

# Troisième édition du concours de dissertation et d'éloquence du personnel scientifique de la Faculté

Aude BERTHE

Présidente du personnel scientifique de la Faculté

L'art de l'éloquence est un précieux atout dans notre société. Le juriste, le politologue et le criminologue sont en principe tous amenés à en faire l'usage au cours de leur carrière professionnelle. De ce fait, le personnel scientifique de notre Faculté a décidé, il y a deux ans, de mettre en place un tournoi d'éloquence, renouant ainsi avec une tradition ancienne. Depuis lors, ce concours de dissertation et d'éloquence fait partie des événements incontournables inscrits au calendrier de notre Faculté. Le succès connu par les deux premières éditions a, cette fois encore, été largement confirmé.

D'année en année, le thème choisi par les organisateurs se détache du cadre sérieux qui avait initialement été envisagé, laissant ainsi une grande place à l'imagination et l'humour. De « Dissoudre la Belgique et construire l'Europe ? » en 2010, en passant par « Pas de droit, pas de chocolat » lors de l'édition de 2011, le thème choisi cette année fut « Le Père Noël est-il une ordure ? ». Une dizaine d'étudiants a répondu à l'appel et a soumis une dissertation. Au terme d'une lecture minutieuse et d'un rude délibéré, quatre finalistes ont été sélectionnés.

La grande finale, publique, a eu lieu le vendredi 22 février 2013 dans un auditoire comble. Le photographe et une équipe webTV de l'Université étaient au rendez-vous<sup>(1)</sup>. Après un mot d'accueil du Doyen Lecocq, MM. Frédéric Lombardo (2<sup>e</sup> master droit), Elena Saitova (1<sup>re</sup> master droit), Petrus Franchimont (1<sup>re</sup> master droit) et Laura Deru (2<sup>e</sup> master droit) ont, avec talent et

---

<sup>(1)</sup> Les reportages réalisés sont accessibles en ligne, sur les pages internet [http://www.droit.ulg.ac.be/cms/c\\_1339732/fr/concours-d-eloquence-et-de-dissertation](http://www.droit.ulg.ac.be/cms/c_1339732/fr/concours-d-eloquence-et-de-dissertation) et <http://webtv.ulg.ac.be/eloquence2013>.



humour, présenté leurs réflexions quant à la question cruciale de savoir si le *Père Noël est véritablement une ordure*, devant un jury composé de sept personnes.

À cet égard, cette année encore, le jury du concours avait le plaisir d'accueillir en son sein des personnalités extérieures de renom. Alain Gerlache, journaliste et personnalité de la RTBF, ainsi que Jean-Pierre Rousseau, directeur général de l'orchestre philharmonique de Liège, nous ont fait l'honneur de leur présence pour juger de l'éloquence de nos étudiants<sup>(2)</sup>.

Au terme d'une délibération à nouveau difficile, il a été décidé d'attribuer le prix de l'éloquence à Melle Laura Deru. Cette dernière est en réalité sortie grand vainqueur de cette édition dans la mesure où elle a recueilli l'intégralité des prix, le prix de la meilleure dissertation qui avait été décidé avant la tenue de la finale, ainsi que le prix du public lui ayant été également remis, et ce pour un montant total de 750 euros.

Le titre de la meilleure dissertation a en outre offert à Melle Laura Deru l'opportunité de soumettre son texte au comité de rédaction de la présente revue. L'approche par laquelle la finaliste avait décidé de présenter oralement sa dissertation, rédigée sous la forme d'un jugement, nous a paru particulièrement séduisante et vivante, de telle sorte qu'il a été décidé d'en reproduire la version orale et non la version écrite.

Enfin, le personnel scientifique tient à remercier le fonds David Constant, pour son aide financière indispensable, le Doyen de la Faculté, pour son soutien précieux, et, d'une manière plus générale, l'ensemble du public présent.

Nous vous donnons d'ores et déjà rendez-vous l'an prochain pour une nouvelle édition, très certainement marquée par un thème encore plus décalé...

---

(2) Outre ces deux membres extérieurs, le jury était composé de cinq membres du personnel scientifique de notre Faculté (A. BERTHE, L. FRANKIGNOUL, G. GRANDJEAN, V. SERON et S. VANHAEREN). J. WILDEMEERSCH s'est quant à lui chargé d'animer la séance.

