

# Table des matières

<b>LE CONSOMMATEUR MINEUR .....</b>	<b>2</b>
<b>Préface .....</b>	<b>4</b>
<b>Remerciements .....</b>	<b>7</b>
<b>Liste des abréviations, sigles et acronymes .....</b>	<b>9</b>
<b>Sommaire .....</b>	<b>16</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>18</b>
1. Division .....	18
§ 1. Sujet.....	18
2. Contexte : l'enfant au centre des attentions.....	18
3. Consommateur mineur. Enoncé de la problématique .....	20
4. Illustration de la problématique. Inventaire des activités du consommateur mineur	
21	
§ 2. Délimitation du périmètre de la recherche.....	23
5. Mineur. Notion .....	23
6. Consommateur. Notion .....	24
7. Focus sur les seuls intérêts économiques du consommateur mineur dans une	
perspective globale. Conséquences sur les contrats étudiés.....	26
8. (suite). Etude de contrats ou actes juridiques n'entraînant aucune dépense .....	28
9. Mode de formation du contrat. Etude de contrats conclus « classiquement » et à	
distance.....	29
10. Mode de paiement.....	31
11. Tableau synthétique .....	32
§ 3. Description du projet scientifique .....	32
12. Hypothèse : existence d'un droit des mineurs .....	32
13. Vérification dans le domaine de la consommation .....	33
14. Intuition : défaillance du droit de la consommation des mineurs .....	35
15. Position des questions .....	36
§ 4. Méthodologie .....	36
16. Méthode analytique. Précisions sur les sources utilisées.....	36
17. Analyse de la minorité « appliquée » à la consommation .....	37
18. Intégration du droit des incapacités au droit de la consommation .....	38
19. Information comparative .....	38
20. Mise à l'écart de l'interdisciplinarité. Justification .....	40
21. Inscription de la recherche dans la science du droit .....	41
§ 5. Plan .....	43
22. Division.....	43
<b>Partie 1. Protection par le Code civil .....</b>	<b>45</b>
23. Objet de la première partie. Division.....	45
Titre 1. <i>Law in the books</i> . Deux institutions encadrent la consommation du mineur.....	46
24. Objet du premier titre. Division.....	46
Chapitre 1. Autorité parentale .....	47
25. Notion : prérogatives, titulaires, exercice .....	47
26. Droit en diminution.....	48
27. Division.....	49
Section 1. Administration des biens .....	49
28. Notion. Contrôle partiel du juge de paix (art. 410 C. civ.) .....	49
29. Achats de consommation avec les biens du mineur. Dangers .....	50
30. Contrôle du juge de paix en matière de consommation ?.....	51
31. Reddition de compte.....	52

Section 2. Education .....	53
32. Notion. Division .....	53
§ 1. Souhaits de consommation du mineur.....	53
33. Illustrations .....	53
34. Education à la consommation ou comment canaliser les désirs de consommation du mineur.....	54
35. Considérations non exclusivement économiques dans l'éducation à la consommation.....	54
36. Contrôle de l'éducation par le juge ? Les limites du droit .....	55
37. Risques de désobéissance du mineur .....	56
§ 2. Moyens de consommation du mineur .....	57
38. Pouvoir d'achat d'un consommateur mineur. Description.....	57
39. Gestion par le mineur lui-même. Illustrations .....	57
40. Légalité au regard de l'administration des biens du mineur .....	58
41. Argent à la disposition du consommateur mineur : outil d'éducation .....	59
42. Cas particulier de l'argent de poche. Lien avec l'obligation d'entretien, d'éducation et de formation (art. 203 C. civ.) .....	59
43. Inexistence d'un droit du mineur à de l'argent de poche .....	60
44. Insuffisance de l'éducation pour protéger le consommateur mineur.....	61
45. Synthèse du chapitre 1 .....	62
Chapitre 2. Statut de minorité.....	63
46. Précision terminologique .....	63
47. Division.....	63
Section 1. Incapacité de principe du mineur.....	64
48. Remarque préliminaire. Abandon de la distinction entre jouissance et exercice ....	64
49. Incapacité. Notre définition .....	64
50. (suite). Exclusion de règles particulières considérées comme des cas d'incapacité	65
51. Incapacité du mineur : un concept centré sur l'acte juridique.....	66
52. Exigence de représentation du mineur .....	67
53. Fondement de l'incapacité du mineur – et des incapacités en général – : la protection .....	68
54. Principes de nécessité et de proportionnalité, garants d'autonomie.....	69
55. (suite). Application au consommateur mineur .....	70
56. Philosophie générale des incapacités. Lien avec le consentement.....	71
Section 2. Atténuation de l'incapacité du mineur pour les actes non lésionnaires.....	72
57. Division.....	72
§ 1. « Capacité » de consommer découlant de la sanction des actes juridiques .....	73
58. Division.....	73
A. Régime général des nullités.....	73
59. Notion.....	73
