

# SOMMAIRE

TABLE DES MATIERES .....	IX
BIBLIOGRAPHIE.....	XIX
Liste des abréviations .....	XLIV
TABLE DES PRINCIPALES LEGISLATIONS COMMUNAUTAIRES.....	XLVII
TABLE CHRONOLOGIQUE DES ARRETS DE LA COUR DE JUSTICE DES COMMUNAUTES EUROPEENNES.....	LI
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I PROBLEMATIQUE ET JUSTIFICATION DE L'INFORMATION .....	5
A. Cadre général.....	5
B. L'information des consommateurs comme condition d'une concurrence efficace .....	7
C. Le rôle de l'information en analyse économique du droit .....	13
D. L'approche du droit de la consommation et sa réponse aux préoccupations économiques .....	30
E. Conclusion.....	33
CHAPITRE II LE DROIT COMMUNAUTAIRE .....	36
A. L'information des consommateurs comme objectif d'une politique communautaire de protection des consommateurs .....	36
B. L'information dans les domaines harmonisés .....	72
C. L'obligation d'information en l'absence de règles d'harmonisation.....	201
CHAPITRE III LE DROIT SUISSE .....	247
A. L'approche suisse en matière d'information des consommateurs.....	247
B. L'information dans l'approche préventive : la protection de la santé et de la sécurité des consommateurs.....	250
C. L'information dans l'approche compensatoire : la responsabilité du fait des produits.....	266

D.	La loyauté des comportements sur le marché : l'obligation négative d'information ou l'interdiction de la tromperie .....	279
E.	La transparence du marché ou l'obligation positive d'information .....	295

## CHAPITRE IV

## LES SANCTIONS EN CAS DE VIOLATION DE L'OBLIGATION D'INFORMATION .....

354

A.	Identification des différentes formes de violation d'obligation d'information .....	354
B.	L'approche communautaire en matière de sanctions en cas de violation d'obligation d'information .....	355
C.	Les sanctions en droit suisse .....	390

## CHAPITRE V

## LE DESTINATAIRE DE L'INFORMATION :

## L'IMAGE D'UN CONSOMMATEUR INFORME .....

424

A.	L'image du consommateur ( <i>Verbraucherleitbild</i> ) : la délimitation de la notion .....	424
B.	La notion de consommateur informé dans la jurisprudence de la Cour de Justice .....	426
C.	La notion de consommateur informé dans le droit communautaire harmonisé .....	455
D.	L'approche suisse .....	463
E.	L'image d'un consommateur informé : une protection adéquate pour le consommateur ? .....	466
F.	Conclusion .....	481

## CHAPITRE VI

## LES LIMITES DE L'INFORMATION .....

483

A.	Les limites de l'information face à la protection de la santé .....	483
B.	Les limites de l'information face à la protection des intérêts économiques du consommateur .....	498
C.	Les limites inhérentes au consommateur .....	500
D.	Conclusion .....	510

## CONCLUSION .....

513

# TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE I	
PROBLEMATIQUE ET JUSTIFICATION DE L'INFORMATION .....	5
A. Cadre général.....	5
B. L'information des consommateurs comme condition d'une concurrence efficace .....	7
1. La notion de concurrence.....	8
2. Le rôle du marché .....	8
3. La transparence du marché comme condition d'une concurrence parfaite	10
4. L'importance de l'information et la nécessité d'informer le consommateur .....	11
C. Le rôle de l'information en analyse économique du droit .....	13
1. La théorie du choix rationnel.....	13
2. L'information optimale du consommateur .....	14
3. Les dysfonctionnements du marché liés à l'information.....	16
a. L'information comme bien public .....	17
b. L'asymétrie d'information et ses conséquences dans la théorie économique .....	19
aa. L'antisélection (adverse selection).....	20
bb. Le risque moral (moral hazard) .....	22
cc. Les remèdes proposés .....	23
c. La gestion de l'information par les individus et sa prise en compte en sciences économiques comportementales (behavioural economics).....	28
D. L'approche du droit de la consommation et sa réponse aux préoccupations économiques .....	30
E. Conclusion.....	33
CHAPITRE II	
LE DROIT COMMUNAUTAIRE .....	36
A. L'information des consommateurs comme objectif d'une politique communautaire de protection des consommateurs .....	36
1. La politique de protection des consommateurs sous le traité de Rome .....	36
a. L'harmonisation des législations nationales .....	38
aa. L'harmonisation positive .....	38
bb. L'harmonisation négative.....	41
b. Les programmes et résolutions communautaires.....	44
2. La politique de protection des consommateurs sous l'Acte Unique européen.....	46
a. L'harmonisation des législations nationales .....	48
aa. L'harmonisation positive .....	48
bb. L'harmonisation négative.....	50
b. Les programmes et résolutions communautaires et la consécration de la « nouvelle approche ».....	51
c. L'apport de la « nouvelle approche ».....	53

