



مجلة علمية، شهرية، محكمة متعددة التخصصات، تُعنى بنشر الدراسات والأبحاث في مجالات العلوم الإنسانية، الاجتماعية، والاقتصادية

المدير المسؤول ورئيس التحرير: انس المستقل

العدد
الثالث

Third issue

3

العدد الثالث

يونيو / حزيران 2025 June

الرقم المعياري الدولي : 3085 - 5039 e-ISSN

رقم الصحافة : 1/2025 Press number

مجلة المقالات الدولية

العدد الثالث ، يونيو/ حزيران 2025

e-ISSN : 3085 - 5039



كلمة العدد

بسم الله الرحمن الرحيم

إن حصول المجلة على التصنيف العلمي الدولي (ISI) يمثل خطوة جوهرية نحو تعزيز مكانتها الأكاديمية، حيث يتيح لها انتشارًا أوسع بين المؤسسات البحثية، ويؤكد التزامها بالمعايير الدولية للنشر العلمي، كما نشهد إقبالًا متزايدًا من الباحثين حول العالم لتقديم دراساتهم ضمن صفحاتها، مما ساهم في تنوع المجالات البحثية وغمى المحتوى العلمي المنشور.

يسرنا أن نقدم للقراء والباحثين العدد الثالث من *مجلة المقالات الدولية*، استكمالًا لمسيرة النجاح الذي حققته المجلة منذ انطلاقتها، فقد حظيت أعدادها السابقة باهتمام واسع من الأكاديميين والباحثين، مما يعكس جودة الأبحاث المنشورة وأثرها في دعم الحركة العلمية.

في هذا العدد الجديد، نواصل تقديم أبحاث ودراسات تواكب القضايا الراهنة بأسلوب أكاديمي رصين، مستندين إلى نهج علمي قائم على التحليل العميق والاستنتاج المنهجي، نؤكد التزامنا بتوفير منصة علمية جادة لتعزيز الحوار الأكاديمي، وتبادل المعرفة بين الباحثين من مختلف التخصصات، بما يشمل مجالات القانون، العلوم السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، والدراسات الإنسانية ذات القيمة المضافة.

نتوجه بالشكر الجزيل إلى جميع الباحثين والمساهمين على ثقتهم ودعمهم، فالمجلة مستمرة بفضل مشاركاتكم وإسهاماتكم العلمية، وإذ نخطو بثقة نحو مزيد من التطور والانتشار، فإننا نعدكم بالعمل الدؤوب للحفاظ على التميز الأكاديمي والارتقاء بالمحتوى البحثي.

والله ولي التوفيق

رئيس التحرير



INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
e-ISSN : 3085 - 5039

INTERNATIONAL
Scientific Indexing

اللجان العلمية للمجلة

انس المستقل

المدير المسؤول ورئيس التحرير

المهنة الإستشارية

د. سعيد خمري أستاذ جامعي جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء مدير مختبر القانون العام وحقوق الإنسان	د. رشيد المدور أستاذ جامعي جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء عضو المجلس الدستوري سابقاً مدير مجلة دفاتر برلمانية	د. المختار الطيطي نائب العميد المكلف بالشؤون البيداغوجية كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بعين السبع جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء	د. بونس وحالو نائب العميد المكلف بالبحث العلمي والتعاون الجامعي كلية العلوم القانونية والسياسية جامعة ابن طفيل بالقنيطرة
د. عز الدين العلام أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية المحمدية جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء	د. مهند العيساوي مستشار رئيس مجلس النواب العراقي لشؤون الصياغة التشريعية أستاذ القانون العام الدولي في الجامعة العراقية	Dr. Riccardo Pelizzo نائب العميد المكلف بالشؤون الأكاديمية بجامعة نزار ببايف بكاخستان	د. كمال هشومي أستاذ جامعي جامعة محمد الخامس بالرباط المنسق البيداغوجي لمانستر الدراسات السياسية والمؤسسية المعمقة
د. صليحة بوعكاكة أستاذة جامعية كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس	د. المهدي مثنيد أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية المحمدية جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء	د. الدريالي المحجوب رئيس شعبة القانون بالكلية المتعددة التخصصات الرشيدية	د. وفاء الفيلالي أستاذة جامعية كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة سويس محمد الخامس بالرباط

لجنة التقرير والتحكيم

د. حكيمة مؤذن أستاذة جامعية كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية المحمدية جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء مديرة مجلة إصدارات	د. بدر بوخلف أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة مولاي اسماعيل بمكناس المدير التنفيذي للمركز الوطني للدراسات القانونية والحقوقية	د. عبد الحق بلفقيه أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس	د. طه لحميداني أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة سويس محمد الخامس بالرباط
د. زكرياء أفتوش أستاذ جامعي كلية العلوم بالكلية المتعددة التخصصات الرشيدية	د. عبد الغني السرار أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة شعيب الدكالي بالجديدة	د. إبراهيم رضا أستاذ جامعي كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة القاضي عياض بمراكش	د. احمد ميساوي أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية المحمدية جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء
د. محمد املاح أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة شعيب الدكالي بالجديدة	د. إبراهيم أيت وركان أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة شعيب الدكالي بالجديدة	د. أحمد أعراب أستاذ جامعي كلية العلوم بالكلية المتعددة التخصصات بالناضور	د. عبد الغني العمري أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة شعيب الدكالي بالجديدة
د. هشام المراكشي أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة شعيب الدكالي بالجديدة	د. خالد الحمدوني أستاذ جامعي كلية العلوم بالكلية المتعددة التخصصات الرشيدية	د. عبد الحي الغربية أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية المحمدية جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء	د. رضوان طريبق أستاذ جامعي كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية جامعة مولاي اسماعيل بمكناس

محتويات العدد

3-18	القضاء الدستوري ودوره في ضبط المنظومة القانونية لدستور 2011 طارق القدري
19-38	القضاء الدستوري، مقارنة جديدة لمبدأ فصل السلط جواد الحبشي
35-58	ضمانات الحقوق السياسية بين المحددات الدستورية وآلية الرقابة السياسية على دستورية القوانين رشيد حمرابي
64-80	المسؤولية السياسية للسلطة التنفيذية في المغرب: بين الوثيقة الدستورية لسنة 2011 والممارسة السياسية عبد العزيز الهلالي
81-96	الهوية الجماعية وديناميات المشاركة في الاحتجاجات: دراسة سوسيولوجية للأساتذة المتعاقدين بجهة مراكش أسفي محمد خيدون
97-112	مساطر البحث عن المخالفات في ضوء القانون رقم 08-31 بتحديد تدابير لحماية المستهلك رضوان البقالي
113-128	الواقعة الكارثية بالمغرب وسؤال التأمين (واقعة الحوزنموذجا) دراسة في ضوء أحكام القانون 110.14 حسين تبلي