60. Effets. Réglementation spéciale des restitutions. Article 1312 du Code civil.....	74
61. Nullité de droit .....	75
62. Rescission pour lésion .....	77
63. Lésion. Notion.....	77
64. Interprétation extensive de la lésion fonctionnelle : atteinte à l'intérêt de l'enfant	78
65. Lésion en cas de paiement par le mineur avec ses ressources .....	80
66. (suite). Comparaison avec le droit allemand : § 110 du BGB <i>(Taschengeldparagraph)</i> .....	80
67. Moment auquel apprécier la lésion.....	81
68. Paiement fait au mineur. Sanction spécialement réglée à l'article 1241 du Code civil	82
69. Conséquence de la rescission pour lésion : atténuation de l'incapacité du mineur dans le respect du principe de proportionnalité.....	83
70. (suite). Bouleversement de la philosophie des incapacités. Prise en compte du consentement du mineur .....	84
71. Conséquence de la nullité : renforcement de l'autonomie du mineur sous contrôle parental .....	85
B. Inexistence d'un régime propre au mineur très jeune .....	85
72. Incapacité naturelle de l'enfant en bas âge. Nullité de droit ? .....	85

73.	Premiers achats de consommation. Raisonnement sur la base de l'incapacité et non du consentement.....	86
74.	(suite). Lésion du jeune consommateur mineur ? .....	87
75.	Eventuelle contestation par les parents.....	87
76.	Solution du droit allemand. Incapacité du mineur de moins de 7 ans.....	88
77.	Analyse critique du droit allemand. Rapprochement du droit belge .....	89
§ 2.	Autre appellation pour une même réalité.....	90
78.	Théorie dite « des actes de la vie courante ». Fondement.....	90
79.	Acte de la vie courante. Notion .....	91
80.	<i>Excursus</i> sur les actes conservatoires. Phénomène analogue.....	92
81.	Inutilité de la théorie des actes de la vie courante .....	92
82.	Autre conception – plus large – des actes de la vie courante. Influence du droit français .....	93
83.	Inutilité confirmée de la théorie des actes de la vie courante .....	93
84.	Abandon souhaitable de la théorie des actes de la vie courante.....	94
85.	Comparaison. Comment le droit néerlandais rencontre le phénomène du mineur qui consomme.....	94
86.	(suite). Actes juridiques qu'un mineur de cet âge accomplit habituellement seul... ..	95
87.	Notre avis sur la protection du consommateur mineur par le droit civil néerlandais .....	96
88.	Rapprochement des différents droits étudiés dans leur façon de réglementer la consommation du mineur .....	97
Section 3.	Mineur mandataire .....	98
89.	Problématique. Division.....	98
§ 1.	En théorie.....	99
90.	Mineur mandataire. Article 1990 <i>ab initio</i> du Code civil .....	99
91.	Non-responsabilité du mineur mandataire. Article 1990 <i>in fine</i> du Code civil.....	99
92.	Solution conforme aux règles gouvernant la minorité .....	100
93.	Limites du mandat confié à un mineur par son parent .....	100
§ 2.	En pratique. Analyse critique .....	102
94.	Forme du mandat confié à un consommateur mineur .....	102
95.	Intérêt du mandat pour le consommateur mineur .....	102
96.	Lien avec les actes de la vie courante. Argument supplémentaire pour abandonner cette notion non juridique.....	103
97.	Consommateur mineur : un mandataire artificiel .....	103
98.	Récupération du « mandat » par les entreprises .....	104
99.	Preuve du mandat confié au consommateur mineur .....	105
100.	(suite). Mandat tacite fondé sur un usage .....	105
101.	Qu'en penser ?.....	107
Section 4.	Exceptions à l'incapacité du mineur pour certains actes déterminés par la loi .....	107
102.	Application malaisée du statut de minorité aux actes personnels .....	107
103.	Capacité exceptionnelle du mineur, mais nuancée.....	108
104.	Actes du mineur valables à partir d'un certain âge ou stade de développement.....	109
105.	Avant cet âge ou stade. A- Représentation .....	110
106.	(suite). B- Privation de droit (exclusion de toute représentation) .....	111
107.	Collaboration des parents.....	112
108.	Faculté d'opposition des parents .....	113
109.	Refus de collaboration des parents. Opposition des parents. Recours possible au juge .....	114
110.	Nécessité d'un texte légal pour fonder une exception à l'incapacité .....	114
111.	Intérêt pour le consommateur mineur .....	115
Section 5.	Réflexions finales sur le statut de minorité.....	116
112.	Nuances dans l'incapacité du mineur .....	116
113.	Balance des intérêts entre proportionnalité et sécurité juridique .....	117
114.	Incapacité du mineur. Le droit belge est-il dépassé ? Comparaison avec le droit néerlandais.....	118
115.	Incapacité pure et simple du mineur : le droit belge manque de transparence. Proposition <i>de lege ferenda</i> inspirée des droits allemand et français.....	119

