

SEMESTRE 4 – DROIT COMMERCIAL

Fiche 5 : Droit de la consommation

1) Les acteurs du droit de la consommation

La dissolution est la décision des **associés** ou du **juge**, par laquelle il est mis fin à la société (la dissolution entraînant la liquidation).

A) Le consommateur

La notion de **consommateur** est depuis longtemps utilisée dans les textes qui constituent le droit de la consommation, mais sa **définition légale** est **récente**. Le droit de la consommation vise la relation entre un consommateur et un professionnel.

Avant qu'il n'y ait une définition légale de la notion de consommateur, **deux conceptions** s'opposaient. La première conception définissait les consommateurs comme les personnes physiques ou morales, qui se procurent des biens ou services, pour un usage non professionnel. La deuxième conception est que le consommateur est toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité professionnelle. Dans cette deuxième conception, les personnes morales sont exclues.

La loi consommation du 17 mars 2014, dite **loi Hamon**, a mis fin au débat. Dans l'article 3 du Code de la consommation, on entend par consommateur : « **toute personne physique, qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole** ». C'est donc la définition restrictive (*la deuxième ici*), qui a été retenue, conformément au droit communautaire.

Remarque : *Le non-professionnel, dans la loi du 21 février 2017, désigne toute personne morale qui n'agit pas à des fins professionnelles.*

B) Définition du professionnel

Le **professionnel**, par opposition au consommateur, est une personne qui dispose de connaissances et de compétences particulières. Dans le Code de la consommation, le professionnel est « **toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale, ou agricole** ».

C) Les associations de défense des consommateurs

Rappel : *Le droit de consommation a deux objectifs, qui sont de protéger la partie la plus faible du contrat de consommation (le consommateur) et de réguler le marché (voir Fiches précédentes).*

Ce droit de la consommation est assez récent, et a été nourri par les **associations de défense des consommateurs**, qui ont joué un rôle dans la constitution de ce droit.

1. Les différents rôles joués par ces associations de consommateurs

Son premier rôle est de **communiquer** des informations aux consommateurs (via des brochures, des sites Internet...).

Son deuxième rôle est de participer au **développement du droit** à la consommation.

Exemple : Ces associations représentent les consommateurs auprès d'institutions, comme la Commission des clauses abusives, ou encore la Commission de la sécurité des consommateurs.

Enfin, elles interviennent dans un troisième rôle qui est la **protection** des consommateurs. Les associations qui ont reçu un agrément peuvent ainsi saisir le juge (notamment en se constituant parti civil dans un procès pénal), et mener des **actions de groupe**.

On retrouve entre autres l'association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs, la Confédération Syndicale des Familles, l'Union Fédérale des Consommateurs (UFC)...

La **DGCCRF** (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation, et de la Répression des Fraudes) est organisme national, mais qui a des ramifications locales. Ses missions consistent en deux points :

→ La **protection** des consommateurs.

Exemple : Règles d'étiquetage, rémission des falsifications et tromperie, publicités mensongères, faux rabais, abus de faiblesse...

→ La **sécurité** des consommateurs. La DGCCRF veille à la sécurité physique et à la santé des consommateurs pour tous les produits et services.

2) La protection du consommateur lors de la formation du contrat

L'**obligation d'information et de conseil** du consommateur trouve son origine dans le droit commun des obligations (*articles 1104, 1128, 1130 et 1602 du Code Civil*). Le droit de la consommation renforce cette obligation.

A) Dans les textes

Selon *l'article L111-1 du Code de la consommation*, les informations suivantes doivent être portées à la connaissance du consommateur :

→ Le **prix** du bien ou du service.

→ Les **caractéristiques essentielles** du bien ou du service.

→ La **date** ou le **délai** dans lequel le professionnel livrera le bien ou exécutera le service.

→ L'**identification** du professionnel.