3.	La politique de protection des consommateurs sous le traité de Maastricht.....	54
a.	Le système communautaire d'attribution des compétences et le principe de subsidiarité .....	56
b.	L'harmonisation des législations nationales .....	60
c.	Les programmes et résolutions communautaires.....	62
4.	La politique de protection des consommateurs sous le traité d'Amsterdam .....	63
a.	L'harmonisation des législations nationales .....	67
b.	Les programmes et résolutions communautaires.....	69
5.	Conclusion.....	70
B.	L'information dans les domaines harmonisés .....	72
1.	Généralités.....	72
2.	L'information dans l'approche préventive : la protection de la santé et de la sécurité des consommateurs .....	73
a.	Remarques générales.....	73
b.	L'approche horizontale : la directive 2001/95/CE relative à la sécurité générale des produits .....	75
aa.	L'obligation d'information sur les risques et dangers en vue de la commercialisation du produit .....	76
bb.	L'obligation d'information après la commercialisation du produit .....	79
c.	L'approche sectorielle.....	82
aa.	La directive 88/378/CEE relative à la sécurité des jouets .....	84
bb.	La fonction du marquage « CE » .....	85
cc.	La directive 2001/83/CE instituant un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain .....	87
d.	Conclusion.....	89
3.	L'information dans l'approche compensatoire : la directive 85/374/CEE en matière de responsabilité du fait des produits défectueux .....	90
a.	Remarques générales.....	90
b.	Le défaut d'instruction .....	91
c.	L'influence de l'information sur l'attente légitime du public .....	92
d.	Les limites temporelles aux attentes légitimes du public .....	95
e.	Le contenu de l'information .....	98
f.	La limitation de la responsabilité par l'information.....	101
g.	Conclusion.....	102
4.	La loyauté des comportements sur le marché : l'obligation négative d'information ou l'interdiction de la tromperie.....	103
a.	L'interdiction de la tromperie dans la publicité .....	105
aa.	L'interdiction de la publicité trompeuse : la directive 84/450/CEE .....	106
bb.	L'interdiction de la publicité trompeuse : les réglementations sectorielles.....	111
cc.	La publicité comparative .....	113
b.	L'interdiction des indications trompeuses .....	114
c.	La proposition de directive sur les pratiques commerciales déloyales.....	115
d.	Conclusion.....	118

5.	La transparence du marché ou l'obligation positive d'information .....	119
a.	Remarques générales .....	119
b.	Les exigences positives d'information dans la publicité .....	121
aa.	La publicité comparative .....	121
bb.	La publicité télévisée .....	122
cc.	L'indication des prix dans la publicité .....	122
dd.	Les virements transfrontaliers .....	123
ee.	Le crédit à la consommation .....	124
ff.	L'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers .....	125
gg.	Le commerce électronique .....	126
hh.	Les garanties .....	127
ii.	Les voyages à forfait .....	128
jj.	La proposition de directive sur les pratiques commerciales déloyales .....	129
kk.	La proposition de règlement sur les promotions de vente .....	131
c.	L'information sur les caractéristiques des biens et des services .....	133
aa.	L'étiquetage des denrées alimentaires .....	134
bb.	Les exigences supplémentaires en matière d'étiquetage des denrées alimentaires .....	135
cc.	Les prescriptions de sécurité .....	138
d.	L'indication des prix .....	138
e.	L'information précontractuelle .....	140
aa.	L'approche du droit de la consommation et du droit des contrats .....	141
bb.	Le démarchage à domicile .....	143
cc.	Les virements transfrontaliers .....	144
dd.	Le crédit à la consommation .....	144
ee.	Les voyages à forfait .....	146
ff.	L'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel d'un bien immobilier .....	147
gg.	Les contrats négociés à distance .....	148
hh.	La commercialisation à distance de services financiers .....	151
ii.	Le commerce électronique .....	153
jj.	Les garanties .....	155
kk.	Le rôle informatif des conditions contractuelles : l'obligation d'information précontractuelle découlant du principe de transparence et l'approche sectorielle .....	157
f.	La réglementation du contenu du contrat .....	160
aa.	L'approche du droit de la consommation et du droit des contrats .....	162
bb.	Les voyages à forfait .....	164
cc.	L'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers .....	165
dd.	Les garanties .....	166
ee.	Le crédit à la consommation .....	167
ff.	Les paiements électroniques .....	168
gg.	Les contrats négociés à distance .....	169
hh.	La commercialisation à distance des services financiers .....	169
ii.	Le commerce électronique .....	170