116.	Modernisation souhaitable <i>de lege ferenda</i> des articles 1305 et suivants du Code civil	120
117.	Exceptions à l'incapacité du mineur. Méfiance pour les catégories .....	121
118.	Réflexion sur l'âge de la majorité .....	121
119.	Synthèse du chapitre 2 .....	123
Titre 2. <i>Law in action</i> . Les failles du droit de la minorité à l'épreuve de la consommation .....		125
120.	Division .....	125
121.	Domaine non traité. Inexécution ou mauvaise exécution du contrat par l'entreprise .....	125
Chapitre 1. Mineur actif sur certains marchés ou accomplissant des actes de consommation spécifiques .....		126
122.	Division .....	126
Section 1. Acomptes en magasin .....		126
123.	Description de la pratique étudiée .....	126
124.	Vente avec arrhes .....	126
125.	Fonction des arrhes dans la pratique étudiée : un acompte .....	127
126.	Droit de rétention du vendeur sans terme .....	127
127.	Vente lésionnaire .....	128
128.	Solution du droit français .....	129
129.	Qu'en penser ? .....	130
Section 2. Acceptation de conditions générales .....		130
130.	Notion. Exemples .....	130
131.	Opposabilité des conditions générales. Double condition .....	131
132.	Problématique liée à la minorité du consommateur .....	132
133.	Contestation du contrat dans sa globalité <i>versus</i> contestation de l'acceptation des conditions générales .....	132
134.	Analyse de l'acceptation des conditions générales au regard du statut de minorité .....	133
135.	(suite). Rejet du champ contractuel en cas de lésion .....	133
136.	Qu'en retenir ? .....	134
Section 3. Actes de consommation liés à un téléphone portable .....		134
137.	Problématique .....	134
138.	Education avec ou sans GSM .....	135
139.	Exercice de l'autorité parentale .....	136
140.	Achat d'un GSM. Exigence de représentation .....	136
141.	Mineur seul. Vérification de l'âge. Documents d'identité .....	137
142.	Achat d'un GSM par un mineur seul .....	137
143.	Rescission pour lésion de l'achat d'un GSM. Illustrations .....	137
144.	Accès du mineur aux réseaux de téléphonie mobile .....	138
145.	Conclusion d'un abonnement .....	139
146.	Carte rechargeable (prépayée) .....	140
147.	Lien avec l'obligation d'entretien et d'éducation (art. 203 C. civ.) .....	141
Section 4. Contrats de consommation conclus à distance .....		142
148.	Objet d'étude. Division .....	142
§ 1. Application du droit de la minorité .....		144
149.	Autorité parentale. Renvoi .....	144
150.	Exigence de représentation méconnue en pratique .....	145
151.	(suite). Illustrations .....	145
152.	Rescission pour lésion d'un contrat à distance conclu par un mineur .....	146
153.	Dangers de la théorie des « actes de la vie courante » .....	147
§ 2. Questions particulières .....		148
154.	Mensonge du mineur sur son âge .....	148
155.	(suite). Article 1307 du Code civil .....	148
156.	Conditions générales stipulant la capacité. Obstacle à l'action en rescission ? .....	149
157.	Paiement avec la carte de crédit d'autrui. Critère non exclusif de lésion .....	151
158.	Paiement non sécurisé par carte de crédit. Moyens de défense de l'entreprise : manœuvres frauduleuses du mineur .....	152
159.	(suite). Alternative à l'action en rescission dans le chef des parents .....	152

160.	Paiement sécurisé par carte de crédit. Moyens de défense de l'entreprise : mandat apparent, responsabilité délictuelle des parents .....	154
161.	Devoir de prudence dans le chef des parents. Applications .....	155
162.	Paiement exigible après la livraison. Arguments complémentaires à la lésion ....	157
§ 3.	Notre avis .....	158
163.	Entreprises préjudicierées par la distance ?.....	158
164.	Solution : des <i>age verification systems</i> .....	159
165.	(suite). Dissuader les mineurs d'acheter à distance. Quelques conseils de bonnes pratiques à destination des entreprises.....	160
166.	Absence de volonté en ce sens.....	161
167.	Limites des solutions techniques .....	163
Section 5.	Bilan.....	163
§ 1.	Constats <i>de lege lata</i> .....	163
168.	Le consommateur mineur n'est jamais représenté .....	163
169.	Potentiel protecteur du droit belge de la minorité.....	164
170.	Besoin de prévisibilité dans le chef des entreprises .....	164
171.	(suite). Baromètre à destination des entreprises .....	166
172.	Nécessité d'une action en justice ou comment réduire à néant la protection du consommateur mineur .....	166
173.	Tout à l'autorité et à l'éducation... un leurre pour la protection .....	167
§ 2.	Pistes de solution <i>de lege ferenda</i> .....	167
174.	Statut d'incapacité qui tienne compte de la consommation des mineurs dans ses principes.....	167
175.	Conservation de certains mécanismes protecteurs du mineur.....	168