129-142	<p>الحقوق الثقافية واللغوية في المغرب: من الحوار الوطني إلى دسترة الحق الثقافي في دستور 2011</p> <p>سهام جوهري</p>
143-154	<p>أثر علماء الغرب الإسلامي على اللسان العربي مركزية عليّ النحو والقراءات في تفسير البحر المحيط لأبي حيان الأندلسي (ت 745 هـ) نموذجاً</p> <p>هشام ميري</p>
159-174	<p>Parliamentary Committees of Inquiry in the Moroccan Constitutional System: Effectiveness and Limitations</p> <p>El Hassan ACHABAR - Elhoucine BOUALILI</p>
179-200	<p>La réparation des erreurs judiciaires dans le cadre de la procédure pénale : étude comparée du droit marocain et du droit international</p> <p>Abderrachid CHAKRI- Abdelhak JALAL</p>
207-214	<p>La réalisation de l'équilibre au sein du contrat de consommation par l'interdiction des clauses abusives</p> <p>Najlaa SABBABE</p>
215-228	<p>Les Sociétés Régionales Multi-Services : Une efficacité institutionnelle au service du citoyen</p> <p>Mohamed Ali DILAOUI</p>
229-246	<p>L'information du consommateur : Un droit d'une pleine valeur</p> <p>Najlaa SABBABE</p>

L'information du consommateur : Un droit d'une pleine valeur

Consumer information: A right of full value

Najlaa SABBABE

Doctorante Chercheuse

Université Hassan II, Casablanca

Phd Researcher

Hassan II University, Casablanca

Abstract:

This right is recognized as a fundamental consumer right and a factor in the development of fair and healthy competition.

The obligation to inform the consumer by the supplier of goods or the service provider before the conclusion of a sales contract is to protect the consumer against fraud resulting from misinformation. For example, informing the consumer of their right to have the contract translated into Arabic.

In general, the supplier is required to inform the consumer of all the characteristics and essential information of the product, as well as the terms of use, to enable them to make a rational choice based on their needs and means.

The supplier therefore has a general obligation to provide information to the consumer.

Résumé:

Ce droit est reconnu comme un droit fondamental du consommateur et un facteur de développement d'une concurrence loyale et saine.

L'obligation d'informer le consommateur par le fournisseur de biens ou le prestataire de services avant la conclusion d'un contrat de vente dans l'objectif de prémunir le consommateur contre toute fraude résultant d'une désinformation. Par exemple l'informer de son droit à la traduction du contrat en arabe...

En général, le fournisseur est tenu d'informer le consommateur sur toutes les caractéristiques et les renseignements essentiels du produit ainsi que les modalités d'utilisation pour lui permettre de faire un choix rationnel compte tenu de ses besoins et de ses moyens.

Le fournisseur a donc une obligation générale d'information vis-à-vis du consommateur.

Keywords:

Consumer information; Consumer protection; Obligation to provide information.

Les mots-clés:

Information du consommateur; Protection du consommateur; Obligation d'information.

Introduction :

Dans tout **contrat de vente**, le fournisseur doit lorsque le prix ou le tarif convenu excède un seuil fixé par voie réglementaire, et que la livraison des produits, des biens ou l'exécution de la prestation n'est pas immédiate, préciser par écrit, la date limite à laquelle il s'engage à livrer les produits, les biens ou à exécuter la prestation au niveau du contrat, de la facture, du ticket de caisse, de la quittance ou de tout autre document délivré au consommateur¹.

La publicité fait partie de notre quotidien ; qu'on soit à la maison ou dans la rue, on est toujours harcelé par des messages publicitaires. Face à cette pression, il était normal que le législateur intervienne pour réguler cette activité qui est en même temps d'une grande importance pour les entreprises. Dans ce cadre, il a interdit toute **publicité mensongère** qui comporte toute publicité écrite ou audiovisuelle comportant des signes ou des dessins de nature à faire tromper le consommateur soit sur la qualité, la composition ou encore la quantité ou mode de fabrication.

Il y'a lieu de citer l'exemple de Mc Donald's qui est un fast-food qui nous manipule souvent par l'intermédiaire de sa publicité. Pour susciter l'envie chez le consommateur, le réalisateur d'une publicité met souvent en valeur le produit grâce au décor et aux retouches apportées. En effet, nous sommes très loin du hamburger appétissant montré sur les affiches publicitaires.

Leurs hamburgers déçoivent les attentes des consommateurs.

Un autre exemple de PRESTIGIA LUXURY HOMES² concernant les biens immobiliers au

Maroc, il avait une publicité de cette société dans laquelle on trouve que lorsqu'on achète une résidence, une voiture est offerte gratuitement alors que ce cas est illégal car le cadeau doit être du même produit conformément à l'article 56 de la loi 31-08 : « ***Il est interdit de vendre***

Ou d'offrir à la vente des produits ou des biens, d'assurer ou d'offrir une prestation de service au consommateur donnant droit, à titre gratuit, immédiatement ou à terme, à une prime consistant en produits, biens ou services sauf s'ils sont identiques à ceux qui font l'objet de la vente ou de la prestation. »

L'article 55 de la loi 31/08 édictant des mesures de protection du consommateur interdit d'utiliser le mot « solde » ou ses équivalents dans d'autres langues (que l'arabe)³. « *Toute publicité relative à une opération de soldes mentionne la date de début de*

¹ Nadjiba BADI-BOUKEMIDJA, « L'obligation d'information du consommateur », *revue algérienne des sciences juridiques économiques et politiques*, n°2, Juin 2015, p.82.

² Cas illustré durant la journée nationale de protection du consommateur

³ Article 55 de la loi 31-08 : « Toute publicité relative à une opération de soldes mentionne la date de début de l'opération, sa durée et la nature des biens ou produits sur lesquels porte l'opération, si celle-ci ne concerne pas la totalité des biens ou produits du fournisseur.

l'opération, sa durée et la nature des biens ou produits sur lesquels porte l'opération, si celle-ci ne concerne pas la totalité des biens ou produits du fournisseur.

Dans toute publicité, enseigne, dénomination sociale ou nom commercial, l'emploi du mot solde(s), de ses équivalents dans d'autres langues ou de ses dérivés est interdit pour désigner toute activité, dénomination sociale ou nom commercial, enseigne ou qualité qui ne se rapporte pas à une opération de soldes telle que définie à l'article⁴. »

Le contrat conclu dans une langue étrangère doit être obligatoirement accompagné d'une traduction en arabe⁵.

Section 1 :

Le droit de l'information au vu des crédits à la consommation

Avec un encours de 40,521 milliards de dirhams, le crédit à la consommation est plus que jamais, dans le contexte économique actuel, un « instrument populaire, utile et nécessaire »⁶.

Pendant longtemps, les crédits à la consommation n'ont pas fait l'objet d'une réglementation spécifique. Ils étaient soumis aux règles droites communes du prêt prévues par le D.O.C⁷.

Mais le législateur s'est aperçu que les consommateurs devaient être soutenus compte tenu de leur position de déficience face aux l'établissement de crédits et parfois contre eux-mêmes. Il est incontestable que les prêteurs se trouvent en position favorisé de force.

Le consommateur est obligé de soumettre aux clauses du contrat, sans pour autant pouvoir les discuter. Mais le principal danger pour le consommateur provient de lui-même.

La société présente de consommation, amène le consommateur à accomplir des achats de masse imprudents dont l'utilité n'est pas avérée. La reproduction de tels achats, le mène régulièrement à une insolvabilité plus ou moins dramatique c'est dans cet esprit que la loi n 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur a emmêlé plusieurs données classiques du droit des contrats. Elle répondait à plusieurs objectifs. Le premier objectif était d'approuver le consentement de l'emprunteur.