jj.	L'approche horizontale : le contrôle de la loyauté et de la transparence des clauses contractuelles.....	170
g.	L'information postcontractuelle.....	175
aa.	La vérification de la transaction.....	176
bb.	La conclusion de contrats à exécution immédiate.....	177
cc.	La confirmation des informations préalables ou la diffusion d'informations complémentaires.....	178
dd.	La modification des conditions.....	179
h.	Le droit de rétractation.....	180
aa.	La garantie d'un consentement éclairé et réfléchi.....	182
bb.	La garantie d'un consentement libre et réfléchi.....	184
i.	La problématique de l'emploi des langues.....	186
aa.	Le droit harmonisé.....	187
bb.	Les réponses apportées par la jurisprudence communautaire.....	188
cc.	La nécessité d'une approche cohérente et simplifiée.....	194
j.	L'information sur les moyens d'accès à la justice.....	196
k.	Conclusion.....	198
C.	L'obligation d'information en l'absence de règles d'harmonisation.....	201
1.	Généralités.....	201
2.	La libre circulation des marchandises.....	203
a.	Les principes prévus par le traité : les articles 28 et 30 CE.....	203
b.	Les principes consacrés par la jurisprudence « Cassis de Dijon ».....	205
aa.	Le principe de la reconnaissance mutuelle.....	205
bb.	La reconnaissance d'exigences impératives et l'application du principe de proportionnalité.....	206
c.	Le libre choix du consommateur comme objectif de l'application de la jurisprudence « Cassis de Dijon ».....	208
aa.	Les obligations positives d'information sur la composition des denrées alimentaires.....	210
bb.	La valeur informative du conditionnement des produits.....	212
cc.	Les signes distinctifs comme source d'information.....	213
dd.	La valeur informative des dénominations génériques.....	214
ee.	Les indications d'origine comme source d'information.....	217
d.	Bilan intermédiaire.....	219
e.	Les pratiques commerciales au regard de la jurisprudence « Cassis de Dijon » : la protection du libre choix du consommateur.....	220
aa.	Les décisions privilégiant l'accès à l'information et le libre choix des consommateurs.....	221
bb.	Les décisions protégeant les consommateurs contre des pratiques commerciales déloyales.....	224
cc.	Bilan intermédiaire.....	225
f.	Les pratiques commerciales au regard de la jurisprudence Keck et Mithouard.....	226
aa.	Les principes de l'arrêt Keck et Mithouard et les questions posées par cette jurisprudence.....	227
bb.	L'évolution progressive de la jurisprudence de la Cour de Justice dans les arrêts ultérieurs et le réajustement des principes de la jurisprudence Keck et Mithouard.....	232

cc. Conclusion intermédiaire .....	234
3. La libre prestation de services .....	237
a. Généralités.....	237
b. L'applicabilité de la jurisprudence Keck au domaine des services.....	239
c. L'information et la libre prestation de services.....	241
4. Conclusion.....	243