176.	Aspect positif de la protection : double consentement.....	168
177.	Aspect négatif de la protection : suppression de l'obligation de se pourvoir en justice 169	
178.	(suite). Inspiration du droit néerlandais.....	170
179.	Synthèse du chapitre 1.....	172
Chapitre 2.	Mineur titulaire de comptes bancaires.....	173
180.	Justification du chapitre .....	173
181.	Objet d'étude. Division .....	173
Section 1.	Actes juridiques du mineur en lien avec un compte d'épargne.....	174
182.	Objet d'étude .....	174
183.	Origines de la loi du 30 avril 1958 .....	174
184.	Ouverture d'un compte. Capacité exceptionnelle du mineur sans condition d'âge 175	
185.	Dépôts sur le compte. Capacité exceptionnelle du mineur et libre disposition de certaines sommes.....	175
186.	Retraits sur le compte. Capacité exceptionnelle mais limitée du mineur : condition d'âge et faculté d'opposition des parents .....	176
187.	(suite). Collaboration d'un adulte au-delà de 125 € .....	176
188.	Retraits dans la sphère de capacité du mineur. Représentation parentale autorisée 177	
189.	Retraits en dehors de la sphère de capacité du mineur. Représentation parentale 177	
190.	Limitation du pouvoir de représentation parentale .....	178
191.	Sanction des retraits effectués par un mineur incapable .....	179
192.	Qu'en penser ? Une exception désuète .....	180
Section 2.	Actes juridiques du mineur en lien avec un compte à vue .....	180
193.	Objet d'étude. Division .....	180
§ 1.	Opérations bancaires « classiques » .....	180
194.	Décision d'ouvrir un compte à vue à un mineur : question d'éducation.....	180
195.	Incapacité de principe du mineur .....	181
196.	Convention d'ouverture d'un compte à vue. Lésion ? .....	181
197.	Risque de clôture du compte à vue ouvert par un mineur seul .....	182
198.	Représentation parentale à l'ouverture du compte à vue d'un mineur.....	183
199.	Utilisation du compte à vue du mineur. Particularités .....	184
200.	Paiement bancaire (sans possibilité de découvert). Absence de lésion .....	184

201.	Retrait bancaire. Article 1241 du Code civil.....	186
202.	Fixation par les parents d'une limite personnelle de dépenses.....	186
203.	Limite personnelle de dépenses : notre avis sur cette pratique bancaire .....	187
§ 2.	Services bancaires utilisant les nouvelles technologies .....	188
204.	Problématique .....	188
205.	<i>Web banking</i> .....	188
206.	<i>Phone banking</i> .....	189
207.	Etat des comptes par SMS.....	189
208.	Paiement mobile : <i>m-Banxafe</i> .....	190
209.	Banque via une application mobile .....	191
210.	Risque de lésion du mineur. Représentation parentale .....	192
211.	Consentement parental spécial et éclairé.....	192
Section 3.	Bilan et propositions de lege ferenda .....	193
212.	Réflexions finales sur les mineurs et les comptes bancaires.....	193
213.	Illustration. Rechargement d'une carte prépayée.....	193
214.	Besoin d'une loi réglant spécialement la question des comptes à vue .....	195
215.	Ouverture du compte. Double consentement et condition d'âge .....	195
216.	Fonctionnement du compte. Capacité du mineur dans un cadre fixé par ses parents .....	195
217.	Services bancaires accessoires utilisant les nouvelles technologies .....	196
218.	Synthèse du chapitre 2.....	197
219.	Conclusion de la Partie 1.....	198
<b>Partie 2. A la recherche d'un renfort de protection en droit de la consommation .....</b>	<b>200</b>	
220.	Objet de la deuxième partie. Division.....	200
Titre 1.	Etude de quelques institutions qui semblent avoir oublié le mineur.....	201
221.	Objet d'étude. Division .....	201
Chapitre 1.	Protection du consommateur qui contracte à distance .....	202
222.	Législations applicables.....	202
223.	Objet du chapitre. Division.....	203
Section 1.	Information .....	205
224.	Généralités sur l'information du consommateur. Division.....	205
§ 1.	Le mineur est un consommateur. Il doit être informé.....	205
A.	Droit belge.....	205
225.	Dispositions étudiées.....	205
226.	Information... de quoi et quand ? .....	206
227.	Lien avec le risque de surconsommation du mineur. Pertinence pour notre sujet	
	207	
228.	Information du consommateur mineur .....	208
229.	Plaidoyer pour une information adaptée au mineur .....	209
B.	Droit européen .....	210
230.	Article 4, § 2 de l'ancienne directive 97/7 sur les contrats à distance. Référence expresse aux mineurs.....	210
231.	Non-transposition dans les droits nationaux.....	211
232.	(suite). Position du législateur allemand .....	212
233.	(suite). Notre avis .....	213
234.	Réaction européenne .....	214
235.	Et maintenant ? La directive 2011/83 relative aux droits des consommateurs ..	214
§ 2.	Le mineur reste incapable. Ses parents doivent recevoir l'information.....	216
