



## APPEL DE TEXTES

*Les Cahiers de droit* – numéro thématique devant paraître en septembre 2022

### **« *Droit de la consommation* » : *fonctions et tensions***

L'image du consommateur que fabriquent et diffusent différents discours des sciences humaines, du marketing et des politiques publiques, et ce, depuis déjà plusieurs années, convoque les traits d'une personne raisonnable et « responsable », dont les aspirations dépassent souvent la satisfaction de ses intérêts matériels. Épousant de plus en plus les formes d'une figure renouvelée du citoyen, cette image du consommateur met surtout en avant le pouvoir d'infléchissement du processus de production des biens que lui donnerait son choix. Au même moment, par contre, un nombre croissant de consommateurs et d'associations, que semble réunir une conscience de groupe dépoussiérée, revendiquent toujours plus de droits d'accès au marché et à ses biens, dans l'objectif de satisfaire leurs « besoins essentiels ». Dans ce contexte, le consommateur paraît désormais se (re)trouver dans une position sociétale difficile à tenir : si la fonction que lui accordent divers discours semble plus large et plus important que celle à laquelle l'avaient astreinte les politiques économiques keynésiennes et leur idéologie du bonheur matériel, les demandes de consommateurs semblent, au contraire, s'inscrire plus que jamais dans cette logique politique. Bien que la portée, la dynamique et la configuration de ces deux figures du consommateur ne fassent pas consensus, une chose demeure : la fonction sociétale et la figure du consommateur se transforment.

Convaincus que le droit n'est pas imperméable à ce changement conceptuel et systémique, et persuadés que les juristes ne peuvent se permettre de faire l'économie d'une analyse sérieuse de ses effets, nous invitons celles et ceux que le thème intéresse à publier leurs réflexions dans un numéro spécial des *Cahiers de droit*. L'idée consiste, pour l'essentiel, à (re)lancer l'étude des fonctions politiques et de la portée théorique du « droit de la consommation ».

De manière plus précise, mais sans restreindre les perspectives, nous souhaitons lire des analyses sur la portée contemporaine et future du droit de la consommation – ou de la protection du consommateur –, sur ses fonctions politiques, sur l'espace que réserve le discours juridique à ses règles et à ses standards ainsi que sur le rôle des tribunaux publics dans sa mise en œuvre :

- Les règles et les standards du droit contemporain de la consommation permettent-ils de protéger des intérêts « non-matériels » qui dépassent ceux, individuels et le plus souvent matériels, des consommateurs : environnement, conditions de travail, distributivité économique et ainsi de suite? Les concepts de qualité et de sécurité des produits, les règles encadrant la publicité et les représentations des entreprises, la conception prophylactique des dommages « punitifs » et l'action collective, pour n'en nommer que quelques-uns, donnent-ils un certain pouvoir en ce sens aux consommateurs?
- Le droit de la consommation et sa théorie doivent-ils et peuvent-ils être – ou être davantage – pensés et mobilisés pour protéger ces intérêts « non-matériels »? À l'inverse, les règles du droit de la consommation doivent-elles et peuvent-elles être uniquement pensées et mobilisées pour protéger les intérêts immédiats des consommateurs? Dans un cas comme dans l'autre, est-ce là le rôle d'autres droits « spéciaux » ou, encore, du droit des « citoyens » que consacre le *Code civil du Québec*? Convierait-il plutôt de simplement laisser cette fonction hors le droit de l'État, à l'éthique et à la morale marchande?
- Le droit peut-il lénifier les tensions que créent les discours et les demandes des consommateurs?
- L'État a-t-il le devoir et le pouvoir, par la médiation de ses tribunaux, de veiller à la mise en œuvre de droits dont la fonction dépasse la protection des intérêts immédiats et

matériels des consommateurs? Cette fonction appartient-elle à ses tribunaux? Est-il plus convenable d'autoriser les « parties » à négocier des « règlements » ou faut-il donner à un tiers la compétence pour statuer en la matière?

La direction scientifique de ce numéro thématique des *Cahiers de droit* sera assurée par les professeurs Vincent Caron, de la Section de droit civil de la Faculté de droit de l'Université d'Ottawa, et Gabriel-Arnaud Berthold, du Département des sciences juridiques de l'Université du Québec à Montréal. Les textes, de 20 à 30 pages (à interligne et demi, notes incluses), sont attendus d'ici le 1<sup>er</sup> décembre 2021, par courriel ([cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca](mailto:cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca)).

