

# LOI HAMON RELATIVE À LA CONSOMMATION

## LES 10 ANS



Promulguée le 17 mars 2014, la Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, dite Loi Hamon, est venue renforcer la protection des consommateurs face aux professionnels.

Fondamental, ce texte avait pour objectif d'améliorer et d'adapter le droit de la consommation à la lumière des nouvelles règles mais également des évolutions de la jurisprudence européenne. Le renforcement de la protection du consommateur devait aussi participer à favoriser la concurrence et à améliorer le pouvoir d'achat des ménages. Il s'agissait encore, aux termes de l'exposé des motifs, de « *garantir l'effectivité de la règle de droit* » en modifiant les pouvoirs des autorités administratives en charge de la protection des consommateurs, mais également en créant de nouvelles voies de recours.

Le colloque se propose de dresser le bilan de cette loi relative à la consommation, quasiment dix ans, jour pour jour, après son entrée en vigueur. A travers des thématiques riches et variées de la discipline, il sera également l'occasion d'offrir aux participants un panorama de l'actualité en droit de la consommation. La manifestation permettra enfin, dans une approche plus prospective, de réfléchir à ce que pourrait être le futur du droit de la consommation.

### APPEL À CONTRIBUTIONS

**Quatre thématiques seront spécifiquement étudiées :**

#### Améliorer l'information et renforcer les droits contractuels des consommateurs

La loi Hamon a d'abord contribué à améliorer l'information et renforcer les droits contractuels des consommateurs. Pour citer quelques exemples : l'obligation précontractuelle d'information du professionnel a été renforcée, le régime juridique applicable au démarchage et à la vente à distance a été modifié afin de mieux protéger le consommateur face aux pratiques parfois agressives des professionnels. En outre, une définition du consommateur a été introduite dans le Code de la consommation. L'introduction de définitions devait permettre de délimiter le champ d'application des règles protectrices du droit de la consommation. Ces définitions ont suscité de nombreux débats, notamment celle de « non professionnel », spécificité du droit français, et l'article liminaire du Code de la consommation a été modifié à trois reprises depuis la loi Hamon. Ces définitions sont-elles parvenues à délimiter efficacement le champ d'application du droit de la consommation ? Ont-elles mis un terme définitif aux débats relatifs au champ d'application personnel de ce droit ? *Le colloque se propose de réaliser le bilan de ces mesures et de proposer, le cas échéant, des pistes d'amélioration à la lumière de l'évolution de la consommation.*

#### Les dispositions relatives au crédit et à l'assurance

Les dispositions relatives au crédit et à l'assurance ont ensuite fait l'objet d'évolutions remarquables, notamment en matière de mobilité bancaire, ou encore de faculté de résiliation des contrats d'assurance. D'autres mesures initialement prévues, en revanche, n'ont pas vu le jour, à l'image du registre national recensant les crédits à la consommation souscrits par les particuliers. *Dans le contexte actuel de crise économique, il serait intéressant de se demander si les mesures portées par la loi Hamon ont eu l'effet escompté sur l'endettement des ménages. Plus encore, il serait intéressant de se demander si ces mesures pourraient contribuer à relancer l'activité dans certains secteurs, à l'image du marché de l'immobilier, ou s'il faudrait au contraire envisager de modifier certaines dispositions.*

## Les pouvoirs de la DGCCRF

Les pouvoirs de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ont par ailleurs été modernisés, toujours dans l'objectif d'accroître la protection des consommateurs. Ces nouveaux pouvoirs – outils de régulation économique indispensables – ont contribué à renforcer l'efficacité de l'action publique. *Le colloque se propose de tirer le bilan de cette modification des pouvoirs des agents de l'autorité administrative, ainsi que des sanctions, dans la protection du consommateur. L'objectif serait d'ailleurs d'organiser cette manifestation scientifique en partenariat avec la direction de la concurrence, et/ou avec l'école.*

## Les pouvoirs du juge

Enfin, ce sont les pouvoirs du juge qui ont été modifiés et plus encore, renforcés, dans un souci d'efficacité du droit de la consommation, de même que certaines procédures. L'action de groupe constituait d'ailleurs l'une des mesures phares du texte. Une protection efficace du consommateur suppose évidemment qu'il puisse correctement exercer ses droits. Or, les consommateurs agissent rarement en justice en raison du montant souvent faible du litige. En revanche, le nombre de victimes est souvent élevé. L'introduction de l'action de groupe avait ainsi vocation à solutionner ces deux problèmes en regroupant dans une même procédure l'ensemble des consommateurs concernés. Or, dès l'entrée en vigueur du texte, cette action de groupe – pourtant tellement attendue – a fait l'objet de réserves. Inspiré des *class actions* américaines, le dispositif s'en est pourtant éloigné sensiblement. 10 ans après son entrée en vigueur, le bilan de l'action de groupe est plus que mitigé : seules 32 actions de groupe ont été intentées et moins de 20% d'entre elles ont rencontré une issue positive. *Le colloque sera l'occasion de se pencher sur les raisons de ce résultat en demi-teinte et sur les modifications qui devraient avoir lieu pour parfaire ce mécanisme indispensable à la bonne prise en charge des consommateurs, notamment dans le projet de réforme en cours d'élaboration.*

## CALENDRIER

**Les propositions de communication sont à envoyer au plus tard le 22 décembre 2023** en fichier attaché par courrier électronique à l'adresse :

[mathilde.cayot@umontpellier.fr](mailto:mathilde.cayot@umontpellier.fr)

La sélection des propositions sera opérée en fonction de leur rapport aux thèmes ci-dessus exposés et la réponse communiquée le 29 décembre 2023. Programme définitif diffusé dès **janvier 2024**. **Le colloque se tiendra le 29 mars 2024, toute la journée.**

### Comment répondre à l'appel à propositions ?

La proposition de communications doit comprendre le nom du/des auteur(s) et leur institution et/ou laboratoire de rattachement, leur(s) adresse(s) postale(s) et électronique(s). La proposition doit inclure un résumé ainsi qu'un titre provisoire. Le résumé, en français ou en anglais, comprendra 1000 caractères environ.

Les déplacements et hébergements peuvent être pris en charge.

LABORATOIRE INNOVATION COMMUNICATION et MARCHÉ - LICeM  
Faculté de Droit et de Science politique  
Bat. 2, 14 rue Cardinal de Cabrières - 34060 MONTPELLIER



UNIVERSITÉ DE  
MONTPELLIER



LICeM  
Laboratoire Innovation, Communication et Marché