236.	Réflexion sur l'accomplissement du devoir d'information : un paiement.....	216
237.	Application de l'article 1241 du Code civil.....	217
238.	Solution non pratiquée .....	218
239.	... et pourtant opportune .....	218
240.	Bilan sur l'information du consommateur mineur .....	219
Section 2.	Droit de rétractation.....	220
241.	Généralités sur le droit de rétractation .....	220
242.	« Capacité » du mineur à se rétracter .....	221
243.	Information sur le droit de rétractation : quelle perception, quelle compréhension par un mineur ? .....	221

244.	Forme de la notification : comment un mineur peut-il se rétracter ? .....	222
245.	Preuve de la notification : comment un mineur a-t-il intérêt à se rétracter ?.....	223
246.	(suite). L'envoi recommandé et le formulaire électronique avec accusé de réception .....	225
247.	Renvoi du bien par un mineur. Des frais et des démarches .....	226
248.	Nécessité éventuelle de saisir le juge .....	226
249.	Rétraction et minorité. Un couple peu assorti. Critique .....	227
250.	Droit de rétractation du mineur au service de l'éducation parentale .....	227
251.	Bilan sur le droit de rétractation du consommateur mineur : un leurre de protection ? .....	228
	Section 3. Sanctions civiles .....	229
252.	Objet d'étude. Division .....	229
	§ 1. Actuelles .....	229
253.	Rétraction-sanction de 3 mois.....	229
254.	Frais directs de renvoi à la charge de l'entreprise.....	230
255.	Remboursement au consommateur sans restitution .....	231
256.	Possibilité de réclamer le remboursement du consommateur mineur sans restitution dans les contrats de service.....	232
257.	(suite). En se fondant sur la nullité de l'accord du consommateur mineur .....	233
258.	(suite). Sauf les services prestés en une seule fois et facturés par l'opérateur .....	234
	§ 2. Futures .....	236
259.	Sanctions au sein de la directive 2011/83. Rapports avec le droit national des obligations.....	236
260.	Rétraction-sanction de 12 mois .....	237
261.	Dispense du consommateur de supporter certains frais .....	238
262.	Droit de rétractation « sans coût ».....	238
263.	Consommateur non lié par son contrat .....	239
264.	Sanctions du droit belge : maintien, changement ou abrogation ?.....	240
265.	Bilan .....	241
266.	Synthèse du chapitre 1 .....	243
	Chapitre 2. Publicité personnalisée adressée à un mineur .....	244
267.	Contexte. Notions. Objet du chapitre .....	244
268.	Sources.....	246
269.	Notions pour les besoins du chapitre .....	247
270.	Division .....	249
	Section 1. Collecte de données à des fins de marketing direct.....	249
271.	Consentement. Source de légitimité du traitement de données .....	249
272.	Consentement explicite à recevoir de la publicité par courrier électronique, automate d'appel et télécopieur ( <i>opt-in</i> ) .....	250
273.	Forme du consentement .....	251
274.	Qualités du consentement .....	253
275.	Qualités du consentement du consommateur mineur .....	254
276.	Incapacité du mineur .....	255
277.	Rôle du représentant légal titulaire de l'autorité parentale .....	256
278.	Consentement du mineur contre l'avis parental : l'éventualité d'une lésion.....	256
279.	Consentement du mineur en droit néerlandais : incapacité jusqu'à 16 ans.....	257
280.	Information du mineur et de ses parents .....	258
281.	Limites de l'incapacité du mineur .....	258
282.	Capacité du mineur à consentir en droit allemand .....	259
	Section 2. Collecte de données à des fins autres que de marketing direct.....	260
283.	Nécessité dans le cadre d'une relation contractuelle .....	260
284.	Faculté d'opposition aux traitements à des fins de marketing direct .....	261
285.	Envoi de publicité personnalisée par courrier postal et par téléphone ( <i>opt-out</i> ) .....	261
286.	Transmission des données à des tiers. Fondement dit « de l'intérêt pondéré ».....	262
287.	(suite). Nécessité d'un consentement ( <i>opt-in</i> ) si le consommateur est mineur .....	263
288.	Envoi de publicité personnalisée par courrier électronique, automate d'appel et fax. Nécessité d'un consentement ( <i>opt-in</i> ) .....	264
289.	Exception à l' <i>opt-in</i> pour l'envoi de courriers électroniques publicitaires à des clients .....	266

290. (suite). Analyse des conditions .....	267
291. Application de l'exception à l' <i>opt-in</i> à un client mineur .....	267
Section 3. Obtention des données auprès d'un tiers .....	268
292. Légitimité du traitement. Nécessité du consentement du consommateur mineur ( <i>opt-in</i> ) .....	268
293. Obligation spéciale d'information.....	269
294. Envoi de publicités personnalisées .....	270
295. Illégalité de certaines formes de marketing viral.....	270
