

Atelier du Droit de la consommation

12 mars 2020

**Sylvain CORVOL
Bénédicte SIMONNEAU
VOGEL & VOGEL**



PLAN

INTRODUCTION ET AVANT PROPOS

Partie I. Actions des associations de consommateurs

Partie II. Publicité et promotion des ventes

Partie III. Vente

Partie IV. Après-vente

INTRODUCTION ET AVANT PROPOS

- Les droits de la consommation, de la vente et les opérations d'après-vente sont des matières de plus en plus « **techniques** ».
- Un nouveau « **contexte sociétal** » (l'accès au droit facilité, l'information améliorée,...).
- Les litiges en matière de consommation, vente et d'après-vente donnent lieu, le plus souvent, à l'instauration d'une **expertise**, rendue nécessaire par la « technicité » de la matière, et qui constitue un **élément central** du contentieux.
- On constate à la fois une **complexité** de ces litiges et une **importance des enjeux financiers** en cause
- Il est indispensable que les acteurs de l'entreprise (techniciens, service juridique, relations clients...) soient **bien éclairés** sur les principales problématiques afin de tenter de limiter les contentieux et de savoir comment y faire face lorsqu'ils arrivent.

INTRODUCTION ET AVANT PROPOS

- ❖ **Le droit de la consommation tend à organiser les relations entre les consommateurs et les fournisseurs de biens et services.**

- ❖ **La protection du consommateur contre certaines pratiques (ex : tromperie), de certains professionnels, protège en même temps des concurrents qui n'usent pas des mêmes procédés.**

- ❖ **Code de la consommation**
 - Droit de l'Union

 - Droit français (notamment : loi du 17 mars 2014 ; Ordonnance de recodification du 14 mars 2016)

INTRODUCTION ET AVANT PROPOS

❖ Article liminaire du Code de la consommation :

Pour l'application du présent code, 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 ;
- **Non-professionnel** : toute personne morale qui n'agit pas à des fins professionnelles ;
- **Professionnel** : 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, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel.

- Le droit de la consommation fait une place de choix aux actions des associations de consommateurs **(I)**,
- Il intervient à tous les stades de la relation commerciale : publicité et promotion des ventes **(II)**, vente **(III)** et après-vente **(IV)**.

PARTIE I – LES ACTIONS DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

Section 1 : L'action de groupe

Section 2 : Autres actions possibles

Section 3 : Comment faire face à une action en suppression de clauses abusives

SECTION 1 – L’ACTION DE GROUPE



I. NOTION

II. CHAMP D’APPLICATION ET CONDITIONS

III. FAIRE FACE AU RISQUE D’UNE ACTION DE GROUPE

I. NOTION

❖ **Article L. 623-1 du Code de la consommation**
(Modifié par Loi n° 2018-1021 du 23 novembre 2018 - art. 138)

Une **association de défense des consommateurs** représentative au niveau national et agréée en application de l'article L. 811-1 peut agir devant une **juridiction civile** afin d'obtenir **la réparation des préjudices individuels subis par des consommateurs placés dans une situation similaire ou identique et ayant pour cause commune un manquement d'un ou des mêmes professionnels à leurs obligations** légales, relevant ou non du présent code, ou contractuelles :

1° A l'occasion de la **vente** de biens ou de la **fourniture de services** ainsi que dans le cadre de la **location** d'un bien immobilier ;

2° Ou lorsque ces préjudices résultent de pratiques anticoncurrentielles au sens du titre II du livre IV du code de commerce ou des articles 101 et 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

❖ **Ainsi, les consommateurs victimes de préjudices individuels de la part du manquement d'un professionnel peuvent se regrouper et agir en justice.**

❖ **Demain : un recours collectif à l'échelle européenne ?**

II. CHAMP D'APPLICATION ET CONDITIONS

- Seule **une des associations** de consommateur agréée peut agir devant la juridiction,
- Concerne uniquement les actions devant une juridiction civile,
- Au moins **2 consommateurs** doivent mandater l'association,
- Domaine large (consommation, concurrence, santé, discrimination, environnement, données personnelles, ...)
- L'action ne porte que sur la réparation des **préjudices patrimoniaux**, résultant des dommages matériels subis par le consommateur,
- Déroulement : **(cf. slide suivant)**.