« Deux moyens ont été employés. D'une part, le législateur a renforcé l'information du consommateur qui doit recevoir de l'établissement de crédit prêteur une offre de crédit, comportant plusieurs mentions obligatoires. D'autre part, l'acceptation de l'emprunteur ne forme pas véritablement le contrat. »⁸

⁴Article 165 de la loi 31-08

⁵2 Article 206 de la loi 31-08 : « Tout contrat conclu dans une langue étrangère doit être obligatoirement accompagné d'une traduction en arabe. »

⁶ RHALIB My Mohamed Lahbib, op.cit, p.28.

⁷ RHALIB My Mohamed Lahbib, op. cit, p.26.

⁸. ELBAROUDI ABDELFFETEH, op.cit, p.14.

Le législateur lui a accordé une faculté de rétractation. Le deuxième objectif consistait à clarifier l'exécution de la convention de crédit. On a assisté à une limitation de certaines obligations contractuelles de l'emprunteur, notamment les indemnités dont il pourrait être débiteur envers le prêteur.

Le droit à une indemnité en cas de remboursement entrevu a été supprimé et il a été institué un système de limitation forfaitaire en cas de défaillance de l'emprunteur. Le troisième objectif admettait à prohiber la résolution des litiges en matière de crédit à la consommation en cas de défaillance de l'emprunteur.

Un jugement de la jurisprudence marocaine est frappant en la matière, il Ya lieu de citer les dispositions suivantes : « Il en découle de l'espèce que le contrat de crédit entre les parties est considéré comme un contrat de consommation, et étant donné que la loi de protection du consommateur annule toutes les clauses abusives qui peuvent nuire à l'équilibre contractuel ou exploiter un besoin ou encore l'impuissance du consommateur. Le tribunal a décidé à ce propos, que la clause consentie entre les parties (la banque et son client) et qui permet à la défenderesse qu'elle modifie le taux d'intérêt quand elle désire sans l'accord du débiteur sans pour autant l'informer, est considéré comme clause abusive qui doit être annulée et ce, conformément à l'article 15 de la loi 31-08 qui prévoit que : « *Dans les contrats conclus entre fournisseur et consommateur, est considéré comme abusif toute clause qui a pour objet ou pour effet de créer, au détriment du consommateur un déséquilibre significatif entre droits et obligations des parties au contrat* » ».⁹

Un autre cas également utile de le citer à cet égard, il suffit de se référer à une décision de la chambre civile de la Cour de cassation française du 3 avril 2007¹⁰, qui prévoit que : « Le notaire est tenu **d'informer** son client, des conséquences fiscales du contrat qu'il a reçu. Les motifs de la décision sont notamment les suivants : " que le notaire étant tenu, professionnellement, d'un devoir d'information et de conseil quant aux dispositions fiscales qui en découle des actes qu'il a reçu, et il ne peut être dispensé de l'obligation du texte envers le client, compte tenu des compétences personnelles de ce dernier ».¹¹

• Le champ d'application

Compte tenu du caractère dérogoire des dispositions relatives au crédit à la consommation, il est judicieux de restreindre le champ d'application des règles protectrices.

⁹ قرار رقم 1678 بتاريخ 2015/10/1 ملف عدد 245-5-2014 الصادر عن محكمة الاستئناف التجاري فاس، صفحة رقم 161

¹⁰Cass.Civ.1^{er} 3 Avril 2007, n° 06-12.831, www.courdecassation.fr/publications

¹¹<https://www.maroclaw.com/البعء-الحماني-في-قانون-حماية-المستهلك>

En effet, les dispositions de la loi s'appliquent à tout crédit à la consommation¹² défini comme toute opération de crédit¹³, ainsi qu'à son cautionnement éventuel, consentie à titre onéreux ou gratuit par prêteur¹⁴ un emprunteur qui est consommateur

Section 2 : Le droit de l'information au vu du contrat de crédit

Le contrat de crédit est défini comme tout contrat en vertu duquel un prêteur consent ou s'engage à consentir à un consommateur un crédit, sous la forme d'un délai de paiement, d'un prêt ou de toute autre facilité de paiement similaire¹⁵.

Défini dans un jugement de la jurisprudence marocaine en tant qu'« ... un contrat immobilier et de consommation, tant que son intérêt réside dans le financement du demandeur pour acquérir un appartement à usage d'habitation ».¹⁶

Toute opération de crédit doit être précédée d'une offre préalable de crédit écrite, de manière à ce que l'emprunteur puisse apprécier la nature et la portée de l'engagement financier et dont lequel il peut approuver les conditions d'exécution de ce contrat.

Les opérations de crédit doivent être accomplies dans les termes de l'offre antérieure, remise en double exemplaire à l'emprunteur et probablement, en un exemplaire à la caution.

La remise de l'offre préalable oblige le prêteur à soutenir les conditions qu'elle indique pendant une durée minimum, de sept jours à compter de sa remise à l'emprunteur.

L'offre préalable doit :

- « 1. Être présentée de manière claire et lisible
2. mentionner l'identité des parties et, le cas échéant, de la caution
3. préciser le montant du crédit et, éventuellement, de ses fractions périodiquement disponibles, la nature, l'objet et les modalités du contrat, y compris, le cas échéant, les conditions d'une assurance lorsqu'elle est exigée par le prêteur, ainsi que le coût total ventilé du crédit et, s'il y a lieu, son taux effectif global ainsi que le total des perceptions forfaitaires demandées en sus des intérêts en ventilant celles correspondant aux frais,

¹²A l'exception des prêts consentis pour une durée totale inférieure ou égale à trois mois, ceux qui sont destinés à financer les besoins d'une activité professionnelle, ainsi que les prêts aux personnes morales de droit public, des prêts immobiliers.

¹³Toute opération par laquelle le prêteur consent à l'emprunteur un délai pour rembourser le prêt ou payer le prix de la vente ou de la prestation de services après livraison du bien ou exécution de cette prestation.

La location-vente, la location avec option d'achat et la location assortie d'une promesse de vente ainsi que les ventes ou prestations de services dont le paiement est échelonné, différé ou fractionné, sont assimilées à des opérations de crédit.

¹⁴ Toute personne qui consent, à titre habituel, un crédit, dans le cadre d'exercice de ses activités commerciales ou professionnelles.

¹⁵ Sahrane Lamyac, « Lecture de la loi 31-08 sur la protection du consommateur : apports et insuffisances », Rabat, 2014, p.44.

¹⁶ قرار رقم 1678 بتاريخ 2015/10/1 ملف عدد 245-5-2014 الصادر عن محكمة الاستئناف التجاري فاس، صفحة رقم 161

de dossiers et celles correspondant aux frais par échéance.
4. Indiquer, le cas échéant, le bien ou produit, ou la prestation de service à financer.

5. indiquer les dispositions applicables en cas de remboursement anticipé ou de défaillance de l'emprunteur. »¹⁷

Lorsqu'il s'agit d'une ouverture de crédit qui, assortie ou non de l'usage d'une carte de crédit, offre à son bénéficiaire la possibilité de disposer de façon fractionnée, aux dates de son choix, du montant du crédit consenti l'offre préalable n'est obligatoire que pour le contrat initial et pour toute augmentation du crédit consenti.