### CHAPITRE III

LE DROIT SUISSE .....	247
A. L'approche suisse en matière d'information des consommateurs.....	247
B. L'information dans l'approche préventive : la protection de la santé et de la sécurité des consommateurs .....	250
1. Remarques générales.....	250
2. L'information sur les risques et dangers en vue de la commercialisation du produit .....	254
a. La loi fédérale sur la sécurité d'installations et d'appareils techniques (LSIT).....	255
b. La loi fédérale sur les denrées alimentaires et les objets usuels (LDAI).....	256
c. L'ordonnance sur la sécurité des jouets (OSJo).....	257
d. La loi sur les produits thérapeutiques (LPT <sub>h</sub> ) .....	259
3. L'obligation d'information après la commercialisation du produit .....	261
4. Conclusion.....	264
C. L'information dans l'approche compensatoire : la responsabilité du fait des produits.....	266
1. La responsabilité du fait des produits dans le Code des obligations .....	266
a. L'article 41 CO .....	267
b. L'article 55 CO .....	269
c. L'obligation de suivi et d'information après la commercialisation .....	271
2. La loi fédérale sur la responsabilité du fait des produits (LRFP).....	272
a. Le défaut d'instruction .....	273
b. L'influence de l'information sur l'attente légitime .....	274
c. Les limites temporelles aux attentes légitimes du public.....	274
d. Le contenu de l'information .....	275
e. La limitation de la responsabilité par l'information.....	276
3. Conclusion.....	276
D. La loyauté des comportements sur le marché : l'obligation négative d'information ou l'interdiction de la tromperie.....	279
1. La loi fédérale contre la concurrence déloyale du 19 décembre 1986 (LCD).....	280
a. L'interdiction de la tromperie au regard de la clause générale .....	281
b. L'interdiction de la tromperie sur les tiers ou sur soi-même .....	282
c. L'interdiction de la tromperie dans la publicité .....	283
aa. L'interdiction de la publicité trompeuse .....	283
bb. La publicité comparative et les tests comparatifs.....	285
d. L'interdiction de l'usage de méthodes de vente agressives .....	287
e. L'interdiction de la tromperie sur les prix.....	288
f. L'interdiction de la tromperie sur l'offre .....	290

2.	La garantie de la loyauté dans les législations sectorielles : les denrées alimentaires et les produits thérapeutiques .....	291
3.	La garantie de la loyauté en droit des contrats .....	292
a.	L'interdiction de la tromperie découlant du principe de la bonne foi	292
b.	L'interdiction du dol .....	293
4.	Conclusion .....	295
E.	La transparence du marché ou l'obligation positive d'information .....	295
1.	La loi fédérale sur l'information des consommatrices et des consommateurs du 5 octobre 1990 (LIC) et l'avant-projet de loi fédérale sur l'information et la protection des consommatrices et des consommateurs (LIPC) .....	298
2.	Les exigences positives d'information dans la publicité .....	301
a.	Les exigences positives d'information dans la LCD .....	301
b.	Les denrées alimentaires .....	303
c.	Les voyages à forfait .....	304
d.	Le droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers .....	305
e.	Les garanties en raison des défauts de la chose .....	306
3.	L'information sur les caractéristiques des biens et services .....	307
a.	L'étiquetage des denrées alimentaires .....	307
b.	Les exigences supplémentaires en matière d'étiquetage des denrées alimentaires .....	308
4.	L'indication des prix .....	309
5.	L'information précontractuelle .....	310
a.	L'obligation positive d'information précontractuelle découlant des règles de la bonne foi .....	311
b.	Le rôle de l'information face à la problématique des conditions générales .....	313
aa.	Les obligations d'information liées à l'incorporation des conditions générales .....	314
bb.	L'information relative aux clauses insolites .....	316
cc.	L'interprétation des conditions générales et l'information .....	317
dd.	Bilan intermédiaire .....	318
c.	L'information précontractuelle dans les législations sectorielles .....	319
aa.	Les voyages à forfait .....	319
bb.	Le démarchage .....	320
cc.	La vente à distance et le commerce électronique .....	321
dd.	Les droits d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers .....	325
ee.	Les garanties en raison des défauts de la chose .....	327
d.	La remise des conditions générales .....	328
6.	La réglementation du contenu du contrat .....	330
a.	L'approche verticale : la prédétermination du contenu du contrat ...	331
aa.	Le crédit à la consommation .....	332
bb.	Les voyages à forfait .....	333
cc.	Les droits d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers .....	334
b.	L'approche horizontale : le contrôle de la loyauté et de la transparence des clauses contractuelles .....	334
aa.	Le contrôle concret du contenu des conditions générales par le droit des contrats .....	335
bb.	L'obligation de transparence au regard de l'article 8 LCD .....	337