II. CHAMP D'APPLICATION ET CONDITIONS

La procédure s'articule autour de deux phases

- Phase 1 : à l'initiative du demandeur (association)
 - ❑ Assignation/acte introductif d'instance exposant les cas individuels
 - ❑ Jugement statuant sur la responsabilité et (si responsabilité retenue) sur les critères de rattachement au groupe et d'indemnisation
- *Au terme de cette phase, le tribunal saisi statue à la fois sur la recevabilité, la responsabilité du défendeur, la définition du groupe visé, les préjudices indemnifiables et les mesures de publicité.*
- Phase 2 : lorsque décision est définitive, alors :
 - ❑ Information des consommateurs, par le professionnel, sur les modalités d'adhérer au groupe
 - ❑ Adhésion des consommateurs au groupe
 - ❑ Indemnisation des consommateurs par le professionnel
 - ❑ Jugement sur les demandes d'indemnisation insatisfaites, ou de désistement

III. FAIRE FACE AU RISQUE D'UNE ACTION DE GROUPE

- Vérifier les **conditions de recevabilité** de l'action et les **conditions de responsabilité** du professionnel (faute, préjudice, lien de causalité)
- Identifier les **risques d'action de groupe**
- Mettre en place des **actions préventives**
- Mettre en place une **politique APV adaptée** (cf. slide suivant)



➤ Exercer une politique APV adaptée :

- ✓ Connaître / se faire rappeler les **règles de base**
 - **Exemple** : la charge de la preuve est différente selon le fondement juridique (Art. 1641 Code civ / Art. L217-7 Code Conso)
- ✓ Connaître / se faire rappeler les « **pièges à éviter** » dans la rédaction des courriers (notamment pour les gestes commerciaux ou pour la participation aux expertises)
 - **Exemple** : éviter les clauses abusives/interdites
- ✓ Soumettre les documents les plus sensibles à la **validation** du service juridique
 - **Exemple** : BC, CGV, notice utilisation
- ✓ Soumettre les dossiers les plus sensibles à la **surveillance** accrue et au suivi du service juridique et/ou d'un avocat
 - **Exemple** : élément de sécurité d'un produit
- ✓ **Formation** des « forces terrain » à la participation aux expertises
 - **Exemple** : éviter la disparition des preuves
- ✓ **Recourir à la médiation** ? Souvent, la « rencontre » des parties permet de solutionner un litige



SECTION 2 – AUTRES ACTIONS POSSIBLES

I. ACTION CIVILE

II. ACTION EN CESSATION D'AGISSEMENTS ILLICITES

III. ACTION CONJOINTE ET INTERVENTION EN JUSTICE

IV. ACTION EN REPRÉSENTATION CONJOINTE

I. ACTION CIVILE

❖ **Prévue aux articles L. 621-1 et L. 621-2 du code de la consommation**

❖ **Subordonnée à l'existence d'une infraction pénale**

❖ **L'association de consommateur peut introduire une action civile :**

✓ Pour obtenir réparation du préjudice porté à l'intérêt collectif des consommateurs,

ou

✓ Pour demander au juge d'ordonner au défendeur toute mesure destinée à faire cesser des agissements illicites ou à supprimer une clause illicite dans le contrat ou le type de contrat proposé au consommateur ou dans tout contrat en cours d'exécution.



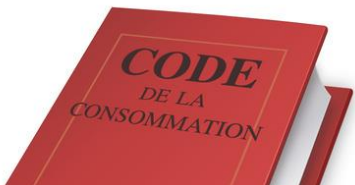
II. ACTION EN CESSATION D'AGISSEMENTS ILLICITES

- ❖ **Prévue aux articles L. 621-7 et L. 621-8 du code de la consommation**
- ❖ **Non-subordonnée à l'existence d'une infraction pénale**
- ❖ **L'association de consommateur peut agir devant la juridiction civile :**
 - ✓ **Pour faire cesser ou interdire tout agissement illicite,**
ou
 - ✓ **Pour ordonner la suppression d'une clause illicite ou abusive dans tous contrat ou type de contrat proposé au consommateur ou dans tout contrat en cours d'exécution.**



III. ACTION CONJOINTE ET INTERVENTION EN JUSTICE

- ❖ **Prévue aux articles L. 621-9 du code de la consommation**
- ❖ **Non-subordonnée à l'existence d'une infraction pénale**
- ❖ **L'association de consommateur peut « agir conjointement » ou « intervenir » dans un une instance civile, pour :**
 - ✓ Obtenir réparation de tout fait portant un préjudice à l'intérêt collectif des consommateurs,
ou
 - ✓ Demander la cessation d'agissements illicites ou la suppression d'une clause illicite.