Chers étudiants, bonjour à tous !

C'est un réel plaisir de vous voir aussi nombreux aujourd'hui.

Au cours précédent, nous avons procédé à l'analyse de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur. En abrégé, la L.P.M.C.

Aujourd'hui, je souhaite tenter une approche d'avantage *pratique* de la matière, par l'exposé d'un jugement. Il s'agit d'une décision rendue par le tribunal de commerce de Liège, le 24 décembre 2012.

Le 24 décembre... Période, il est vrai, peu agréable pour vous, étudiants. L'heure est à l'étude. Mais le 24 décembre, c'est avant tout la période des fêtes. C'est la magie, la féerie, la convivialité de Noël. On reçoit des cadeaux, le marché de Noël dépolit ses petits chalets. On hume la douce odeur de la tartiflette à travers les rues, le vin chaud coule à flot et les plus chanceux d'entre vous se délectent d'une coupe de champagne. On a même parfois l'occasion d'apercevoir le Père Noël.

Pourtant, il faut que vous sachiez que cette année, ce merveilleux folklore ne fait pas l'unanimité... Saint-Nicolas crie à l'imposture. Il a introduit une procédure en justice par citation devant le tribunal de commerce de Liège, le 6 décembre 2012. Ce qui nous amène, précisément, à l'exposé de ce jugement du 24 décembre. Prenez-en bonne note, c'est un tuyau d'examen<sup>(3)</sup> !

Le litige opposait donc, la S.P.R.L.U. Saint-Nicolas, dont le siège social est établi à Patara<sup>(4)</sup>, en Turquie, demandeur au principal et la S.P.R.L.U. Père-Noël établie, quant à elle, à Narvik<sup>(5)</sup>, en Norvège.

La demande du Grand Saint tend à faire dire pour droit que le Père Noël, en copiant le concept « Saint-Nicolas », se rend coupable de concurrence parasitaire, de dénigrement et de débauchage de clientèle. Il entend que lui soit ordonné de cesser ces pratiques commerciales déloyales, tant envers l'entreprise Saint-Nicolas, qu'envers les consommateurs.

En effet, selon lui, le Père Noël ne nous vient pas des neiges immaculées du grand Nord, mais des terres polluées du géant industriel américain.

Nous allons, à présent, analyser ensemble le raisonnement du tribunal en réponse à la demande de Saint-Nicolas.

Avant toute chose, si le président du tribunal de commerce de Liège est compétent dans cette affaire, c'est en vertu de l'article 2, alinéa 1er, de la L.M.P.C. procédure<sup>(6)</sup>. En effet, suivant cette disposition le président du

<sup>(3)</sup> Formule très efficace provoquant un regain d'attention chez les étudiants.

<sup>(4)</sup> Ville située au sud-ouest de l'actuelle Turquie.

<sup>(5)</sup> Ville située au nord du cercle polaire arctique.

<sup>(6)</sup> Loi du 6 avril 2010 concernant le règlement de certaines procédures dans le cadre de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur.

tribunal de commerce constate l'existence et ordonne la cessation d'un acte contraire aux pratiques honnêtes du marché<sup>(7)</sup>.

## LA CONCURRENCE PARASITAIRE

Je vais vous demander de prendre votre code à l'article 95 de la L.M.P.C. Je vous le rappelle, il est INDISPENSABLE d'avoir son code au cours! Cet article interdit tout acte contraire aux pratiques honnêtes du marché par lequel une entreprise porte atteinte ou peut porter atteinte aux intérêts professionnels d'une ou plusieurs autres entreprises.

À cet égard, la première problématique abordée par le tribunal est celle de la concurrence parasitaire, acte contraire aux pratiques honnêtes du marché. Qu'est-ce que le parasitisme? Eh bien, il s'agit d'un pillage systématique et caractérisé du travail d'autrui. De cette manière, on se passe de toute créativité ou d'innovation technologique<sup>(8)</sup>. C'est au regard de cette définition que le juge va apprécier la demande du Grand Saint. Il convient, pour ce faire, de rappeler l'univers des deux sociétés en présence et de leurs fondateurs. Ici, détendez-vous, ne prenez pas notes, je vais vous raconter une histoire...