Elle précise que la durée du contrat est limitée à un an maximum renouvelable et que le prêteur devra indiquer, trois mois avant le terme les conditions de reconduction du contrat. Elle fixe également les modalités du remboursement, qui doit être échelonné, sauf volonté contraire de l'emprunteur, des sommes restantes dues dans le cas où le débiteur demande à ne plus bénéficier de son ouverture de crédit.

« L'emprunteur doit pouvoir s'opposer aux modifications proposées, lors de la reconduction du contrat, jusqu'au moins vingt jours avant la date ou celle-ci deviennent effectives, en utilisant un bordereau-réponse annexé aux informations écrites communiquées par le prêteur.

L'emprunteur peut également demander à tout moment la réduction de sa réserve de crédit, la suspension de son droit à l'utiliser ou la résiliation de son contrat. Dans ce dernier cas, il est tenu de rembourser aux conditions du contrat, le montant de la réserve d'argent déjà utilisé.

A défaut de retourner-le bordereau-réponse par l'emprunteur, signé et daté ; au plus tard vingt jours avant le terme du contrat, ce dernier est résilié de plein droit à cette date.

En cas de refus des nouvelles conditions de taux ou de remboursement proposées lors de la reconduction du contrat, l'emprunteur est tenu de rembourser aux conditions précédant les modifications proposées le montant de la réserve d'argent déjà utilisé, sans pouvoir toutefois, procéder à une nouvelle utilisation de l'ouverture de crédit ».

Aucun engagement supplémentaire ne peut être exigé de la caution en cas de reconduction, de révision ou de renouvellement du contrat d'ouverture du crédit, à moins qu'elle n'y consente explicitement¹⁸.

Dans le cadre de ces opérations de crédit, le prêteur est tenu d'adresser à l'emprunteur, mensuellement et dans un délai maximum de 10 jours avant la date de paiement, un état approprié de la réalisation du contrat de crédit, faisant nettement référence à l'état précédent et précisant :

- La date d'arrêté du relevé du paiement ;
- La fraction du capital disponible ;
- Le montant de l'échéance, dont la part correspondant aux intérêts,

¹⁷ RHALIB My Mohamed Lahbib, *op.cit*, p.30.

¹⁸ Benthami Asmae, « Le surendettement du consommateur face à la responsabilité des sociétés de Crédit à la consommation », *Revue marocaine de recherche en management et marketing*, n°11,2015, p.45.

- Le taux de la période et le taux effectif global ;
- Le cas échéant, le coût de l'assurance
- La totalité des sommes exigibles

« Le montant des remboursements déjà effectués depuis le dernier renouvellement, en faisant ressortir la part respective versée au titre du capital emprunté et celle versée au titre des intérêts et frais divers liés l'opération de crédit ;

-La possibilité pour l'emprunteur de demander à tout moment la réduction de sa réserve de crédit, la suspension de son droit à l'utiliser la résiliation de son contrat ;

- le fait qu'à tout moment l'emprunteur peut payer comptant toute partie du montant restant dû, sans se limiter au montant de la seule dernière échéance exigible.

Pour les opérations de crédit à durée déterminée, l'offre préalable précise outre les conditions précédemment mentionnées, pour chaque échéance, le coût de l'assurance et l'échelonnement des remboursements ou, en cas d'impossibilité, le moyen de les déterminer »¹⁹.

Lorsque l'offre préalable est assortie d'une proposition d'assurance une notice doit être remise à l'emprunteur, qui comporte les extraits de conditions générales de l'assurance le concernant, notamment le nom ou dénomination et adresse de l'assureur, la durée, les risques couverts et ceux qui sont exclus de l'assurance. Si l'assurance est obligatoire pour obtenir le financement, l'offre préalable rappelle que l'emprunteur peut souscrire une assurance équivalente auprès de l'assureur de son choix Si l'assurance est facultative, l'offre préalable rappelle les conditions suivant lesquelles le crédit peut être consenti sans assurance.

Aucun prêteur ne peut, pour une même prestation de services, faire signer par un même consommateur une ou plusieurs offres préalables, d'un montant total en capital supérieur à la valeur payable à crédit du produit ou bien acheté ou de la prestation de services fournie²⁰.

« Si le prêteur ne précise pas dans l'offre préalable qu'il se réserve la faculté d'accepter la demande de crédit de l'emprunteur, le contrat devient parfait dès l'acceptation de l'offre préalable par ledit emprunteur.

Toutefois, l'emprunteur peut, dans un délai de sept jours à compter de son acceptation de l'offre, revenir sur son engagement. Pour permettre l'exercice de cette faculté de rétractation, un formulaire détachable est joint à l'offre préalable²¹. »

« L'exercice de cette faculté de rétractation ne peut donner lieu à enregistrement sur un fichier l'emprunteur est tenu, en cas de rétractation, de déposer le formulaire contre récépissé comportant le cachet et la signature du prêteur.

¹⁹ELBAROUDI ABDELFFETHEH, op.cit, p18.

²⁰ Cette disposition ne s'applique pas aux offres préalables d'ouverture de crédit permanent.

²¹Benthami Asmae, « Le surendettement du consommateur face à la responsabilité des sociétés de Crédit à la consommation », *Revue marocaine de recherche en management et marketing*, n°11, 2015, p.52.

Lorsque l'offre préalable stipule que le prêteur se réserve le droit d'accepter ou non la demande de crédit de l'emprunteur, le contrat accepter par ce dernier ne devient parfait qu'à la double condition que, dans un délai de sept jours, le prêteur ait fait connaître à l'emprunteur sa décision d'accorder le crédit et que ledit emprunteur n'ait pas usé de la faculté de la rétractation »²².

Après l'expiration du délai précité, la décision d'octroyer le crédit destiné à la connaissance, de l'emprunteur n'est approuvable que si ce dernier exprime son désir d'en bénéficier.

Tant que le contrat de crédit n'est pas définitivement conclu, aucun paiement, sous quelque forme et à quelque titre que ce soit, ne peut être effectué par le prêteur à l'emprunteur ou pour le compte de celui-ci, ni par l'emprunteur au prêteur²³. Pendant le délai de rétractation, l'emprunteur ne peut non plus faire, au titre de l'opération en cause, aucun dépôt au profit du prêteur, ou pour le compte, de celui-ci. Si une autorisation du prélèvement sur son compte bancaire ou postal est signée par l'emprunteur, sa validité et sa prise d'effet sont subordonnées à celles de la conclusion du contrat de crédit et à sa prise d'effet.

« Le prêteur doit remettre à l'emprunteur un exemplaire du contrat de crédit immédiatement après signature. Le prêteur qui accorde un crédit sans saisir l'emprunteur d'une offre préalable satisfaisant aux conditions fixées, précédemment précisées, est d'échu du droit aux intérêts et l'emprunteur n'est tenu qu'au seul remboursement du capital suivant l'échéancier prévu. Les sommes perçues au titre des intérêts, qui sont productives d'intérêts au taux légal à compter du jour de leur versement, seront restituées par le prêteur ou imputées sur le capital restant dû. »²⁴

a- Le crédit affecté

Lorsque le crédit est affecté²⁵, « l'offre préalable doit mentionner le produit, bien ou la prestation de services à financer et leurs caractéristiques essentielles.