B) Une information claire et compréhensible

1. Utilisation de la langue française

La désignation, l'offre, la présentation, le mode d'emploi ou encore les conditions de garantie doivent être rédigées en langue **française**. Ces dispositions s'appliquent également à toute publicité écrite, parlée ou audiovisuelle.

2. L'information ne doit pas être trompeuse

L'information doit être **loyale**, c'est-à-dire qu'il ne faut pas induire le cocontractant en erreur, par l'utilisation de signes risquant de tromper l'autre partie.

3. L'information doit être complète

Le professionnel doit informer le consommateur sur l'ensemble des éléments susceptibles d'influencer sa décision, notamment :

→ Les **éléments essentiels** du contrat.

Exemple : le vendeur professionnel d'une voiture d'occasion devra fournir des informations sur le kilométrage, l'année de la voiture, le prix, d'indiquer les éventuels accidents et changements de pièces du véhicule.

→ Les informations sur le **prix**, mais aussi le moyen de paiement.

→ Les **risques** encourus, en particulier les produits pour lesquels il pourrait y avoir un risque lors de l'emploi.

→ La disponibilité des **pièces détachées**, qui doit être donnée avant la conclusion du contrat, de manière lisible.

→ L'obligation de **conseil**, c'est-à-dire que le professionnel doit alerter le consommateur sur les conséquences du contrat qu'il va conclure, en particulier pour les crédits à la consommation.

C) La preuve

Selon *l'article L111-5 du Code de la consommation*, la charge de la preuve de l'information du consommateur pèse exclusivement sur le **professionnel**. La présence d'une clause type indiquant que ces informations ont été fournies est insuffisante.

D) La sanction du défaut d'information

L'obligation générale d'information fait avant tout appel aux **sanctions** générales du droit civil, ou du droit pénal (*ex : publicité trompeuse*). Cela permet au consommateur lésé d'obtenir la **nullité du contrat** et éventuellement la mise en jeu de la responsabilité civile du professionnel.

3) La protection du consommateur

A) Les clauses abusives

Le consommateur est la partie la plus **faible** dans un contrat de consommation. Le professionnel impose souvent ses conditions dans le cadre du contrat d'adhésion, et le consommateur n'est pas souvent en mesure de **négocier**, contrairement au contrat de gré à gré). Dans ce contrat d'adhésion, le professionnel peut donc être tenté d'insérer des clauses le favorisant, au détriment du consommateur.

Le législateur est intervenu pour rétablir un équilibre contractuel, d'où la notion de **clauses abusives**. *L'article L212-1 du Code de la consommation* indique que « dans les contrats conclus entre les professionnels et les consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet

ou pour effet de créer, au détriment du consommateur, un **déséquilibre significatif** entre les droits et obligations des parties au contrat ».

1. Les clauses présumées abusives

Les clauses **présumées** abusives sont appelées la « **liste grise** ». Ces clauses, définies par décrets, sont considérées abusives sauf si le professionnel apporte la **preuve** du caractère non abusif de cette clause.

Selon *l'article L212-5 du Code de la consommation*, voici quelques faits qui apparaissent sur la « liste grise » :

- Reconnaître au professionnel la faculté de résilier le contrat **sans préavis** d'une durée raisonnable.
- Imposer au consommateur qui n'exécute pas ses obligations une **indemnité** d'un montant manifestement disproportionné.

2. Les clauses forcément abusives

Les clauses **forcément** abusives sont sur la « **liste noire** » (il s'agit de clauses irréfragables, dont on ne peut donc pas apporter une preuve contraire). Elles sont définies par *l'article L212 du Code de la consommation*.

On retrouve notamment le fait de réserver au professionnel le droit de **modifier unilatéralement** les clauses du contrat relatives à la durée, aux caractéristiques, ou au prix du bien à livrer ou du service à rendre.

Si la clause est abusive, elle est réputée **non écrite**. Cependant, les autres clauses du contrat restent applicables.