Moins célèbre que le défendeur au présent litige, Saint-Nicolas est pourtant un véritable personnage ancestral. Il est né aux alentours de l'année 270, dans la ville de Patara en Turquie. Avant de consacrer sa vie au bonheur des enfants, Saint-Nicolas fut évêque de Myre. Connue tant pour sa générosité que sa bienveillance, il a débuté son impressionnante carrière en réalisant plusieurs actions des plus honorables voire même des miracles. À plusieurs reprises, Saint-Nicolas a sauvé des familles étranglées par la misère. Ainsi, un de ses voisins avait trois filles vierges. L'indigence du pauvre homme l'obligea à envisager de prostituer ses filles pour quelques malheureux deniers. Le Saint eut connaissance de ce projet; il en fut horrifié. Il mit alors dans un linge quelques pièces d'or qu'il jeta, en cachette, la nuit, par une fenêtre de la maison du voisin. À son réveil, l'homme trouva l'or. Il remercia Dieu et put marier ses filles honorablement<sup>(9)</sup>. On raconte également que Saint-Nicolas aurait ramené à la vie trois petits enfants qu'un horrible boucher avait découpés en morceaux pour en faire de la viande de salaison. Et ce ne sont là que deux exemples parmi les actes héroïques accomplis par Saint-Nicolas au cours de sa très longue existence.

<sup>(7)</sup> M.-C. ERNOTTE, «L'action en cessation – Le point sur les aspects procéduraux de l'action comme en référé en matière de pratiques du marché et modification introduites par les lois du 6 avril 2010», in *Actualités en matière de pratiques du marché et protection du consommateur*, CUP, Liège, Anthemis, 2011, p. 155.

<sup>(8)</sup> H. JACQUEMIN, «Les pratiques du marché déloyales entre entreprises», in *Actualités en matière de pratiques du marché et protection du consommateur*, CUP, Liège, Anthemis, 2011, pp. 133-135.

<sup>(9)</sup> D'après J. DE VORAGINE, «Saint-Nicolas», in *La Légende Dorée*, Paris, Garnier-Flammarion, 1967, pp. 47-54.

Toutes les corporations se l'arrachent: on le vénère chez les boulangers, les prostituées, les prisonniers ou les navigateurs.

Au fil des siècles, l'objet social de la S.P.R.L.U. Saint-Nicolas s'est peu à peu construit afin de devenir celui que nous lui connaissons à l'heure actuelle. En raison d'un séjour très prolongé en territoire belge ainsi que dans le nord de l'Europe, sa principale activité consiste à se glisser dans les chaumières la nuit du 5 au 6 décembre. Son but est de couvrir de cadeaux et de friandises les enfants qui, en échange, promettent d'être « toujours sages comme un petit mouton »<sup>(10)</sup>.

Le seul bémol est que Saint-Nicolas ne fait, malheureusement, ses petites virées qu'en compagnie de son fidèle acolyte: le Père Fouettard, tout de noir vêtu. Celui-ci ne manque pas de laisser aux enfants les plus turbulents un sac de charbon ou un bel oignon. Heureusement, vous ne l'ignorez pas, cette tradition est tombée en désuétude: la discrimination par des cadeaux différenciés a été déclarée inconstitutionnelle. De même, les coups de fouet que Père Fouettard pouvait infliger aux garnements sont aujourd'hui prohibés suite à l'adoption de la Convention relative aux droits de l'enfant. La générosité de Saint-Nicolas a fait de lui l'incontestable grand patron des enfants. Il représente pour eux un véritable mystère. Il suscite même quelques craintes: le parfait écolier, lui aussi, tend une petite main tremblante quand il a l'honneur de lui rendre visite.

En revanche, lorsque le juge a interrogé le Père Noël sur son origine, celui-ci a répondu par des silences embarrassés ponctués, je cite, de « Oh-Oh-Oh ». L'origine du Père Noël apparaît donc nébuleuse et moins authentique. Il se présente comme un vieil homme jovial à l'attitude débonnaire. Il nous dit venir du Grand Nord. Il aurait établi son siège social et sa manufacture de jouets dans les neiges près du Pôle.

Cependant, il apparaît, au regard des éléments recueillis par le juge, que ce bonhomme joufflu et ventripotent ne serait en réalité qu'une invention de toutes pièces: sa principale source d'inspiration ne serait autre que... Saint-Nicolas.