c.	Bilan intermédiaire.....	340
7.	Le droit de repentir .....	342
a.	La garantie d'un consentement éclairé et réfléchi .....	343
b.	La garantie d'un consentement libre et réfléchi.....	344
c.	Bilan intermédiaire.....	347
8.	L'emploi des langues.....	348
9.	L'information sur les moyens d'accès à la justice.....	349
10.	Conclusion.....	350

## CHAPITRE IV

### LES SANCTIONS EN CAS DE VIOLATION DE L'OBLIGATION

D'INFORMATION .....	354	
A.	Identification des différentes formes de violation d'obligations d'information .....	354
B.	L'approche communautaire en matière de sanctions en cas de violation d'obligations d'information.....	355
1.	L'exigence de sanctions efficaces, proportionnelles et dissuasives.....	356
2.	Les sanctions réprimant les violations de l'obligation d'information dans l'approche préventive.....	358
3.	Les sanctions réprimant les violations de l'obligation d'information dans l'approche compensatoire.....	360
4.	Les sanctions réprimant la tromperie.....	361
a.	En matière de publicité trompeuse.....	362
b.	En matière de publicité télévisée .....	363
c.	En matière de publicité relative aux médicaments .....	364
d.	Les sanctions proposées contre les pratiques commerciales déloyales.....	365
e.	Les sanctions à l'encontre d'indications trompeuses.....	367
f.	L'effet contractuel comme sanction de déclarations trompeuses.....	367
aa.	En matière de voyages à forfait .....	367
bb.	En matière de garanties.....	368
cc.	En matière d'acquisition de droits d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers.....	369
5.	Les sanctions réprimant les violations d'obligations positives d'information.....	369
a.	Les denrées alimentaires.....	369
b.	L'indication des prix.....	370
c.	Le démarchage à domicile .....	370
d.	Les virements transfrontaliers.....	371
e.	Les voyages à forfait .....	371
f.	L'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers .....	372
g.	Les contrats conclus à distance.....	374
h.	La commercialisation à distance des services financiers .....	376
i.	Le commerce électronique .....	377
j.	Le crédit à la consommation.....	378
k.	Les garanties .....	379
l.	Les sanctions en cas de non transparence des clauses préformulées ..	380

6.	Le renforcement de l'efficacité des actions collectives transfrontières par la directive 98/27/CE.....	384
7.	Conclusion.....	387
C.	Les sanctions en droit suisse.....	390
1.	Les sanctions réprimant les violations de l'obligation d'information dans l'approche préventive .....	390
2.	Les sanctions réprimant les violations de l'obligation d'information dans l'approche compensatoire .....	393
3.	Les sanctions réprimant la tromperie.....	394
a.	Les sanctions civiles de la LCD .....	394
b.	Les sanctions pénales de la LCD.....	396
c.	Les sanctions réprimant la tromperie dans les législations sectorielles : les denrées alimentaires et les produits thérapeutiques .....	397
d.	Les sanctions du droit des contrats.....	398
aa.	La culpa in contrahendo .....	398
bb.	Les règles relatives aux vices du consentement .....	399
cc.	Les règles relatives aux garanties du vendeur en raison des défauts .....	400
e.	Les sanctions spécifiques relatives aux contrats de consommation.....	401
aa.	L'effet contractuel .....	401
bb.	Le droit de rétractation.....	402
f.	Les réformes envisageables .....	402
4.	Les sanctions réprimant les violations d'obligations positives d'information.....	403
a.	Les sanctions prévues par la LIC et la nécessité d'une révision de la loi .....	403
b.	Les sanctions de la LCD réprimant les violations d'obligations positives d'information.....	405
c.	Les sanctions en matière de denrées alimentaires.....	406
d.	Les sanctions du droit des contrats.....	406
aa.	La culpa in contrahendo .....	406
bb.	Les règles relatives aux vices du consentement .....	406
cc.	La non incorporation des conditions générales et des clauses insolites.....	407
dd.	L'interprétation contra stipulatorem.....	407
ee.	La nullité du contrat .....	408
e.	Les sanctions liées aux contrats de consommation .....	410
aa.	Les sanctions applicables en matière de voyages à forfait.....	410
bb.	Les sanctions applicables en matière de crédit à la consommation.....	414
cc.	Les sanctions applicables en matière de démarchage à domicile .....	416
dd.	Les sanctions applicables en matière de commerce électronique et de contrats conclus à distance.....	417
ee.	Les sanctions applicables en matière d'acquisition de droits d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers.....	418
5.	Conclusion.....	420