Les obligations de l'emprunteur ne prennent effet qu'à compter de la livraison du produit ou du bien ou de la fourniture de la prestation, en cas de contrat de vente ou de prestation de services à exécution successive l'exécution du contrat de crédit débute selon la périodicité de la livraison et de la fourniture du service, le consommateur n'étant tenu que dans la limite du produit ou du bien reçu ou du service dont il a bénéficié.

Le contrat de vente ou de prestation de services doit préciser que le paiement du prix ou tarif sera acquitté, en tout ou partie, à l'aide d'un crédit »²⁶.

Aucun engagement ne peut valablement être contracté par le consommateur à l'égard du fournisseur ou du prestataire de services tant qu'il n'a pas accepté l'offre

²²Benthami Asmae, op.cit, p.45.

²³RHALIB My Mohamed Lahbib ,p.29.

²⁴RHALIB My Mohamed Lahbib ,p.31.

²⁵C'est-à-dire affecté au financement d'un bien, ou produit ou d'une prestation de services déterminés

²⁶Sous peine d'une amende de 6.000 à 20.000 DH

préalable du prêteur. Lorsque cette condition n'est pas remplie, le fournisseur²⁷ ou le prestataire de services ne peut, recevoir aucun paiement, sous quelque forme que ce soit, ni aucun dépôt.

« En cas de discussion sur l'exécution du contrat principal de vente ou de prestation de services, le juge des référés pourra, jusqu'à la solution du litige, ordonner la suspension de l'exécution du contrat de crédit.

Celui-ci est résolu ou annulé de plein droit lorsque le contrat en vue duquel il a été conclu est lui-même judiciairement résolu ou annulé en vertu d'un jugement ayant acquis la force de la chose jugée.

Si la résolution judiciaire ou l'annulation du contrat principal de vente ou de prestation de services survient du fait du fournisseur, celui-ci pourra à la demande du prêteur, être condamné à garantir le remboursement de l'emprunteur, ainsi qu'au paiement des dommages et intérêts. »²⁸

Le contrat de vente principal ou de prestation de services est résolu de plein droit, sans indemnité:

- 1) si le prêteur n'a pas avisé le fournisseur de l'acceptation de l'attribution du crédit, dans le délai de sept jours
- 2) si l'emprunteur a, dans les délais qui lui sont impartis, exercé son droit de rétractations.

Dans les deux cas, le fournisseur doit, sur demande de l'emprunteur, rembourser toute somme que celui-ci aurait versée d'avance sur le prix ou le tarif. A compter du seizième jour suivant la demande de remboursement, cette somme est productive d'intérêts, de plein droit, au taux légal.

Le contrat n'est pas résolu si, avant l'expiration du délai de sept jours prévus ci-dessus, l'emprunteur paie comptant. L'engagement préalable de la part de l'emprunteur vis-à-vis du fournisseur de payer comptant en cas de refus de prêt est nul de plein droit.²⁹

b- Le Crédit gratuit

La gratuité a toujours été suspecte en droit commercial. Le but du commerçant est de tirer un profit, de dégager un bénéfice. Il en va de même en matière de crédit³⁰.

Pourtant, la loi a admis le crédit gratuit, bien qu'il présente de grands dangers pour le consommateur. Il est un élément incitateur à l'endettement.

²⁷Le fournisseur doit conserver une copie de l'offre préalable remise à l'emprunteur et la présenter sur leur demande aux agents de l'administration chargés du contrôle.

²⁸ G. TEDESCHI et A. W. HECHT, « Les contrats d'adhésion en tant que problèmes de législation. Propositions d'une commission israélienne », in Revue internationale de droit comparé, vol. 12, n°3, juilletseptembre 1960, p. 575.

²⁹ RHALIB My Mohamed Lahbib ,p.33.

³⁰V. GAVALDA, Le crédit gratuit, D. 1979. 277. ROUBACH, Du crédit gratuit au crédit total en passant par la publicité mensongère, Gaz. Pal. 1979. P. 415.

Et même au surendettement, dans la mesure où il apparaît comme incitation à l'achat. En réalité, il est rarement véritablement gratuit, car le plus souvent son coût est incorporé dans les prix.

Sa publicité est, ainsi, rigoureusement réglementée. En effet toute publicité effectuée dans le lieu de vente comportant la mention « crédit gratuit³¹ » ou proposant un avantage équivalent doit indiquer le montant de l'escompte consenti en cas de paiement comptant.

Toute publicité comportant la mention « crédit gratuit » doit séparément sur tout produit, bien ou service.

Lorsqu'une opération de financement comporte une prise en charge totale ou partielle des frais de crédit, le fournisseur ne peut demander à l'emprunteur ou locataire une somme d'argent supérieure au prix moyen effectivement pratiqué pour l'achat au comptant d'un article ou d'une prestation similaire, dans le même établissement de vente au détail, au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité ou de l'offre. Le fournisseur doit, en outre, proposer un prix pour paiement comptant inférieur à la somme proposée pour l'achat à crédit gratuit ou la location.

c/ Le remboursement anticipé du crédit et défaillance de l'emprunteur :

L'emprunteur peut toujours, à son initiative, rembourser par anticipation sans indemnités, en totalité ou en partie, le crédit qui lui a été consenti. Toute clause contraire est réputée nulle de plein droit³²

En cas de défaillance de l'emprunteur³³, le prêteur³⁴ pourra exiger le remboursement immédiat du capital restant dû, majoré des intérêts échus mais non payés. Jusqu'à la date du règlement effectif, les sommes restant dues produisent des intérêts de retard dont le taux maximum est fixé par, voie réglementaire sans toutefois excéder 4% du capital restant.

Lorsque le prêteur n'exige pas le remboursement diligent du capital restant dû, il peut demander à l'emprunteur défaillant une indemnité qui ne peut être supérieure à 4% des échéances échues impayées. Pourtant, dans le cas où le prêteur admet des reports d'échéances à venir, le montant de l'indemnité ne peut être supérieur 2 % des échéances reportés.

³¹Tout crédit remboursable sans paiement d'intérêts.

³²Cette disposition ne s'applique pas aux contrats de location, sauf si ces contrats prévoient que le titre de propriété sera finalement transféré au locataire.

³³Est considéré comme défaillant, l'emprunteur qui n'a pas payé trois mensualités successives après leur échéance et qui n'a pas répondu à la mise en demeure qui lui a été adressée.

³⁴Le prêteur peut réclamer à l'emprunteur, en cas de défaillance de celui-ci, le remboursement sur justification, des frais dus qui lui auront été occasionnés par cette défaillance, à l'exclusion de tout remboursement forfaitaire des frais de recouvrement.

A titre illustratif, on mettra en relief un jugement qui a évoqué ce qui suit : « Le débiteur a le droit de suspendre l'exécution de ses obligations en vertu d'une ordonnance rendue par le président du tribunal compétent et bénéficiaire du délai judiciaire prévu à l'article 149 de la loi n ° 31.08 relative à la protection des consommateurs, sans mettre en ordre aucun intérêt au cours de la durée des délais judiciaires, en cas de privation de salaire en raison de son licenciement du travail ou à cause d'une circonstance sociale inattendue. Il peut au demeurant préciser dans l'ordonnance émise les modalités de paiement des sommes qui seront exigibles au terme du délai de suspension. Et l'indication de « Le juge peut déterminer » prévue au deuxième alinéa de l'article mentionné renvoie au président de la Cour, puisque c'est lui à que revient l'émission des ordres et non le tribunal de première instance.³⁵

On mettra également en évidence l'arrêt de la Cour commerciale d'Appel de Marrakech qui évoque : « L'emprunteur avait payé 23 traites englobant tous les intérêts consentis , et il a suspendu le paiement de 61 traites échues ce qui représentent le montant totale sollicité en incluant les intérêts de la convention , les intérêts de retard et la taxe sur la valeur ajoutée , cependant l'extraction du capital restant conformément à l'article 104 de la loi 31-08 impose le non remboursement des intérêts et de la TVA ».³⁶

d/ Les actions en justice.

