

تصنيف العقود

فهرس رسالة ماجستير

نوع الرسالة
العنوان بالعربي

رسالة ماجستير
٩١١. حماية المستهلك في التجارة الدولية عبر
الإنترنت - تحليل مقارن للنظم القانونية
الأوروبية والفرنسية والكندية

٢٠٠٧

٢٢٤

سنة النشر
عدد الصفحات

يمكنك طلب ترجمة الفهرس للعربية نظير تكلفة رمزية

Table des matières

Résumé	iii
Abstract	iv
Table des matières	v
Liste des sigles et abréviations	x
INTRODUCTION.....	1
Première partie : Divers mécanismes de protection du cyberconsommateur dans le processus contractuel.....	13
Chapitre 1- Protection du cyberconsommateur par des mécanismes préventifs.....	14
Section 1- Réglementation de la publicité : publicité interdite et publicité permise.....	14
Paragraphe 1- Définitions de la publicité par rapport à l'information	16
Paragraphe 2- Quelques formes de publicité.....	20
1- Les bandeaux publicitaires et l'échange de bandeaux publicitaires	20
2- Le spamming ou pourriel ou pollupostage.....	21
Paragraphe 3 : Publicité trompeuse ou mensongère et publicité comparative	24
1- La publicité trompeuse ou mensongère	25
a- Qualification d'un message publicitaire.....	25
b- Choix de l'option procédurale en droit canadien et québécois	28
c- Les sanctions d'une publicité trompeuse	31
2- La publicité comparative.....	32
a- Les Conditions d'admission de la publicité comparative	32
b- Les sanctions de la publicité comparative non-conforme.....	33
Section 2 : Obligation d'information et offre de contracter	34
Paragraphe 1- Cadre juridique général de l'obligation d'information en droits européen, français, canadien et québécois	35
Paragraphe 2- Obligations précontractuelles du cybermarchand en Europe et au Canada: les informations à fournir et les moyens d'y procéder	40
1- Les informations à fournir au consommateur	41
2- Comment fournir ces informations?	45
3- Quand faut-il fournir les informations préalables au consommateur?.....	46

Chapitre 2- Mesures de protection du cyberconsommateur au moment et après la conclusion du contrat	48
Section 1- Protection du consentement : nécessité d'un consentement libre et éclairé	48
Paragraphe 1- Conditions d'un consentement valide	49
Paragraphe 2- Manifestations pratiques du consentement libre et éclairé sur Internet	51
Section 2- Signature électronique : caractéristique et validité	60
Section 3- Droit de rétractation ou droit de réflexion	66
Paragraphe 1- Efficacité du droit de rétractation en droit communautaire et en droit français	66
1- Contenu du droit de rétractation	67
2- Les limites du droit de rétractation	69
Paragraphe 2 : Droit de rétractation : un droit naissant au Québec	70
Section 4- Exécution du contrat : paiement électronique et livraison.....	74
Paragraphe 1- Sécurisation du paiement électronique	75
Paragraphe 2- Livraison du contrat de consommation passé par Internet.....	77
Chapitre 3 : Protection juridique du cyberconsommateur contre les clauses abusives...	79
Section 1- Typologie de quelques clauses affectant les contrats de consommation en ligne.....	80
Paragraphe 1 : Conditions d'existence des clauses affectant les contrats de consommation passés par Internet.....	80
Paragraphe 2 Quelques clauses abusives affectant les contrats de consommation passés par Internet	82
1- Les clauses pénales	83
2- Les clauses d'exonération ou de non responsabilité.....	84
3- Les clauses externes ou par référence.....	85
4- Les clauses illisibles ou incompréhensibles.....	88
Section 2 : Contrôle judiciaire des clauses abusives dans les contrats de consommation en ligne.....	90
Paragraphe 1: Pouvoirs d'intervention du juge français	90