IV. ACTION EN REPRESENTATION CONJOINTE

- ❖ **Prévue aux articles L. 622-1 et s. du code de la consommation**
- ❖ **Nécessité d'un mandat initial de 2 consommateurs au moins**
- ❖ **L'association de consommateur peut agir pour solliciter la réparation de préjudices individuels ayant été causés par le fait d'un même professionnel et ayant une origine commune.**



SECTION 3 – COMMENT FAIRE FACE A UNE ACTION EN SUPPRESSION DE CLAUSES ABUSIVES

- ❖ **Tenter d'établir, clause par clause, l'absence de caractère abusif**
- ❖ **Déterminer si la clause n'est pas exclue du contrôle du juge
(Ex : définition de l'objet principal du contrat, adéquation du prix, ...)**
- ❖ **Modalités d'exécution du jugement à intervenir :**
 - **Délai trop court**
 - **Publication du jugement : caractère disproportionné de la mesure ?**



PARTIE II – PUBLICITÉ ET PROMOTION DES VENTES

Section 1 : Pratiques commerciales déloyales

I. Introduction

II. Pratiques commerciales trompeuses

III. Pratiques commerciales agressives

Section 2 : Autres pratiques commerciales interdites

SECTION 1 – PRATIQUES COMMERCIALES DÉLOYALES

I. INTRODUCTION

II. PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES

III. AUTRES PRATIQUES COMMERCIALES INTERDITES

I. INTRODUCTION

❖ CONTEXTE

- ❑ En droit économique, la sanction de la **déloyauté** trouve sa justification à la fois dans le principe fondateur du droit des contrats qui exige que les conventions soient exécutées de **bonne foi** (art. 1104 Civ.) et dans la théorie de la concurrence déloyale, d'origine prétorienne, qui vise à assurer un juste équilibre entre **loyauté** et **liberté du commerce**.
- ❑ Le législateur est intervenu pour compléter ce dispositif afin de protéger la partie faible, le **consommateur**, de certaines pratiques commerciales des professionnels.
- ❑ Dans **l'espace communautaire**, les divergences importantes entre législations nationales ont entraîné des distorsions de concurrence entre les entreprises des différents Etats membres et faisaient obstacle au bon fonctionnement du marché intérieur (augmentation des coûts d'opérations transfrontalières, insécurité juridique pour les consommateurs,...).

I. INTRODUCTION

❖ HISTORIQUE : DROIT DE L'UNION

- ❑ Harmonisation par la directive 2005-29 du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur
- ❑ Orientations du 3 décembre 2009 puis du 25 mai 2016 pour la mise en œuvre et l'application de la directive
- ❑ Interactions avec d'autres dispositions:
 - Application sans préjudice des règles relatives au droit des contrats (art. 3,2), aux droits de propriété intellectuelle (cons. 9), aux questions de santé et de sécurité liées aux produits (art. 3,3), aux conditions d'établissement et aux régimes d'autorisation et des règles en matière de concurrence (cons. 9),
 - En cas de conflit avec d'autres règles de l'Union régissant des aspects spécifiques des PCD, ces dernières priment (art.3, 4) (ex: information sur les médicaments, information sur les prix...).

I. INTRODUCTION

❖ HISTORIQUE : DROIT DE L'UNION

- Objectif d'une harmonisation maximale
 - Article 4 de la directive: *Les États membres ne restreignent ni la libre prestation de services, ni la libre circulation des marchandises pour des raisons relevant du domaine dans lequel la présente directive vise au rapprochement des dispositions en vigueur.*
- Conséquence: Impossibilité de maintenir des dispositions plus restrictives, même en faveur des consommateurs, sauf en matière de services financiers.

I. INTRODUCTION

❖ DEFINITION DE LA PRATIQUE COMMERCIALE SELON LA DIRECTIVE

➤ **Définition de la « pratique commerciale » (article 2 de la directive) :**

« toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs »

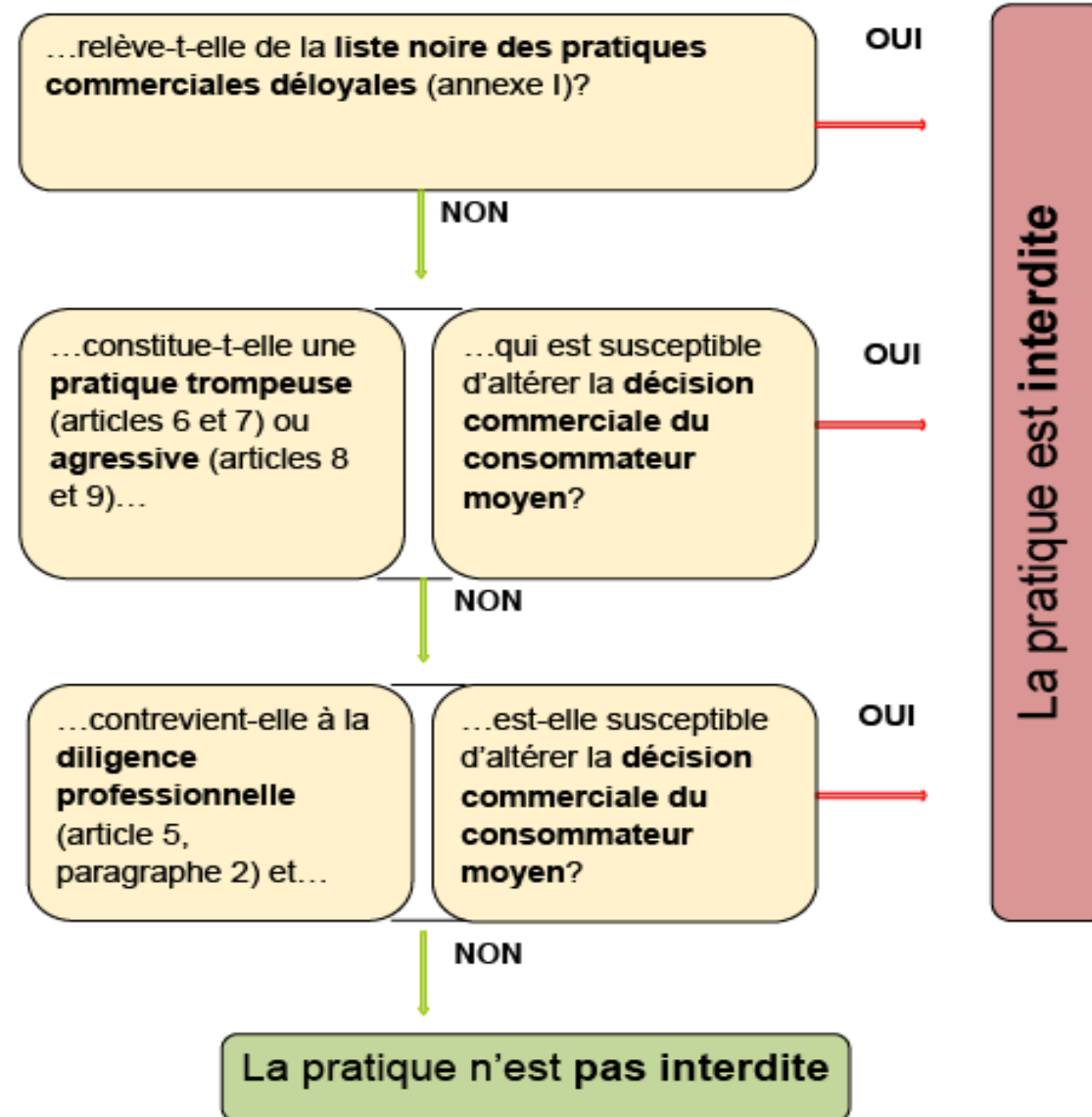
- Aussi bien les pratiques commerciales mises en œuvre en dehors de toute relation contractuelle entre le professionnel et le consommateur, que celles postérieures à la conclusion d'un contrat ou adoptées en cours d'exécution de celui-ci (art. 3), donc y compris le service après-vente

Exemples : ventes subordonnées ou offres conjointes, loteries, publicités, liquidations, revente à perte, promesses d'assistance téléphonique, la disponibilité du service après-vente, la nécessité de la réparation ou du remplacement d'une pièce détachée, l'existence d'une garantie contractuelle, l'activité de recouvrement des créances.