296. Comment recueillir le consentement à recevoir des courriers électroniques publicitaires ? La question d'un premier courrier électronique posée à l'égard d'un mineur.....	271
Section 4. Opposition du consommateur pour l'avenir.....	273
297. Notion. Division.....	273
§ 1. Opposition individuelle.....	274
298. Information .....	274
299. Exercice.....	275
300. Par ou pour un mineur.....	276
§ 2. Opposition via les listes Robinson.....	277
301. Listes « Robinson Phone » et « Robinson Mail » .....	277
302. Suppression des listes « Robinson E-mail », « Robinson SMS » et « Robinson Fax » .....	278
303. (suite). Critique. Intérêt des registres centralisés notamment pour les mineurs .....	279
§ 3. Opposition généralisée au démarchage téléphonique .....	279
304. Régime issu de la loi du 10 juillet 2012 .....	279
305. Commentaires critiques .....	280
306. (suite). De l' <i>opt-out</i> vers l' <i>opt-in</i> ? .....	281
Section 5. Bilan.....	282
307. Conditions pour que la publicité personnalisée soit légalement adressée à un mineur .....	282
308. Protection textuelle du consommateur mineur. Existence d'un statut du consommateur mineur destinataire de publicité personnalisée.....	283
309. Protection artificielle du consommateur mineur.....	284
310. Inertie du consommateur face aux publicités illégales.....	284
311. Résultat : une faible protection du consommateur mineur .....	285
312. Droit d'opposition comme seule source de protection.....	286
313. Synthèse du chapitre 2.....	287
Titre 2. Lutter contre la manipulation commerciale des enfants : émergence d'un statut juridique pour le consommateur mineur .....	288
314. Dangers du marketing. Nécessité d'une réglementation .....	288
315. Stratégies commerciales axées sur les plus jeunes. A- Illustrations .....	289
316. (suite). B- Raisons d'être .....	290
317. Objet du titre 2. Division .....	291
Chapitre 1. Dans la législation sur les services de médias audiovisuels.....	293
318. Contexte. Objet du chapitre.....	293
319. Domaines non traités.....	294
320. Division .....	294
Section 1. Généralités .....	295
321. Sources du droit de la publicité audiovisuelle .....	295
322. Communication commerciale audiovisuelle. Notion .....	296
323. Vers un droit des communications commerciales audiovisuelles plus souple .....	296
324. Organes de contrôle de l'audiovisuel.....	298
Section 2. Normes régissant l'insertion et la quantité des communications commerciales .....	298
325. Division .....	298
§ 1. Protéger spécifiquement les mineurs .....	299
326. Interruption des programmes pour enfants par de la publicité ou du téléachat.....	299
327. Transposition en droit national .....	300
328. Interruption par un écran partagé .....	300
329. Parrainage. Notion .....	301
330. Parrainage des programmes pour enfants .....	301

331.	Placement de produit. Notion .....	302
332.	Placement de produit dans les programmes pour enfants .....	303
333.	(suite). Transposition en droit national .....	303
334.	Publicité et téléachat autour des programmes pour enfants. Déclinaisons de la règle des 5 minutes.....	304
§ 2.	Programme pour enfants .....	305
335.	Notion non uniforme en Europe .....	305
336.	Définition en droit belge .....	305
337.	Définition en droit étranger.....	306
338.	Catégorie réduite. Illustrations .....	306
339.	(suite). Position du Conseil d'Etat.....	306
340.	Protection limitée.....	308
§ 3.	Protéger les mineurs sans les nommer .....	308
341.	Protection indirecte par des normes générales.....	308
342.	Durée. Interdictions générales. Interruptions publicitaires.....	309
343.	Principes d'identification et de séparation .....	310
344.	Parrainage et placement de produit .....	311
345.	Protection directe. Exemple français.....	312
Section 3.	Normes régissant le contenu des communications commerciales .....	312
346.	Division .....	312
§ 1.	Interdiction d'inciter trop fortement les mineurs : l'article 9, § 1 <sup>er</sup> , litt. g de la directive S.M.A. ....	313
347.	Double alternative .....	313
348.	Prescription d'achat .....	313
349.	Incitation directe .....	314
350.	Mineur. Notion en droit européen .....	315
351.	Lutter contre l'exploitation de l'inexpérience ou de la crédulité des mineurs : un objectif .....	317
352.	(suite). Quand le législateur mêle la fin et les moyens.....	318
353.	<i>Ratio legis</i> : protection des mineurs et non des parents .....	319
354.	(suite). Soutien <i>de facto</i> aux parents.....	319
355.	Avantages. A- Norme générale.....	320
356.	(suite). B- Protection des <i>mineurs</i> .....	321
357.	Application .....	321
§ 2.	Autres règles visant à protéger les consommateurs mineurs.....	321
358.	Généralités .....	321
359.	Acteurs publicitaires .....	322