La conclusion d'une enquête menée sur la provenance réelle du Père Noël est la suivante. Écoutez bien! Des Hollandais ont émigré aux États-Unis et fondé une colonie appelée New-Amsterdam. Mais ils étaient nostalgiques des traditions du pays. Un soir, un vieux bonhomme passant par là, prêta une oreille attentive aux récits de ces colons hollandais qui rappelaient le grand Saint-Nicolas. Reprendre ce concept lui sembla une idée tout à fait judicieuse en vue d'un commerce juteux. En copiant habilement Sinter Klaas, cet homme jusque-là inconnu devint Santa Claus. Il se vêtit de rouge, se laissa pousser la barbe et imita l'esprit légèrement moralisateur propre à notre Saint-Nicolas.

En 1821, un pasteur américain, Clément Clarke Moore, renforça davantage cette supercherie. Il écrivit un conte de Noël dont le héros n'était autre que

<sup>(10)</sup> Comptine enfantine sur Saint-Nicolas « Ô Grand saint Nicolas patron des écoliers ».

Santa Claus. C'est alors que le Père Noël troqua la mitre pour un bonnet rouge fourré d'hermine et se rembourra de quelques kilos. Il se débarrassa bien vite du Père Fouettard, peu vendeur en raison de la peur qu'il inspirait. Enfin, il se flanqua un sucre d'orge dans la main, beaucoup moins austère que la crosse de l'évêque. Le petit âne gris fut quant à lui remplacé par huit rennes bien fringants. Par la suite, la presse américaine, intriguée par ce personnage, contribua très largement à faire du Père Noël le gros rougeaud emblématique que nous connaissons aujourd'hui. Elle vanta sa générosité, sa bonne humeur, et en fit une figure dispensatrice des plus beaux cadeaux.

En 1860, Thomas Nast<sup>(11)</sup>, styliste attitré du Père Noël, le revêtit d'un flamboyant costume rouge et rehaussé d'un large ceinturon de cuir noir. Enfin, le Père Noël réalisa un véritable coup de maître : en 1931, il conclut un fructueux contrat avec la célèbre compagnie Coca-Cola. En devenant l'égérie de la boisson pétillante, il bénéficia d'une notoriété mondiale et du look que nous lui connaissons aujourd'hui. Si, en raison de cette campagne publicitaire Coca-Cola gagna de nombreux consommateurs au cœur de l'hiver, le Père Noël, lui, devint un véritable héros sans frontière. La légende était née.

Toutefois, au regard de ces éléments, force est de constater que le Père Noël, n'est rien d'autre que Saint-Nicolas habillé plus chaudement ! Le juge considère que le seul génie du Père Noël est de s'être rattaché, habilement certes, à une grande fête populaire initialement chrétienne. Le Père Noël, marionnette de la culture anglo-saxonne, a tiré profit du travail effectué par Saint-Nicolas, en se dispensant de tout investissement ou de création. En effet, en dehors de quelques légères modifications stylistiques, il s'est approprié le concept dont la S.P.R.L.U. Saint-Nicolas est héritière.

## LE DÉNIGREMENT

Le dénigrement constitue, également, un grief de Saint-Nicolas à l'encontre du Père Noël. Je pense qu'une petite définition s'impose. Le dénigrement d'une entreprise doit s'entendre comme l'atteinte hautement préjudiciable dont celle-ci est victime, à la suite d'un coup porté à sa réputation par un acte calomnieux, diffamatoire ou même par une simple critique permettant de l'identifier. Il s'agit d'un acte contraire aux pratiques honnêtes du marché. Ainsi, les propos jetant le discrédit sur un concurrent et ses produits constituent un acte de dénigrement prohibé<sup>(12)</sup>.

<sup>(11)</sup> Thomas Nast est un illustrateur et un caricaturiste du journal new-yorkais *Harper's Illustrated Weekly* qui illustra au moyen d'une centaine de dessins toute la légende du père Noël.

<sup>(12)</sup> H. JACQUEMIN, «Les pratiques du marché déloyales entre entreprises», in *Actualités en matière de pratiques du marché et protection du consommateur*, CUP, Liège, Anthemis, 2010, pp. 128-129.