I. INTRODUCTION

❖ DÉFINITION DE LA LOYAUTÉ SELON LA DIRECTIVE

- Une pratique commerciale **déloyale** renvoie à **toute pratique commerciale** qui s'avère **contraire à la diligence professionnelle** et qui **altère ou est susceptible d'altérer le comportement économique du consommateur**.
- **«altération substantielle du comportement économique des consommateurs»**: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement (directive 2005-29, article 2 e).
- **«diligence professionnelle»**: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le professionnel est raisonnablement censé faire preuve vis-à-vis du consommateur, conformément aux pratiques de marché honnêtes et/ou au principe général de bonne foi dans son domaine d'activité (directive 2005-29, article 2 h)._____



I. INTRODUCTION

❖ HISTORIQUE : TRANSPOSITION EN DROIT FRANÇAIS

- **Avant la directive 2005-29 du 11/05/2005** : articles du Code civil relatifs à la validité du consentement et à la bonne foi contractuelle, articles du Code de commerce sur les liquidations, ventes au déballage, soldes et magasins d'usine, articles du Code de la consommation sur l'information du consommateur, la publicité trompeuse, le démarchage, les ventes avec primes, les loteries publicitaires, les ventes subordonnées, les ventes pyramidales, l'abus de faiblesse, la garantie légale de conformité, les fraudes et falsifications et certains textes non codifiés (ex: arrêté sur les annonces de réduction de prix),
- **Loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs** : première tentative de transposition
- **Loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie**: ajout de la notion de « consommateurs vulnérables », ajout des pratiques visées sur la liste noire de l'annexe I de la directive et ajout de la notion d'invitation à l'achat.
- **Loi du 17 mai 2011 de simplification du droit**: suppression de l'interdiction *per se* des ventes liées, ventes avec prime et loteries publicitaires
- **Ordonnance de modification 2016-301 du 14 mars 2016** : rationalisation de l'architecture du Code de la consommation

I. INTRODUCTION

❖ Article L. 121-1 du Code de la consommation

« Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est **contraire aux exigences de la diligence professionnelle** et qu'elle **altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur** normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Le caractère déloyal d'une pratique commerciale visant une catégorie particulière de consommateurs ou un groupe de consommateurs vulnérables en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité s'apprécie au regard de la capacité moyenne de discernement de la catégorie ou du groupe.

Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales les pratiques commerciales trompeuses définies aux articles L. 121-2 à L. 121-4 et les pratiques commerciales agressives définies aux articles L. 121-6 et L. 121-7. »

I. INTRODUCTION

❖ **DEFINITION DE LA PRATIQUE COMMERCIALE EN DROIT FRANÇAIS**

- **Pas de définition de la pratique commerciale en droit français (cf. art. L. 121-1 du Code de la cons.)**
- CA Versailles, 30 janvier 2014 : saisie d'une QPC fondée sur l'imprécision du texte, la cour a estimé que les notions en cause étaient suffisamment claires et précises pour permettre au juge civil de statuer sans risque d'arbitraire.

I. INTRODUCTION

❖ DEFINITION DU CONSOMMATEUR

➤ **Le « consommateur » :**

- ✓ Article liminaire du Code de la consommation et article 2 a) de la directive 2005-29 :
Est un 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 »

➤ **Appréciation par référence au « consommateur moyen » :**

- ✓ La directive prend comme critère d'évaluation « le consommateur moyen qui est normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques, selon l'interprétation donnée par la Cour de justice » (cons. 18)
- ✓ Article L. 121-1 : la pratique, pour être qualifiée de déloyale, doit altérer ou être susceptible d'altérer « le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé ».

➤ **Notion du « consommateur vulnérable » (Cons. 19 et LME du 4 août 2008)**

- ✓ Consommateurs « particulièrement vulnérables aux pratiques commerciales déloyales » notamment en raison de « l'âge, une infirmité physique ou mentale ou la crédulité »

I. INTRODUCTION

❖ EXTENSION DE LA PROTECTION AU PROFESSIONNEL ET AU NON-PROFESSIONNEL

- L'article L. 121-5 du code de la consommation étend le bénéfice des dispositions relatives aux pratiques commerciales déloyales aux professionnels et aux non-professionnels (*association, syndicat*) : « Les dispositions des articles L. 121-2 à L. 121-4 sont également applicables aux pratiques qui visent les professionnels et les non-professionnels ».
- Depuis l'ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 l'ensemble des pratiques commerciales trompeuses sont concernées : les pratiques commerciales par action (L. 121-2 C. conso) mais aussi les pratiques commerciales par omission (L.121-3 C. conso) et celles réputées trompeuses en toutes circonstances (L.121-4 C. conso).

