant de protection du consommateur au Maroc, Bulletin officiel n° 6192 du 26 kaada 1434 (3 octobre 2013), p. 2395.

Loi n° 181/2018 du 13 septembre 2018 sur la protection du consommateur en République arabe d'Égypte.

South Africa Consumer Protection Act n° 32186, 29 April 2009, (part D : Right to disclosure and information).