360.	Choix de l'argumentaire .....	323
361.	Information spécifique .....	323
362.	Degré de détail du décret flamand.....	324
363.	Synthèse du chapitre 1 .....	325
Chapitre 2.	Dans la législation sur les pratiques commerciales déloyales .....	326
364.	Objet du chapitre .....	326
365.	Exposé d'un système normatif conçu comme un test .....	326
366.	Division .....	327
Section 1.	Interdiction des publicités incitant directement les enfants .....	328
367.	Présentation générale du système des listes noires : première étape du test.....	328
368.	Article 94, 5 <sup>o</sup> de la L.P.M.C. Division .....	329
§ 1.	Champ d'application <i>ratione materiae</i> .....	330
369.	Publicité. Notion .....	330
370.	Comparaison avec les communications commerciales audiovisuelles.....	332
§ 2.	Champ d'application <i>ratione personae</i> .....	333
371.	Enfants. Interprétation autonome en droit européen.....	333
372.	Comparaison avec le « mineur » en droit des S.M.A.....	334
373.	Critique. L'exemple du droit allemand .....	334
§ 3.	Double interdiction. Comparaison avec le droit des S.M.A.....	335
374.	Protection en tant que consommateurs .....	335
375.	Protection en tant que prescripteurs. A- Les destinataires de la prescription.....	335
376.	(suite). B- Les bénéficiaires de l'achat prescrit .....	336

§ 4. Bilan.....	336
377. Comparaison entre la pratique de la liste noire et l'interdiction du droit de l'audiovisuel. Tableau récapitulatif.....	336
378. Avantages de l'article 94, 5° de la L.P.M.C.....	337
379. Application. Et la publicité personnalisée ? .....	338
Section 2. Prise en compte du mineur pour déterminer le consommateur de référence .....	339
380. Division.....	339
§ 1. Présentation des deuxième et troisième étapes du test de loyauté .....	339
381. Interdictions semi-générales .....	339
382. A. Pratiques trompeuses .....	339
383. B. Pratiques agressives .....	340
384. Interdiction générale .....	341
385. Altération substantielle du comportement économique. Notion centrale.....	343
§ 2. Analyse de l'article 84 de la L.P.M.C.....	344
386. Champ d'application. Division .....	344
A. Principe (alinéa 1 <sup>er</sup> ) .....	344
387. Consommateur moyen.....	344
388. ... du groupe ciblé .....	346
389. Consécration légale d'une solution existante et appliquée.....	347
390. Exemples de pratiques commerciales ciblant les consommateurs mineurs.....	348
B. Nuance (alinéa 2, ab initio).....	349
391. Consommateur moyen du groupe vulnérable.....	349
392. ... non spécialement ciblé.....	350
393. Plus-value en termes de protection.....	352
394. Conditions d'application. Encadrement (trop) strict.....	352
C. Publicité superlatif ou hyperbolique (alinéa 2, in fine).....	353
395. Exception au référent du consommateur moyen du groupe vulnérable ? .....	353
396. Rejet de cette interprétation .....	354
397. Plaidoyer pour une interprétation plus souple.....	355
398. Raisonnement analogue en matière de publicité comparative .....	355
399. Argument de droit comparé .....	356
Section 3. Recours et sanctions invocables au profit d'un mineur.....	357
400. Division .....	357
§ 1. Plainte au Jury d'éthique publicitaire .....	357
401. Généralités sur le JEP.....	357
402. Compétences du JEP .....	357
403. Pouvoirs d'action du JEP .....	358
§ 2. Sanctions administratives et pénales.....	358
404. Aucune occurrence du mineur .....	358
405. Procédures .....	358
406. Règlement transactionnel.....	359
407. Sanctions pénales .....	359
§ 3. Sanction civile spécifique des pratiques commerciales déloyales .....	360
408. Rappel du droit commun .....	360
409. Remboursement au consommateur sans restitution. Sanction exorbitante du droit commun.....	360
410. Conditions d'application .....	362
411. Champ d'application .....	363
412. Large pouvoir d'appréciation du juge .....	364
413. Comparaison avec la nullité sans restitution (art. 1312 C. civ.).....	365
414. Plaidoyer pour une protection accrue du mineur .....	366
Section 4. Harmonisation complète. Un frein à la protection du consommateur mineur ? .....	367
415. Contexte.....	367
416. Notion .....	367
417. Objet d'étude. Division .....	370
§ 1. Conséquences en droit de l'audiovisuel.....	371
418. Principe : la réglementation purement nationale des pratiques commerciales audiovisuelles est contraire au droit européen .....	371
419. (suite). Même si la directive S.M.A. est d'harmonisation minimale.....	372

420. (suite). Même si la réglementation nationale poursuit d'autres buts que la protection économique du consommateur.....	373
421. Première exception : les dispositions purement nationales qui sortent du champ d'application de la directive 2005/29.....	374