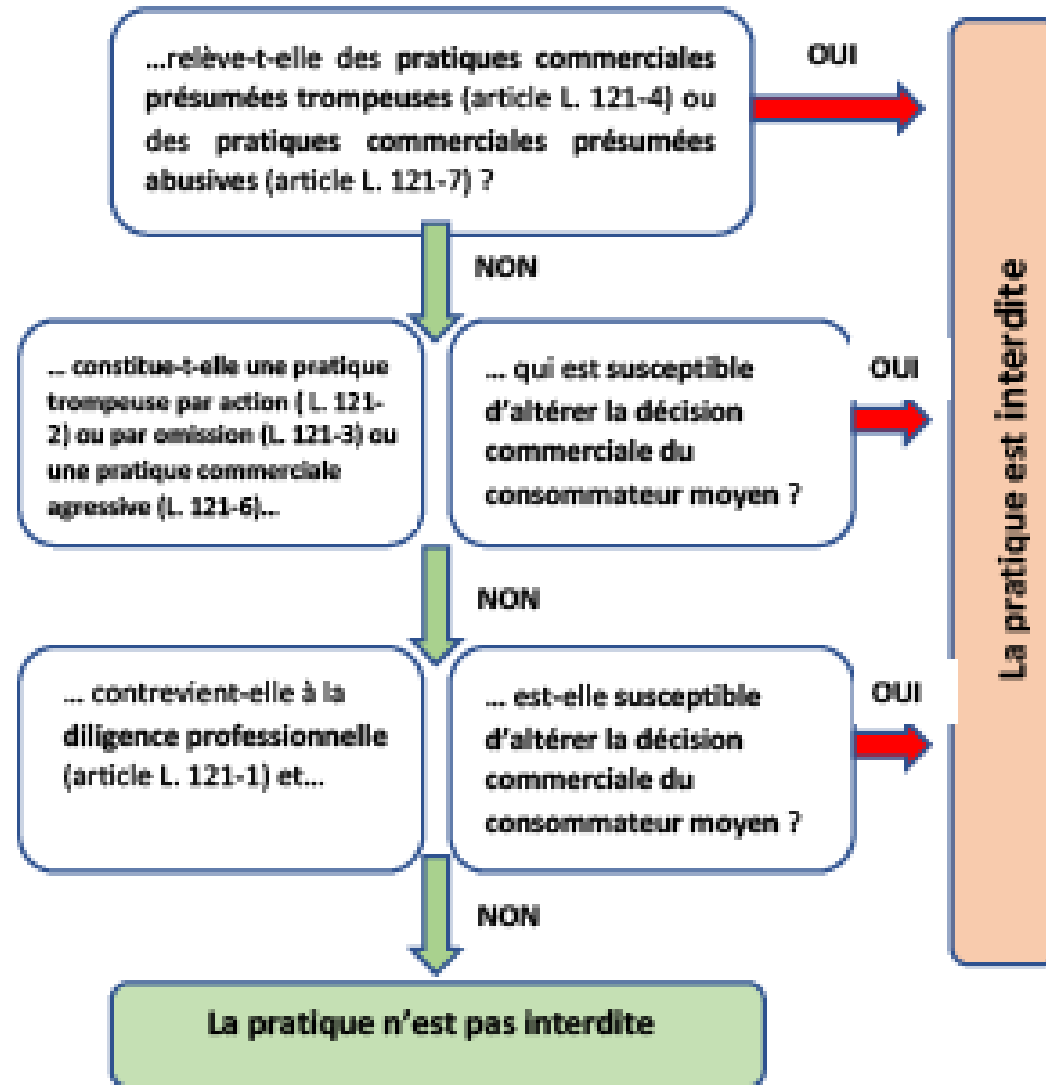
Exemple : pratiques visant les petits commerçants en matière de vente d'encarts dans les annuaires professionnels ou la vente d'annonces pour la cession de fonds de commerce (DGCCRF, note de service, n° 2009-07 relatives aux pratiques commerciales déloyales).

I. INTRODUCTION

❖ DEFINITION DU PROFESSIONNEL

➤ L'AUTEUR DE LA PRATIQUE :

- Article 2 b) de la directive 2005-29: « toute personne physique ou morale qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente directive, agit à des fins qui entrent dans le cadre de son activité, commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, et toute personne agissant au nom ou pour le compte d'un professionnel »
- La notion recouvre également les intermédiaires qui agissent au nom du professionnel et les « professionnels non déclarés » (ex: ventes très fréquentes de produits sur Internet par des particuliers, ventes de tickets à prix réduit par une commune,...).
- Le caractère lucratif de l'activité de l'auteur de la pratique n'est pas une condition d'application. Ainsi, un association à but non-lucratif a pu être reconnue coupable de pratiques commerciales trompeuses dès lors qu'elle offre un bien ou un service sur le marché (Ass. Plén. 8 juillet 2005).



II. PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES

A. PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES PAR ACTION

B. PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES PAR OMISSION

C. EFFET POTENTIEL DE LA PRATIQUE COMMERCIALE TROMPEUSE

D. DELIT INSTANTANE

E. ELEMENT INTENTIONNEL

F. SANCTIONS PENALES

G. SANCTIONS CIVILES

A. PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES PAR ACTION

1. CONFUSION AVEC UN AUTRE PRODUIT, MARQUE, NOM COMMERCIAL OU AUTRE SIGNE DISTINCTIF D'UN CONCURRENT

- ❖ Article L. 121-2,1° du Code de la consommation :
« Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :
1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent ».
- ❖ Deux produits se ressemblent et le consommateur peut être induit en erreur, confondre les deux et ainsi acheter l'un à la place de l'autre.
- ❖ Selon la Commission, la tromperie peut revêtir trois formes :
 - i. **La confusion absolue**
 - ii. **La tromperie sur l'origine (c.-à-d. le fabricant)**
 - iii. **La tromperie sur l'équivalence ou la qualité**
- ❖ La Cour de cassation a pu préciser que **l'art. L.121-2 s'appliquait** aussi bien à la **confusion avérée** qu'au seul **risque de confusion** (Com., 4 octobre 2016, Crim., 12 juin 2019 rejetant l'action en raison de l'absence de confusion ou de risque de confusion).

1. CONFUSION AVEC UN AUTRE PRODUIT, MARQUE, NOM COMMERCIAL OU AUTRE SIGNE DISTINCTIF D'UN CONCURRENT (SUITE)

□ Illustrations :

➤ **Existence d'une confusion ou d'un risque de confusion :**

- Envoi de bons de commande revêtant l'apparence d'une facture émanant du service public anciennement assuré par France Telecom (Crim., 23 mars 1994) ;
- Utilisation d'une abréviation utilisée comme nom de domaine par un concurrent en tant que mot-clé auprès de Google pour déclencher un lien commercial vers son propre site (Paris, 5 sept. 2013) ;
- Utilisation d'un sigle RSI sur des propositions de souscription à un annuaire publicitaire se présentant comme des factures envers des travailleurs indépendants (Paris, 8 nov. 2011) ;

➤ **Absence de confusion ou de risque de confusion :**

- Pas de confusion quant à l'origine distincte des produits ou services promus par AdWords de Google (Paris, 2 fév. 2011).

2. ALLÉGATIONS, INDICATIONS OU PRÉSENTATIONS DE NATURE A INDUIRE LE CONSOMMATEUR EN ERREUR (ARTICLE L. 121-2, 2° DU CODE DE LA CONSOMMATION)

❑ **Allégations et indications**

- ✓ *Exemples* : proposer, dans sa carte, des vins sous une AOC à laquelle ils ne peuvent prétendre (Toulouse, 20 mai 1998); cas similaires s'agissant de l'emmental, des volailles de Bresse, des champagnes « grand cru »...; se présenter comme « éleveur » alors que l'activité relève du négoce et de l'abattage (Crim., 12 mars 2002)

❑ **Présentations** : artifices de présentation utilisés pour créer une confusion chez le consommateur

- ✓ Défaut de visibilité et d'accessibilité des restrictions (ex : disproportion des caractères: cf. recommandations de l'ARPP)
- ✓ Recherche d'une confusion visuelle (graphisme, disposition physique du produit dans un catalogue ou un rayon)

2. ALLÉGATIONS, INDICATIONS OU PRÉSENTATIONS DE NATURE A INDUIRE LE CONSOMMATEUR EN ERREUR (ARTICLE L. 121-2, 2° DU CODE DE LA CONSOMMATION)