## CHAPITRE V

LE DESTINATAIRE DE L'INFORMATION : L'IMAGE D'UN CONSOMMATEUR INFORME .....	424
A. L'image du consommateur ( <i>Verbraucherleitbild</i> ) : la délimitation de la notion.....	424
B. La notion de consommateur informé dans la jurisprudence de la Cour de Justice.....	426
1. Les caractéristiques de la notion .....	427
a. Cassis de Dijon : les prémisses d'un consommateur informé.....	427
b. La reconnaissance progressive d'un consommateur actif et dynamique .....	428
c. Acheteur et consommateur : le consommateur final comme référence.....	431
d. L'existence d'une attente légitime du consommateur moyen comme condition nécessaire à sa protection .....	432
e. La reconnaissance d'un véritable droit à l'information.....	433
f. La notion de consommateur informé et raisonnablement avisé .....	434
g. Une notion s'imposant au juge national .....	440
2. Une notion à géométrie variable : la prise en compte des particularités nationales.....	442
a. La prise en compte des particularités nationales dans l'application du principe de proportionnalité .....	442
b. La prise en compte de la diversité linguistique communautaire .....	444
3. Les limites de la notion.....	449
a. L'inefficacité de l'information : la nécessité de protéger les consommateurs particulièrement vulnérables.....	449
b. Un consommateur informé, jusqu'à quel point ? .....	451
aa. Le consommateur informé n'est pas un expert : l'exclusion des extrêmes .....	451
bb. La nécessité de préserver la transparence du marché .....	453
C. La notion de consommateur informé dans le droit communautaire harmonisé.....	455
1. La reconnaissance d'un consommateur informé .....	456
2. La reconnaissance des limites de la notion et le besoin de critères de différenciation.....	458
D. L'approche suisse .....	463
E. L'image d'un consommateur informé : une protection adéquate pour le consommateur ? .....	466
1. Le consommateur informé : un affaiblissement de la protection des consommateurs dans un objectif de réalisation du marché intérieur ? .....	468
2. Le consommateur informé : une image normative utopique ?.....	471
3. Le consommateur informé : l'apanage d'une élite ? .....	475
4. Le consommateur informé face aux exigences linguistiques : approche critique.....	479
F. Conclusion.....	481

## CHAPITRE VI

LES LIMITES DE L'INFORMATION .....	483
A. Les limites de l'information face à la protection de la santé .....	483
1. L'insuffisance de la protection par l'information justifiant des restrictions à la commercialisation .....	484
a. L'approche communautaire .....	484
aa. La reconnaissance par la Cour de Justice des limites de la protection par l'information .....	485
bb. Le principe de précaution face à la protection par l'information ...	487
cc. Les limites reconnues par le droit communautaire harmonisé .....	490
b. L'approche suisse.....	491
2. Les restrictions à l'information justifiées par l'objectif de protection de la santé .....	492
a. L'approche communautaire .....	492
aa. Les restrictions à l'information reconnues comme justifiées par la Cour de Justice .....	493
bb. Les restrictions à l'information consacrées par le droit communautaire harmonisé.....	495
b. L'approche suisse.....	495
3. Conclusion.....	496
B. Les limites de l'information face à la protection des intérêts économiques du consommateur .....	498
C. Les limites inhérentes au consommateur .....	500
1. Irrationalité du consommateur ou rationalité limitée ? .....	501
2. L'incapacité du consommateur à rechercher et à traiter l'information .....	505
D. Conclusion.....	510
CONCLUSION.....	513
Résumé .....	523