B) Les garanties

Le consommateur dispose de trois types de garanties :

- La garantie **légale de conformité**
- La garantie **légale des vices cachés**
- La garantie **commerciale ou contractuelle**

1. La garantie légale de conformité

Cette garantie légale de conformité peut être utilisée pour tous les défauts de conformité existants déjà à la **date de livraison** du produit (*ex : défaut de couleur, de caractéristiques...*).

Le professionnel doit **obligatoirement** proposer cette garantie. Le consommateur a de son côté **2 ans** à compter de la vente du bien pour la mettre en œuvre.

Cette garantie est **gratuite**, et le consommateur a deux options : **réparation** ou **remplacement** du bien. Il n'est pas nécessaire d'apporter la preuve que le défaut existait lors de l'achat.

2. La garantie légale des vices cachés

Cette garantie est **obligatoirement** proposée par le professionnel. Le consommateur a **2 ans** pour la mettre en œuvre à partir de la **découverte** du défaut caché. Il faut néanmoins **prouver** l'existence du vice caché (contrairement à la garantie légale de conformité).

La première option pour le consommateur est de garder le produit et de demander une réduction du prix. L'autre option est de rendre le produit et de demander le remboursement.

3. La garantie commerciale ou contractuelle

Contrairement aux deux premières garanties qui étaient obligatoires et gratuites, la garantie commerciale ou contractuelle est **facultative** et **payante**, et elle est d'une durée variable, fixée dans le contrat. Le champ de la garantie est aussi défini dans le contrat, et les conditions de mise en œuvre y sont décrites. Cette garantie commerciale peut s'ajouter aux deux garanties obligatoires, mais ne les remplace pas.

4) Le contrat de crédit à la consommation

A) L'information précontractuelle au contrat de crédit à la consommation

1. L'obligation d'information réciproque

Avant de conclure le contrat de crédit, le prêteur va s'assurer de la **solvabilité** de l'emprunteur (sa capacité de remboursement). L'emprunteur va donc donner les informations essentielles sur sa solvabilité. Le prêteur peut par ailleurs consulter le **FICP** (Fichier National des Incidents de Paiements).

2. La fiche précontractuelle

L'article R-312 du Code de la consommation prévoit la **liste** des informations que le prêteur doit donner au futur emprunteur, afin que l'emprunteur puisse comparer plusieurs offres.

Le prêteur doit ainsi donner :

- Le type de crédit (personnel ou affecté)
- Le montant
- Les conditions de mise à disposition des fonds
- La durée du contrat
- La périodicité des échéances
- Le taux annuel effectif global (TAEG)
- L'existence du droit de rétractation
- Le délai minimal de réflexion
- Les conditions pour rembourser le crédit par anticipation...

Il y a aussi une obligation de **conseil précontractuel**, qui passe généralement par un **entretien** entre le prêteur et l'emprunteur. L'objectif est de montrer à l'emprunteur les conséquences de ces crédits sur sa situation financière, et d'éviter ainsi son surendettement.

B) Le délai de réflexion et de rétractation

La conclusion du contrat de crédit à la consommation déroge aux règles traditionnelles du Code civil par deux éléments :

- Le délai de **réflexion**
- Le délai de **rétractation** (si le crédit est contracté)

1. Le délai de réflexion

L'offre de crédit peut ne pas être acceptée immédiatement par le futur emprunteur, qui dispose d'un délai de réflexion, pendant lequel le professionnel ne peut retirer son offre. Ce délai est de **15 jours**, à partir du moment de l'offre de crédit.

2. Le délai de rétractation

Le droit de rétractation, également appelé **droit de repentir**, est la faculté donnée au consommateur de revenir sur le consentement qu'il a valablement exprimé.

La **loi Hamon** du 17 mars 2014 a fait passer ce délai de 7 à **14 jours** (à partir du jour de l'acceptation du crédit).

Les atteintes à la faculté de rétractation par le prêteur sont pénalement refusées.