*Les Cahiers de droit* publient des textes originaux en langue française et anglaise. Tous les textes soumis à la revue font l'objet d'une évaluation anonyme par deux experts externes. Les normes de présentation des textes sont consultables sur le site Web de la revue : [www.cahiersdedroit.fd.ulaval.ca](http://www.cahiersdedroit.fd.ulaval.ca). Pour de plus amples renseignements : [cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca](mailto:cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca).

\*\*\*

## CALL FOR PAPERS

*Les Cahiers de droit* – thematic issue scheduled for publication in September 2022

### ***Consumer Law: Functions and Tensions***

The image of the consumer that has been created and disseminated by various discourses in the social science, marketing and public policy sectors for several years now is an image of a reasonable and “responsible” person, whose aspirations often go beyond satisfying his or her material interests. This image of the consumer, which is increasingly taking the form of a renewed citizen figure, emphasizes above all the power of choice to influence the process by which goods are produced. However, at the same time, a growing number of consumers and associations, which seem to be united by a new sense of group consciousness, are demanding more and more rights of access to the market and its goods, with the aim of satisfying their “basic needs.” In this context, consumers now seem to be (re)placed in a difficult societal position: while the function accorded to them by various discourses seems to be broader and more important than that to which Keynesian economic policies and their ideology of material happiness had bound them, consumer demands seem, on the contrary, to be more than ever part of this political logic. Although there is no consensus on the scope, dynamics and configuration of these two consumer figures, one thing remains: the consumer’s societal function and figure are changing.

Convinced that the law is not impervious to this conceptual and systemic change, and convinced that lawyers cannot afford not to conduct a serious analysis of its effects, we invite those who are interested in the subject to have their reflections published in a special issue of *Les Cahiers de droit*. Essentially, the idea is to (re)launch the study of the political functions and theoretical scope of “consumer law.”

More specifically, but without restricting the perspectives thereof, we are seeking analyzes of the contemporary and future scope of consumer law—or consumer protection—, of its political functions, of the space reserved in legal discourse for its rules and standards as well as of the role of public courts in its implementation:

- Do the rules and standards of contemporary consumer law make it possible to protect “non-material” interests that go beyond those of individual consumers and that are usually material in nature: the environment, working conditions, economic distributivity and so forth? Do the concepts of product quality and safety, the rules governing advertising and corporate representations, the prophylactic concept of “punitive” damages and collective action, to name but a few, give consumers some power in this sense?
- Should and can consumer law and its theory be—or be more—thought out and mobilized to protect these “non-material” interests? Conversely, should and can consumer law rules only be thought of and mobilized to protect consumers’ immediate interests? In either case, is this the role of other “special” rights or of right of “citizens” that is enshrined in the *Civil Code of Québec*? Or should this function simply be left outside of the law of the state, to ethics and market morality?
- Can the law ease the tensions created by consumer discourses and demands?
- Does the state have the duty and power, through the mediation of its courts, to enforce rights whose function goes beyond the protection of consumers’ immediate and material interests? Does this function belong to its courts? Is it more appropriate to allow the “parties” to negotiate “settlements” or should a third party be given jurisdiction to rule on the matter?

The scientific leadership of this thematic issue of *Les Cahiers de droit* shall be ensured by professors Vincent Caron, of the Civil Law Section of the Faculty of Law of the University of

Ottawa, and Gabriel-Arnaud Berthold, of the Département des sciences juridiques of Université du Québec à Montréal. The texts, 20 to 30 pages in length (one and one-half line spacing, notes included), are expected by e-mail ([cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca](mailto:cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca)) by December 1, 2021.

*Les Cahiers de droit* publishes original texts in French and English. All texts submitted to the journal are subject to being anonymously evaluated by two external experts. The text presentation standards can be consulted on the journal's website: [www.cahiersdedroit.fd.ulaval.ca](http://www.cahiersdedroit.fd.ulaval.ca). For more information: [cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca](mailto:cahiers.de.droit@fd.ulaval.ca).

\*\*\*