Paragraphe 2 : Pouvoirs d'intervention variés du juge québécois sur les clauses abusives	91
CONCLUSION DE LA PREMIÈRE PARTIE.....	94
Deuxième partie : Problématique de la détermination du tribunal compétent et de la loi applicable en matière de contrats de consommation passés par Internet	96
Chapitre 1- Compétence internationale des tribunaux dans les contrats de consommation passés par Internet	98
Section 1 : Compétence spécifique des tribunaux dans les litiges de cyberconsommation en droit européen et approches française et américaine de compétence.....	99
Paragraphe 1 : Contenu des règles de conflits posées par la Convention de Bruxelles et le règlement Bruxelles I.....	100
1- La Convention de Bruxelles du 27 septembre 1968	101
2- La transformation de la Convention de Bruxelles de 1968 en Règlement Bruxelles I de 2000	103
3- L'existence d'autres conventions européennes en marge de la Convention de Bruxelles et du Règlement Bruxelles I.....	107
Paragraphe 2- L'approche universaliste de compétences des tribunaux français ..	110
Paragraphe 3- Approche américaine de compétence : une évolution jurisprudentielle accélérée.....	115
1- Première étape : la compétence fondée sur la simple accessibilité d'un site Internet dans un pays.....	116
2- Deuxième étape : l'émergence de la notion de « site passif » dans la jurisprudence américaine.....	118
a)- Fondement et apogée de l'approche Zippo.....	118
b)- Limites de l'approche Zippo.....	123
3- Troisième étape : Vers une nouvelle approche de compétence	124
Section 2- Règles de conflits de compétence en droits canadien et québécois en matière de contrat de consommation.....	126
Paragraphe 1- Évolution jurisprudentielle en droit canadien	126

Paragraphe 2 : Examen des critères de compétence internationale des tribunaux québécois dans les contrats de cyberconsommation selon les articles 3148 et 3149 C.c.Q.....	133
Chapitre 2 : Question de la détermination de la loi applicable dans les contrats de consommation passés par Internet.....	140
Section 1- Détermination de la loi applicable au contrat de consommation en ligne selon les critères de la Convention de Rome et de l'article 3117 C.c.Q.	141
Paragraphe 1- Application du régime dérogatoire de l'article 5 de la Convention de Rome et de l'article 3117 C.c.Q.....	142
1- Le champ d'application rationae materiae et rationae personae.....	142
2- La détermination des rattachements donnant lieu à l'application de la loi du consommateur	145
a)- Le choix des parties de la loi applicable ou rattachement subjectif.....	147
b)- La loi applicable en cas de silence des parties ou rattachement objectif..	148
Paragraphe 2 : Examen des circonstances donnant lieu à l'application de la loi du consommateur et analyse de son comportement	149
1- Les circonstances d'application de la loi de résidence habituelle du consommateur	150
a)- L'inapplicabilité de la troisième circonstance aux transactions en ligne..	151
b)- Deuxième hypothèse : la réception de la commande par le fournisseur dans le pays de résidence habituelle du consommateur	153
c)- Première hypothèse : la communication commerciale préalable.....	155
C-1)- Le sens de « l'offre » ou « proposition spécialement faite ».....	156
C-2)- Condition relative à « l'accomplissement des actes nécessaires à la conclusion du contrat »	160
2- La prise en compte du comportement du consommateur dans la conclusion du contrat de consommation en ligne.....	164
Section 2- Nouvelles techniques de limitation des risques du droit applicable	168
Section 3: Protection supplémentaire : loi protectrice du consommateur et lois impératives	171

Section 4 : Vers la modernisation des mesures de protection du cyberconsommateur :	
la proposition de règlement "Rome I" et la nouvelle L.p.c. du Québec.....	176
Paragraphe 1 : Prochain remplacement de la Convention de Rome par le règlement Rome I.....	176
Paragraphe 2 : Modernisation de la <i>Loi sur la protection du consommateur</i> en droit québécois.....	180
CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....	184
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	187
Bibliographie.....	192