TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos

Laurence Bich-Carrière, Gabriel-Arnaud Berthold et Yannick Labelle IX

Allocution d'ouverture

Pierre-Claude Lafond 1

La présomption absolue de préjudice : développements en action collective depuis *Fortin* c. *Mazda*

Matthew Angelus, Alexandra Hebert et Simon-Alexandre Poitras 5

La dimension sexuée du droit de la consommation et la segmentation des marchés : la taxe rose

Marie-Eve Arbour 29

Aux marges de la société de consommation : l'exclusion, le *redlining* et la discrimination

Alexandra Bahary-Dionne 45

Droit des représentations environnementales et écoblanchiment : au-delà des règles sur la publicité trompeuse

Julien O. Beaulieu 71

Le droit à l'information du consommateur en matière environnementale : constats, limites et perspectives

Gabriel-Arnaud Berthold et Marie-Claude Desjardins . . . 105

La présomption absolue de préjudice : le triomphe de la polysémie

Daniel Gardner 127

Allégations « artificielles », responsabilité civile et droit d'auteur : entre défis et opportunités

Caroline Jonnaert et Thomas Chagnon 149

Les destinataires de la représentation : les consommateurs

Marc Lacoursière 177

Les représentations commerciales : séduction, information et décision – Influenceurs : cas limite ?

Clarisse N'Kaa 205

Publicité abusive : un outil pour le combat contre le greenwashing et les stéréotypes antiécologiques en Amérique Latine

Gonzalo Sozzo 229

Le commerçant au Québec, un visage entre hier et demain

Ivan Tchotourian et Laurie Vigneault 273

Conférence de clôture

Le droit en tant que représentation collective

Catherine Valcke 323