422. Deuxième exception : les dispositions purement nationales dument autorisées par la directive S.M.A. ....	375
423. Champ d'application territorial limité .....	376
§ 2. Conséquences en dehors du droit de l'audiovisuel.....	377
424. Réglementation nationale des pratiques commerciales radiophoniques .....	377
425. Principe d'identification de la publicité sur Internet.....	378
426. (suite). Le droit belge trop protecteur .....	379
427. Interdiction des options pré-cochées qui impliquent un paiement supplémentaire	
380	380
§ 3. Bilan.....	381
428. Peu de certitudes mais de l'ouverture.....	381
429. « Demande plus d'argent de poche à tes parents ! » .....	382
430. Publicité pour Saint-Nicolas en septembre.....	383
431. Mineur victime d'une option pré-cochée lors d'un contrat à distance .....	383
432. Publicité très incitative des mineurs à la radio .....	384
433. Enfants acteurs publicitaires.....	384
434. Publicités pour enfants qui minimisent le prix du bien vanté .....	385
435. Publicités trompeuses pour les enfants .....	386
436. Publicité non identifiable comme telle par un mineur .....	387
437. « Impressionne tous tes potes ! » .....	387
438. Mineur mal informé lors d'un contrat à distance .....	388
439. Et cætera, et cætera, .....	390
440. Synthèse du chapitre 2.....	391
Chapitre 3. Dans le Code d'éthique pour les télécommunications.....	392
441. Objet d'étude. Division .....	392
Section 1. Généralités.....	393
442. Division .....	393
§ 1. Genèse.....	393
443. Problèmes rencontrés sur le marché des services payants .....	393
444. Recours à l'autorégulation : les directives GOF.....	394
445. Recours à la corégulation : le Code d'éthique .....	395
§ 2. Rapports avec le droit des pratiques commerciales déloyales.....	396
446. Vue d'ensemble du Code .....	396
447. Contrariété du Code d'éthique à la directive 2005/29 ? .....	398
448. Rôle des « codes de conduite » au sein de la directive 2005/29 .....	398
449. Le Code d'éthique n'est pas un « code de conduite » au sens européen .....	399
450. Qu'en penser ?.....	399
Section 2. Analyse .....	400
451. Infantilisation du consommateur ou prise en compte du consommateur enfant ?	
Division .....	400
§ 1. Protection du consommateur .....	401
452. Interdictions relevant d'une liste noire .....	401
453. Interdiction de tromper le consommateur .....	402
454. Interdiction d'abuser de la faiblesse du consommateur .....	403
455. Interdiction de méconnaître la diligence professionnelle.....	403
456. Recours à la technique pour lutter contre les pratiques malhonnêtes.....	405
§ 2. Protection spéciale du consommateur mineur.....	406
457. Service payant destiné aux mineurs d'âge. Notion .....	406
458. (suite). Catégorie résiduelle.....	407
459. Norme <i>catch all</i> .....	408
460. Destinataires des services payants pour mineurs et de la publicité pour ces services. Enfants de moins de 12 ans .....	408
461. (suite). Mineurs de plus de 12 ans .....	408
462. Limitation des prix.....	409
463. Intervention parentale .....	410

464. Interdiction d'utiliser des <i>dialers</i> .....	410
465. Mineurs et services payants à caractère sexuel.....	411
466. (suite). Mesures de protection .....	412
§ 3. Mesures visant à assurer le respect du Code.....	413
467. Règles de procédure.....	413
468. Règlement de la preuve .....	413
469. Sanctions .....	415
470. Premières décisions de la Commission d'éthique.....	415
471. Responsabilité de l'opérateur de téléphonie.....	416
472. (suite). Consécration dans la loi et le Code d'éthique.....	417
473. Synthèse du chapitre 3.....	419
Chapitre 4. Dans des codes de conduite.....	420
474. Objet d'étude. Division .....	420
Section 1. Tour d'horizon .....	421
475. Code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication commerciale .....	421
476. (suite). Article 18 – Enfants et adolescents.....	422
477. Code de conduite de l'Association belge des banques .....	423
478. Recommandations d'autodiscipline sur la publicité autour des fêtes enfantines	424
479. Code d'éthique de la publicité audiovisuelle à destination des enfants .....	425
480. (suite). Protection économique du consommateur/téléspectateur mineur .....	425
Section 2. Analyse critique : quelle effectivité ?.....	426
481. Force obligatoire.....	426
482. Absence de caractère volontaire .....	428
483. Contrôle par le JEP .....	428
484. Contrôle par les agents du S.P.F. Economie ? .....	429
485. Contrôle par le juge .....	431
486. Application du test de loyauté .....	431
487. (suite). Difficultés d'application de l'article 89, 2° de la L.P.M.C.....	432
488. (suite). Pratique « simplement » déloyale .....	433
489. Qu'en penser ?.....	433
490. Synthèse du chapitre 4.....	435
<b>Conclusion .....</b>	<b>436</b>
491. Rappel de notre hypothèse. Division.....	436
§ 1. Droit des mineurs consommateurs .....	436
492. Bilan mitigé .....	436
493. Propositions de pure forme : clarifier le statut civil du mineur consommateur ..	436
494. Pistes de solutions au fond : améliorer la protection du mineur consommateur par son statut civil.....	437
495. Réglementation par la technologie.....	438
§ 2. Droit de la consommation des mineurs .....	438
496. Mineur oublié par certaines institutions du droit de la consommation.....	438
497. Propositions visant à mettre en lumière la protection renforcée découlant du cumul du droit de la consommation et du régime d'incapacité du mineur. A- En matière de contrats à distance.....	439
498. (suite). B- En matière de publicité personnalisée.....	439
499. Mineur et droit de la consommation enfin réunis .....	440
500. Vérification de notre hypothèse et défis pour l'avenir.....	441
<b>Bibliographie .....</b>	<b>442</b>
I. Ouvrages généraux, traités, monographies .....	442
II. Articles, chroniques, notes .....	449
<b>Index.....</b>	<b>475</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>486</b>