Si le juge considère qu'il est difficile d'identifier de tels propos de la part du Père Noël, son attitude en revanche, est susceptible de jeter le discrédit sur Saint-Nicolas. En effet, face à un personnage aussi m'as-tu-vu, l'évêque de Myre apparaît presque évanescent.

Toujours dans l'exagération, le Père Noël déboule avec une avalanche de cadeaux : des jouets dernier cri, des ordinateurs siglés d'une pomme, des ps3, la dernière Nespresso, un écran plasma... Cette surabondance de cadeaux est la raison d'être d'un demi-réveillon consacré au déballage. Au risque pour plus d'un gourmand, tenaillé par la faim, de perdre patience.

Face à ce «si gentil Papa Noël», Saint-Nicolas passe pour un pingre. Le juge souhaite rappeler qu'autrefois, Saint-Nicolas faisait le bonheur de nos parents et grands-parents, avec ses oranges, ses noix, ses petits cochons en massepain, ses spéculoos et ses nicnacs. Aujourd'hui, le pauvre n'a d'autre choix que de remballer ses petits cadeaux ringards pour les nouvelles générations. Il ne peut que tenter de s'adapter tant bien que mal à cette concurrence que lui livre un Père Noël beaucoup plus dans le coup.

## LE DÉBAUCHAGE DE CLIENTÈLE

Le juge envisage ensuite la question du débauchage de clientèle. Si, au même titre que le gibier – et la comparaison est tout à fait parlante – la clientèle est une *res nullius*, non susceptible d'appropriation, il n'empêche que les méthodes utilisées peuvent être considérées comme contraires aux pratiques honnêtes du marché<sup>(13)</sup>. Le président du tribunal de commerce de Charleroi dans un jugement du 10 décembre 2008, considère que, «l'égalité des compétiteurs est rompue lorsque, pour s'attacher une clientèle, il fait usage de procédés frauduleux. Par exemple, quand le vendeur entretient la confusion avec un concurrent ou utilise des fichiers d'adresses copiés, ou encore lorsqu'il accompagne sa prospection de propos dénigrants pour le concurrent»<sup>(14)</sup>.

Contrairement à Saint-Nicolas, le Père Noël peut se vanter d'être connu aux quatre coins du monde. Il gâte aussi bien les enfants que les grandes personnes. Ce public large multiplie son nombre de fidèles acolytes. Le Père Noël vise, non seulement la clientèle des bambins qui appartient à Saint-Nicolas, mais également celle de leurs parents. Il est à craindre que des parents gâtés génèrent des enfants pourris gâtés !

<sup>(13)</sup> H. JACQUEMIN, «Les pratiques du marché déloyale entre entreprises», in *Actualités en matière de pratiques du marché et protection du consommateur*, CUP, Liège, Anthemis, 2010, pp. 136-137.

<sup>(14)</sup> Comm. Charleroi (prés.), 10 décembre 2008, *Ann. Prat. Comm.*, 2008, p. 652.

## LES CONSOMMATEURS

Enfin, Saint-Nicolas n'est pas la seule victime des pratiques du Père Noël. Les consommateurs aussi se révèlent une proie idéale pour son commerce. Ils adhèrent aveuglément à ses carabistouilles.

Doivent être considérées comme des pratiques commerciales déloyales envers les consommateurs, les pratiques commerciales trompeuses. Selon l'article 89 de la L.P.M.C., est trompeuse, une pratique commerciale qui, dans son contexte factuel, est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, lorsque cette pratique commerciale implique le recours à des techniques de marketing créant la confusion avec un concurrent<sup>(15)</sup>. Et qui est le consommateur moyen? C'est un «consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques»<sup>(16)</sup>.

Quant à cette confusion, l'entreprise du Père Noël et toute la panoplie y afférente s'étalent, chaque année plus tôt, dans nos petites contrées. Les faits relatés par quelques témoins sont les suivants.

À la fin du mois *d'octobre*, les décorations de Noël ont déjà envahi de nombreux rayons de la très grande surface Makro, située à Alleur. Lorsque Monsieur Dupont, fidèle client, a demandé, malicieux, si le magasin s'y prenait suffisamment tôt, un vendeur dudit négoce<sup>(17)</sup>, a affirmé qu'il s'agissait des «ordres». Ces ordres permettraient presque au tribunal d'assimiler le Père Noël à un véritable tyran.

