

PROPOSITION SUJETS DE THESES CONTRATS DOCTORAUX 2021-2024

Appel ciblé : Contrat doctoral établissement ED 537

Directeur de thèse : Agnès Maffre Baugé

Laboratoire de rattachement : LBNC

Co-directeur éventuel :

Co-encadrant éventuel :

Titre en français : La plateformesisation du droit de la consommation

Titre en anglais : *Online matching platforms and consumer law*

Mots-clés :

Domaine / Thématique: Droit numérique de la consommation – Droit de l'UE

Co tutelle : Non **Pays** : France

Opportunités de mobilité à l'international du doctorant dans le cadre de sa thèse : Non

Profil du candidat :

Sur fond de maîtrise du droit privé dans son ensemble, il est requis une solide connaissance du droit de la consommation, incluant sa dimension numérique et pénale, et du droit de l'Union européenne.

Au plan des compétences, le ou la candidate devra justifier d'une première expérience dans le domaine de la recherche juridique et, à ce titre, avoir rédigé un mémoire de niveau Master 2.

Au delà de ces pré-requis d'ordre académique, la personne se portant candidate doit également avoir une fine connaissance du fonctionnement des plateformes numériques, des réseaux sociaux et, plus largement, de ce qu'il est convenu d'appeler l'économie numérique.

Présentation détaillée du sujet :

Même s'il n'est pas né avec la société de consommation, le droit de la consommation s'est développé avec elle, ce qui l'a conduit, plus récemment, à devoir

s'adapter au nouveau contexte économique numérique et, singulièrement, à la plateformes des modes de consommation. Cette évolution, dont le droit de l'Union européenne s'est largement saisi ces dernières années, poursuit une double logique qui, pour être classique, n'en est pas moins très actuelle : protéger le consommateur afin de renforcer sa confiance ; réguler le marché afin d'en assurer la transparence et la loyauté. *In fine*, l'objectif est en effet de soutenir le développement du marché économique numérique en faisant de la consommation un levier de cette croissance.

De multiples illustrations de cette évolution pourraient être citées, qui touchent soit le périmètre d'application du droit de la consommation, soit son contenu.

Au titre des premières, on peut évoquer, de manière évidemment non exhaustive, l'article liminaire du code de la consommation, qui définit, depuis sa modification récente par l'ordonnance n° 2021-1247 du 29 septembre 2021 relative à la garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques, plusieurs notions en lien avec la consommation de biens numériques, comme le « bien comportant des éléments numériques », le « contenu numérique » ou le « service numérique »... On peut se demander si cet enrichissement du champ lexical consommériste ne traduit pas, en réalité, une dénaturation de cette disposition. C'est ce que soutient une partie de la doctrine (v. par ex. J.-D. Pellier, « La dénaturation de l'article liminaire du Code de la consommation (À propos de l'ordonnance n° 2021-1247 du 29 septembre 2021 relative à la garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques) », D. 2021, p. 1873). Et au-delà, qu'en déduire quant à l'applicabilité du droit de la consommation ? L'évolution ne s'arrête d'ailleurs pas à l'extension du champ d'application des règles consomméristes. Le développement de l'économie numérique met également à l'épreuve les définitions des acteurs du droit de la consommation que sont le consommateur, le non-professionnel et le professionnel – définitions qui ne sont pourtant pas si anciennes, loin s'en faut. Par exemple, celui qui propose des biens à la vente ou à la location *via* une plateforme numérique est-il ou non un professionnel au sens de l'article liminaire du code de la consommation ? Répondre par l'affirmative n'impliquerait pas seulement que soit mise à sa charge toute une kyrielle d'obligations : cela aurait aussi, corrélativement, des incidences sur l'interprétation de la définition légale du professionnel.

Au plan substantiel, et pour rester sur le seul terrain de l'ordonnance du 29 septembre 2021 précitée, l'adaptation du droit de la consommation à l'environnement numérique qui est désormais le sien se traduit assurément par un changement de paradigme impactant de nombreux domaines. Si ce texte, qualifié de « majeur » par la doctrine (G. Loiseau, « Droit des contrats », JCP G, 2021, I, 1310), étend la garantie légale de conformité aux biens comportant des éléments numériques et instaure un régime de garantie pour les contrats de fourniture de contenus et de services numériques, il va en réalité bien au delà. Il pose en effets les fondements d'un véritable droit numérique des contrats de consommation (ou droit des contrats de consommation numérique ?), qui emprunte aux outils directifs classiques du droit

de la consommation (formalisme informatif, sanctions administratives désormais réputées être davantage des gages d'effectivité des règles énoncées que les sanctions pénales...), mais innove aussi (notamment sur la question du caractère désormais onéreux du contrat conclu par l'utilisateur d'un réseau social avec l'exploitant dudit réseau, lequel collecte et valorise les données de l'utilisateur, ou sur celle du nouveau régime juridique des contrats de fourniture de contenus ou de services numériques, qui enrichit le droit spécial des contrats de consommation...).

Ce ne sont évidemment que quelques exemples de la « confrontation » entre ces nouvelles habitudes de consommation, qui sollicitent massivement l'usage des plateformes collaboratives numériques, d'un côté, et le droit de la consommation, de l'autre. Ils devront être creusés et élargis afin de proposer une analyse juridique des évolutions induites par la plateformes des modes de consommation afin d'en mesurer et d'en apprécier tant la réception que les incidences en droit de la consommation.

Références bibliographiques :

Voir (notamment) les références précitées ci-dessus et également : S. Bernheim-Desvaux, L. Baëté, P. Foucher, Ph. Guillermin, « Droit de la consommation et économie numérique », Contrats, concurrence et consommation, 2020, n° 17.

Les sujets devront être adressés à

gestion-ed@univ-avignon.fr

avant le 7 mars 2022