« Les actions en paiement doivent être engagées devant le tribunal dont relève le domicile ou le lieu de résidence de l'emprunteur dans les deux ans de l'événement qui leur a donné naissance à peine de forclusion du droit de réclamer des intérêts de retard »³⁷.

Ce délai court à compter, de la date à laquelle la mensualité a fait l'objet de discussion conformément aux textes législatifs et réglementaires en vigueur relatifs aux provisions sur créances en souffrance.

Lorsque les modalités de règlement des échéances impayées ont fait l'objet d'un rééchelonnement, le point de départ du délai de forclusion est le premier incident non organisé intervenu après le premier aménagement ou rééchelonnement conclu entre les intéressés.

Si le défaut de paiement des échéances résulte d'un licenciement ou d'une situation sociale imprévisible, l'action en paiement ne peut être formée qu'après opération de médiation.

Le délai de forclusion ne prend effet qu'après l'épuisement de la procédure de médiation qui doit débuter durant l'année suivant la date à laquelle l'emprunteur est déclaré en défaillance.

³⁵ القرار عدد 366، الصادر بتاريخ 19 يونيو 2014 في الملف التجاري عدد 2014/3/520 ، انظر

/القضاء- وحماية- المستهلك- من- خلال- القرار www.droitentreprise.com

ملف رقم 2012/6/283 الصادر في تاريخ 17/12/2012 محكمة الاستئناف التجارية بمراكش.³⁶

³⁷RHALIB My Mohamed Lahbib ,p.34.

En cas de recours à la procédure de médiation, il ne peut être mis d'intérêts de retard ou de frais quelconques résultant de cette procédure à la charge de l'emprunteur³⁸.

Section 3 : La publicité : source attractive de l'information

« *La publicité endort et fait rêver, mais le jour où le consommateur se réveille naît le consumérisme* »³⁹.

Prise au sens large, la publicité désigne l'ensemble de moyens de communication destinés à vendre les produits d'un professionnel⁴⁰, et d'inciter le public à l'acquérir par un moyen de communication de masse⁴¹. Il est capital de marquer une différence entre l'information objective, celle qui contribue à protéger le consommateur, et la publicité qui, par définition, est un message destiné à doper les ventes et à inciter le consommateur à acheter. L'incitation à l'achat est donc un critère déterminant dans l'acceptation générale du terme.

D'un point de vue juridique, la Cour de Cassation française⁴² a défini de façon constante la publicité comme étant « un moyen d'information destiné à permettre au client potentiel de se faire une opinion sur les caractéristiques des biens ou services qui lui sont proposés ». Cette définition implique que tout message peut revêtir la qualification de publicité à partir du moment où elle donne une information au client⁴³.

L'invasion de l'art publicitaire, pour la promotion de l'entreprise, et la différenciation des produits et services qui présentent aux consommateurs, demeure une pratique légale, qui permet aux professionnels d'utiliser toutes les pratiques loyales tendant à attirer la clientèle. Avec la rentrée en vigueur de la loi 31-08 en 2011, portant sur la protection du consommateur, le champ vaste de la publicité et son impact sur le comportement du consommateur, et les conséquences néfastes que pourrait produire l'excès de publicité sur certaines catégories vulnérables du consommateur comme les mineurs⁴⁴, est désormais inscrit dans un cadre réglementé.

La publicité n'est pas une simple information. Elle a pour objet d'amener un consommateur à acquérir un bien ou un service, elle doit séduire et persuader, quitte à être parfois excessive, entre mensonge et objectivité, il est judicieux de trouver une situation intermédiaire qui permet une certaine forme d'exagération.

1- La publicité mensongère

³⁸ RHALIB MY Mohammed Lahbib, op cit,p.37

³⁹Paul OURLIAC, Le passé du « consumérisme », annales de l'université de Toulouse, 1979, p.217

⁴⁰Safae HTOUK, « La protection du consommateur contre l'excès de la publicité », *revue marocaine du droit commercial et droit des affaires*, p.21.

⁴¹Définition du Petit Robert.

⁴²Qu'il s'agisse de la Chambre criminelle (Cass. Crim., 23 mars 1994, Bull. crim. n°114 – 14 octobre 1998 : Bull. crim. n° 262 ; JCP G 1999, II, 10066, note CONTE Ph. Contrats, conc.,consom. 1999, comm., n°32, note G. RAYMOND.) ou de la chambre commerciale (Cass. Cm., 6 mai 2008 : inédit, pourvoi n°04-19713).

⁴³Linda ARCELIN-LECUYER, *Droit de la publicité*, 2011, p.17

⁴⁴الأولى 2015، صفحة 39 احمد بوصوف، الضوابط القانونية للإعلانات التجارية، الطبعة

Services de fausses qualités. L'article 21 de la loi 31-08 est clair à ce propos « ...est interdite également toute publicité de nature à induire, sous quelque forme que ce soit, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles ... des promoteurs ou des prestataires »

La publicité n'est pas une simple information. Elle a pour objet d'amener un consommateur à acquérir un bien ou un service, elle doit séduire et convaincre, quitte à être parfois excessive, entre mensonge et objectivité, il est nécessaire de trouver une situation intermédiaire qui permet une certaine forme d'exagération.

L'exemple classique est celui de « *dolus bonus* » et le « *dolus malus* » énoncé par le droit civil. Le premier correspond généralement à ce que l'on appelle l'habileté du vendeur qui flatte exagérément les qualités de son produit. Le second s'analyse en une tromperie qui comme tel s'analyse en un vice de consentement.

« Le paradoxe que le consommateur a été éduqué à la publicité, il devrait s'en méfier, pourtant on le protège, car il s'érige immédiatement en victime de la déloyauté de l'autre partie, alors que parfois il ne s'est pas méfié. Sous l'empire du droit de la consommation, on part du postulat que son pouvoir de discernement diminue, ce qui ramène à la conséquence de la situation d'infériorité.

Le mouvement de protection est très sensible en matière pénale. Initialement, il n'existait pas d'infractions spécifiques en cas de publicité trompeuse ou mensongère, on devrait appliquer les infractions de droit commun et notamment l'escroquerie. »⁴⁵

Une infraction spécifique : la publicité mensongère, cette infraction intentionnelle, se révèle peu adaptée, car elle nécessite la justification de l'intention coupable, en érigeant la loi 31-08, le domaine d'application de cette infraction s'est élargi en sanctionnant la publicité de nature à induire en erreur.⁴⁶

Dans le même ordre d'idées, il n'est plus nécessaire que l'auteur du message ait commis un mensonge, il suffit que la publicité soit fautive, il n'est même plus nécessaire qu'elle est trompée, elle peut seulement être de nature à induire en erreur, il importe désormais de s'attacher aux éléments constitutifs du délit avant d'envisager sa répression.