À la date du *16 novembre*, la Cité ardente a été rebaptisée la Cité de Noël. Depuis cette date, nul n'a pu franchir l'entrée de la place Saint-Lambert sans remarquer un superbe luminaire où étincellent les mots suivants: «Liège, Cité de Noël». Il est vrai que, en ce début d'hiver, la ville avait redoublé d'efforts pour transformer un centre plutôt maussade. Cette année, la place Saint-Lambert pouvait presque rivaliser avec le Rockefeller Center tant l'esprit de Noël l'avait envahie. De nouvelles guirlandes LED illuminent – de façon glaciale – le centre-ville. On peut, par exemple, difficilement les ignorer dans la rue des Guillemins. Et si vous n'avez pas eu l'occasion de les admirer, n'ayez crainte puisqu'elles brillent toujours à ce jour. Nous sommes le 23 février...

Aux galeries commerçantes Belle-Île et Cora, la petite Alizée nous raconte avoir été reçue par le bon Saint-Nicolas dans un très opulent décor de Noël. De quoi rester perplexe, puisque le pontife anatolien trônait au milieu d'une reconstitution de village norvégien. Saint-Nicolas était obligé de squatter la maison du Père Noël! À la minute où la fête du 6 décembre prenait fin, le Père Noël entrait en possession des lieux, pour y exercer son trivial business.

(15) Pour les besoins du texte, cette disposition a été légèrement remaniée.

(16) Directive 2005/29, considérant 18.

(17) Visiblement imperméable à tout humour.

Une seule et unique fois au cours de cette année, Saint-Nicolas a retrouvé très brièvement, son monopole. En effet, il a été aperçu, à la mi-novembre, déambulant sur la foire. Cette fois, sans l'attirail complet de Noël, mais sous une pluie torrentielle.

En raison de ces différents éléments, le juge estime que la pratique commerciale exercée par le Père Noël doit être qualifiée de trompeuse. Elle entraîne peu à peu une confusion<sup>(18)</sup> entre Saint-Nicolas et le Père Noël dans l'esprit du consommateur, particulièrement chez les enfants, petites victimes de ce marketing sans foi ni loi. Il devient difficile, au regard de toute cette mise en scène, d'identifier qui de Saint-Nicolas ou du Père Noël est le héros de ce mois de décembre.

Voici qui clôture l'analyse du cœur de ce jugement du 24 décembre dernier, objet de notre cours de ce jour. Avant de vous libérer pour le week-end, quelqu'un, parmi vous, aurait-il une idée quant à la décision que va rendre le président du tribunal de commerce de Liège? Un volontaire? Ah oui, Mademoiselle?

«Le Père Noël est une ordure!»<sup>(19)</sup>

Et bien, c'est exactement ça! Je vous félicite, c'est excellent. Je vois que vous avez été particulièrement attentive à ce qui vous a été exposé aujourd'hui. Cependant, je ne résiste pas à l'envie de vous lire le dispositif de cette décision:

«Par ces motifs,

Le Tribunal, en la personne de son Président,

Déclare la demande de Saint-Nicolas recevable et fondée.

Ordonne la cessation du comportement préjudiciable du Père Noël. Saint-Nicolas conservera dorénavant sa place jusqu'au seuil de l'hiver et le Père Noël n'est autorisé à pénétrer brièvement en nos territoires qu'à partir de la mi-décembre. Par cet ordre de cessation, Saint-Nicolas évitera un jeu de concurrence brutal et épuisant pour un homme de son grand âge. Il continuera d'inspirer toutes les attentes<sup>(20)</sup>. La crosse dorée du vénérable barbu continuera de guider les enfants sages dans la nuit du 6 décembre pour encore de très longues années. Sans oublier, pour d'autres plaisirs... les étudiants!».

Je vous remercie. À la semaine prochaine.

Liège, le 22 février 2013.

Laura Deru

(18) Comm. Mons, 24 décembre 2010, *J.L.M.B.*, 2011, n° 32, p. 1587.

(19) Telle était la réponse donnée par une étudiante assidue au cours du 22 février 2013.

(20) B. D'OTREPPE, «Mais qui est donc le bon Saint-Nicolas?», sur <http://www.lalibre.be/>, mis en ligne le 5 décembre 2012.