Les éléments d'incrimination de publicité trompeuse supposent par définition que l'on se trouve en présence d'une publicité. Le support de la publicité est conçu de manière particulièrement plus large.⁴⁷

⁴⁵ Safae HTOUK, « la protection du consommateur contre l'excès de la publicité », revue marocaine de droit commercial et des affaires, n°3, 2015, p.25.

⁴⁶ safae HTOUK, p.27.

⁴⁷ YVAN AUGUET, droit de la consommation, édition de 2008, p, 51.

Il est nécessaire que l'on se trouve en présence d'un véritable message publicitaire et non d'un message informatif. Ainsi que l'existence d'un élément matériel et à l'élément intentionnel de l'infraction.

Les éléments constitutifs sont identiques à tout délit, à savoir élément matériel, intentionnel. L'élément matériel consiste dans le caractère trompeur de la publicité, il est par conséquent nécessaire qu'il y ait un message et un destinataire de ce message.

Par le message, il est visé « allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur »

L'article 21 de la loi 31-08, vise deux grandes catégories de comportement de l'auteur de la publicité. Il s'agit des publicités fausses purement mensongères, ainsi que l'ambiguïté. Le message n'est pas totalement inexact, mais il n'est également pas exact.

Le message doit être véritablement trompeur. Se pose la question de savoir comment on apprécie ce caractère trompeur qui est de nature à induire par une publicité.

Ce critère est peu satisfaisant, ne serait-ce que parce que les messages publicitaires ne s'adressent pas toujours au public et que le degré de discernement est variable. On ne traite pas de la même façon le destinataire, s'il est un professionnel ou s'il s'agit d'un enfant

D'un autre côté ; l'élément intentionnel vise de savoir si l'annonce est de mauvaise foi. Il y a également délit, lorsque la loi prévoit en cas de faute d'imprudence, de négligence, ou de manquement à une obligation de prudence ou de sécurité prévue par la loi ou le règlement, s'il est établi que l'auteur des faits n'a pas accompli les diligences normales compte tenu, le cas échéant, de la nature de ses missions ou de ses fonctions, de ses compétences, ainsi que du pouvoir et des moyens dont il dispose.

On peut déduire la présence d'un délit d'imprudence qui permettrait à l'annonceur de fuir à toute sanction, s'il prouve avoir procédé les contrôles possibles, ce qui fait peser sur lui la charge de la preuve.

La variété des supports permettant de véhiculer un message trompeur est très grande. Le message peut être écrit : il est alors souvent affiché sur les journaux, il peut être visuel : il sera alors essentiellement diffusé à la télévision. Le message peut enfin être oral : il est alors émis à la radio.⁴⁸

2. La publicité comparative

« Le critique compare toujours. »

⁴⁸ Safae HTOUK, « la protection du consommateur contre l'excès de la publicité », revue marocaine de droit commercial et des affaires, n°3, 2015, p.25.

*L'incomparable lui échappe. »*⁴⁹

Comparaison n'est pas raison La méthode comparative est née aux Etats Unies⁵⁰ et a été importée par la suite en Europe, non sans frilosité tant des opérateurs économiques eux mêmes que des juristes.⁵¹ Sans aucun scepticisme, publicité et comparaison sont-elles antinomiques. La publicité est par essence subjective alors que la comparaison se veut au contraire objective. Le premier alinéa de l'article 22 de la loi 31-08 définit la publicité comparative comme toute publicité qui met en comparaison les caractéristiques ou les prix ou les tarifs des biens, produits ou services en utilisant soit la citation ou la représentation de la marque de fabrique, de commerce ou de service d'autrui, soit la citation ou la représentation de la raison sociale ou de la dénomination sociale, du nom commercial ou de l'enseigne d'autrui. Cela veut dire que la publicité comparative est la publicité qui explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offertes par un concurrent, dans l'optique de persuader le consommateur que ses produits ou services sont les meilleurs qui sont offerts dans le marché. Elle profite à la fois au consommateur et aux professionnels concurrents, dans la mesure où le législateur a instauré des conditions assurant sa légitimité, à défaut, il sera considéré comme illégal, et par conséquent, fera l'objet d'une infraction soumise à la répression pénale, ces conditions susmentionnées se présentent comme suit :

- Que la comparaison soit sérieuse et loin de toute tromperie pouvant induire le consommateur en erreur, il s'agit ici du consommateur ordinaire, comme l'exhorte la Cour d'Appel de commerce de Casablanca à travers un arrêt : « c'est parce que le message publicitaire de l'étiquetage contient une confusion pour la cible des consommateurs quant aux matières de composition de l'huile et de ses caractéristiques , le consommateur procède donc à l'achat d'huile qui est censée être comme la marque AFIA ,en croyant que c'est une huile 100 % à base de maïs, alors qu'elle n'est qu'un mélange de maïs et de soja et ce dû à son induction en erreur à cause de l'affichage dans la publicité comparative le décision du maïs qui fait la particularité du produit d'huile d'AFIA »⁵².

- Qu'elle soit encore transparente et objective sans porter préjudice aux autres concurrents. Un arrêt de la même Cour est particulièrement éloquent : « Le fait de diffamation d'un produit d'un concurrent et de déclarer qu'il contient un taux excessif de saletés, s'oppose catégoriquement avec les principes de la concurrence loyale, et que la pourvoyante si elle avait droit de commercialiser son produit et de présenter en public ses caractéristiques, elle ne devait point dépasser les bornes de la concurrence loyale ou de discréditer directement ou indirectement le produit de son concurrent et de la ridiculiser en public ». Il importe également de préciser que la publicité est

⁴⁹ John COCTEAU, Le coq et l'arlequin.

⁵⁰ Sous l'égide de la Federal Trade Commission en 1972.

⁵¹ Linda ARCELIN-LECUYER, op.cit., p.161.

⁵² Arrêt n°3931/06 du tribunal de commerce de Casablanca du 20 mars 2006, publié dans la revue marocaine du droit économique, n°2, p.192.

prohibée lorsqu'elle est de nature à nuire le produit du concurrent, c'est ce qu'elle a affirmé la Cour d'Appel de commerce⁵³ dans l'affaire de la publicité d'huile de table HALA sur la chaîne 2M, de la société SAFIOLA à l'encontre de la société LESIEUR. Et après avoir pris connaissance de la plainte, enregistrée au secrétariat de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle en date du 10 mai 2005 sous le n° 438/0530,⁵⁴ dans laquelle l'Association professionnelle des fabricants d'huile du Maroc fait grief à la campagne publicitaire concernant l'huile de marque « Hala », propriété de la société SAVOLA Maroc, de constituer, d'une part, une publicité interdite, en application des dispositions de l'article 2 alinéa 3 de la loi n° 77-03 relative à la Communication Audiovisuelle et, d'autre part, une publicité mensongère de nature à induire les consommateurs en erreur, en application des dispositions de l'article 68 de la même loi » .

- Il faut que la publicité comparative porte sur les biens et les services de même nature et disponibles sur le marché, ce qui est de nature à élargir les termes de la comparaison au-delà des biens ou services de même nature ou identiques⁵⁵ .

Il nous est utile de souligner que le législateur a consacré à la publicité dans en matière financière de prêt, à côté des dispositions réglementaires sus mentionnées, des dispositions particulières, relatives aux crédits à la consommation, crédits immobiliers les crédits gratuits⁵⁶ Les banques et les sociétés de financement n'ont plus la liberté qu'ils avaient auparavant. La publicité portant sur les crédits qui tombent sous le coup de la loi sur la protection du consommateur est strictement encadrée. Selon cette loi, la publicité relative aux crédits à la consommation et au crédit immobilier doit être « informative et honnête ».

3. Des modalités de répression

La constatation des infractions relatives à la publicité trompeuse peut être effectuée dans les conditions du droit commun par tous les officiers et tous les agents de la police judiciaire, les agents de l'autorité de concurrence au moyen de procès-verbaux.

Ces agents peuvent exiger de l'annonceur ou professionnel, la mise à leur disposition de tous les éléments propres à justifier les allégations indications ou présentations publicitaires. Ils peuvent également exiger de l'annonceur, de l'agence de publicité la mise à leur disposition des messages publicitaires diffusés.

L'action est engagée souvent devant le tribunal pénal, puisque la publicité trompeuse est constitutive d'un délit, le tribunal est celui du lieu de la constatation de l'infraction. La question à poser est de savoir si l'infraction est unique ou si elle se renouvelle avec chaque nouvelle diffusion de la publicité, pour la jurisprudence

⁵³ قرار عدد 2083/2007، الصادر بتاريخ 10 ابريل 2007، منشور بالمجلة المغربية للقانون الاقتصادي، العدد 2 ص. 173، انظر مقال 29 ايت احمد الثاني، صفحة 196 حسي، الضوابط القانونية لحماية المستهلك في مجال الاشهار مجلة العلوم القانونية، العدد

⁵⁴ www.haca.ma/fr/d%C3%A9cision-du-csca-n%C2%B0-10-05

⁵⁵ Travaux de l'association Henry Capitant des amis de la culture juridique française, Le consommateur, T. L. V. II, éd. BRUYANT et LB2V, 2017, p.164

⁵⁶ 112مجلة طنجيس للقانون والاقتصاد، صفحة نرجس البكوري، حماية المستهلك من الشهار المضلل عل ضوء قانون 08/31،

française, « le délit de publicité de nature à induire en erreur, même s'il se manifeste lors de chaque communication au public d'une publicité, constitue une infraction unique, qui ne peut être poursuivie et sanctionnée qu'une seule fois, dès l'instant où il s'agit d'allégations identiques, contenues dans le même message publicitaire et diffusées simultanément »⁵⁷.

Deux peines sont à mentionnées : une peine principale et une peine accessoire.

Concernant la première, la publicité de nature à induire en erreur est sanctionnée par l'article 174 de la loi 31-08 les infractions dispositions des articles 21 et 22 sont punies d'une amende de 50 000 à 250 000Dh, le maximum de l'amende prévue par cet article peut être porté à la moitié des dépenses de la publicité constituant le délit.

Si le contrevenant est une personne morale, il sera puni d'une amende de 50 000 à 1 000 000 Dh.

Pour l'application des dispositions de cet article, la juridiction peut demander tant aux parties qu'à l'annonceur la communication de tous documents utiles. En cas de refus, elle peut ordonner la saisie de ces documents ou toute mesure d'instruction appropriée.

Elle peut en outre prononcer une astreinte de 10 000 Dh par jour de retard à compter de la date qu'elle a retenue pour la production de documents».

« Des peines accessoires sont prévues, certaines sont obligatoires, il en est ainsi de la publication du jugement, d'autres sont facultatives, comme la diffusion d'annonces rectificatives. Le jugement fixe les termes de ces annonces et les modalités de leur diffusion et imparti au condamné un délai pour y faire procéder »⁵⁸.

Au préalable et sans attendre une décision définitive, la cessation de la publicité peut être ordonné par le juge d'instruction ou par le tribunal saisi es poursuites, ils ont la faculté d'agir d'office. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours, la mesure cesse d'avoir effet de décision de non-lieu ou de relaxe. La cessation de la publicité peut être ordonnée par une juridiction civile sur la demande des certaines associations de consommateurs.

L'annonceur pour le compte duquel la publicité est diffusée est responsable à titre principal, de l'infraction commise. Normalement il s'agit du dirigeant de l'entreprise car il est réputé donner des instructions pour la publication du message publicitaire. Il a la possibilité de s'en exonérer en démontrant l'existence d'une délégation de pouvoirs à un préposé pourvu de la compétence et de l'autorité nécessaire. Les autres personnes qui sont intervenues pour la publicité pourraient être

Poursuivies en application des règles du droit commun comme coauteur ou comme complice. Si le contrevenant est une personne morale, la responsabilité incombe à ses dirigeants.

⁵⁷ Bouaddi Imane, *Attitude du consommateur marocain face à la communication environnementale*, ouvrage collectif dirigé par Boutti Agadir : Université Ibn Zohr, 2015

⁵⁸ Safae HTOUK, p.29._

Bibliographie :

- Benthami Asmae, « Le surendettement du consommateur face à la responsabilité des sociétés de Crédit à la consommation », *Revue marocaine de recherche en management et marketing*, n°11,2015.
- G. TEDESCHI et A. W. HECHT, « Les contrats d'adhésion en tant que problèmes de législation. Propositions d'une commission israélienne », in *Revue internationale de droit comparé*, vol. 12, n°3, juillet septembre 1960.
- Linda ARCELIN-LECUYER, *Droit de la publicité*, 2011.
- Nadjiba BADI-BOUKEMIDJA, « L'obligation d'information du consommateur », *revue algérienne des sciences juridiques économiques et politiques*, n°2, Juin 2015.
- Paul OURLIAC, Le passé du « consumérisme », *Annales de l'université de Toulouse*, 1979
- RHALIB My Mohamed Lahbib, « *l'effectivité de la protection du consommateur en droit marocain : entre performances et nouveautés* », *revue du droit marocain*, décembre 2017.
- Safae HTOUK, « La protection du consommateur contre l'excès de la publicité », *revue marocaine du droit commercial et droit des affaires*.
- Sahrane Lamyae, « Lecture de la loi 31-08 sur la protection du consommateur : apports et insuffisances », Rabat, 2014.
- V. GAVALDA, Le crédit gratuit, D. 1979. 277. ROUBACH, Du crédit gratuit au crédit total en passant par la publicité mensongère, *Gaz. Pal.* 1979.
- YVAN AUGUET, *droit de la consommation*, édition de 2008.

www.droitentreprise.com/القضاء-وحماية-المستهلك-من-خلال-القرار

احمد بوصوف، الضوابط القانونية للإعلانات التجارية، الطبعة الأولى 2015،
نرجس البكوري، حماية المستهلك من الشهار المضلل عل ضوء قانون 08/31، مجلة طنجيس للقانون والاقتصاد.

ملف رقم 2012/6/283 الصادر في تاريخ 17/12/2012 محكمة الاستئناف التجارية بمراكش.
القرار عدد 366، الصادر بتاريخ 19 يونيو 2014 في الملف التجاري عدد 2014/3/520، انظر : قرار رقم 1678 بتاريخ 2015/10/1 ملف عدد 245-5-2014 الصادر عن محكمة الاستئناف التجاري فاس، صفحة رقم 161.