- ❑ **Emphase** : l'exagération dans la publicité bénéficie d'une certaine bienveillance du juge, dans la limite des réalités techniques / scientifiques / mathématiques
- ✓ *Exemples* : Ne constituent pas des PCD un spot télévisé montrant des bulldozers jouant au football avec une valise pour mettre en évidence sa solidité (Cass. Crim., 21/05/1984, n°83-92070) et une publicité promouvant une perte de poids sans effort et des résultats spectaculaires (Paris, 9 oct. 1997); mais une publicité est trompeuse si elle laisse entendre que les fromages sont affinés 3 mois en caves au lieu de 2 semaines seulement (Crim., 2 mai 2001) ou qu'une radio est « n°1 » alors que cette affirmation ne se rapporte pas à une part d'audience élevée (Paris, 25 avr. 2007), sur l'utilisation de l'expression « *prix imbattable* » (Paris, 5 juillet 2019).
- ❑ **Caractère équivoque de la publicité** : Peut induire le consommateur en erreur si la formule utilisée peut être comprise de différentes manières ou prêter à confusion quant à sa signification, sous réserve de prendre en compte le niveau de discernement du consommateur et sauf si, dans certains cas, elle attire l'attention du consommateur sur la nécessité de s'interroger sur le sens réel de l'annonce.

Exemple : en cas de contradiction dans les termes du message comme « vin sans alcool » (Crim., 10 mai 1993)

❑ **Objet du message :**

- ✓ **Existence ou disponibilité du bien ou du service:** à charge pour le professionnel de commander des stocks suffisants eu égard à l'ampleur de la campagne et de réajuster ses approvisionnements au cours de l'opération pour satisfaire la demande.

Exemple : condamnation d'un Hyper U à 50.000 euros d'amende pour avoir fait la promotion d'articles introuvables en rayon (*T. correctionnel de Beauvais, 20 décembre 2018*).

- ✓ **Nature du bien ou du service :** truite de rivière/poisson d'élevage, fromage sans croûte/emmental, édulcorant/sucre naturel, *pentiums*/ordinateurs dénués de cette technologie; en revanche, l'expression « vin sans alcool » n'est pas source de confusion car les deux éléments sont contradictoires, le second retirant au premier ses qualités substantielles (Crim., 10 mai 1993).

❑ **Objet du message (suite):**

- ✓ **Caractéristiques essentielles du bien ou du service :**
 - Qualités substantielles (notion définie de manière subjective): état du produit (ex: véhicule), fraîcheur, conformité aux normes et sécurité (certification, homologation), rapidité, puissance, confort (ex: location dite calme ou à 10 min de la mer), supériorité (cf. limites de l'emphase tolérée)
 - Composition du bien
 - Accessoires (ex: équipements d'un bien immobilier)
 - Origine (ex: produits *made in France*; en revanche, l'apposition de drapeaux brésiliens sur des tongs importées de Chine ne constitue pas une PCT)
 - Quantités (ex: proposer 500 500 billets d'avion à 5€ alors que le vendeur pratique le *yield management* et qu'aucun billet n'est disponible sur certains vols – V. Crim., 10 nov. 2015)
 - Mode de fabrication, etc.

3. ABSENCE D'IDENTIFICATION CLAIRE DU BÉNÉFICIAIRE DE LA PRATIQUE

- Obligation générale d'identification du bénéficiaire de la pratique commerciale

B. PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES PAR OMISSION

- Le professionnel ne révèle pas au consommateur une information essentielle que ce dernier aurait intérêt à connaître.

- Encadrement très strict suite à la loi du 3 janvier 2008, transposant la directive 2005/29/CE. L'omission trompeuse doit :
 - 1 - Porter sur une information substantielle**
 - 2 - Être appréciée au regard des limites propres au moyen de communication utilisé**

1. L'OMISSION TROMPEUSE DOIT PORTER SUR UNE INFORMATION SUBSTANTIELLE

- Pour la Commission, « les autorités ou juridictions nationales devront user de leur faculté de jugement pour apprécier si des éléments d'informations essentiels ont été omis. »
- Selon l'article L. 121-2 du code de la consommation, sont considérées par exemple comme des informations substantielles :
 - **Caractéristiques essentielles du bien ou service**
 - **L'adresse et l'identité du professionnel**
 - **Les modalités de paiement et de livraison**
 - **L'existence d'un droit de rétractation**
- Plus le produit est complexe, plus il sera supposé nécessiter davantage d'informations.

2. LIMITES PROPRES AU MOYEN DE COMMUNICATION UTILISÉ

- Le caractère trompeur de l'omission s'apprécie au regard des **limites propres au moyen de communication** utilisé, des **circonstances qui l'entourent** ainsi que **des mesures prises par le professionnel pour mettre ces informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.**
- Les professionnels ne sont pas tenus de communiquer des informations inutiles ou disproportionnées (not. des informations évidentes ou qui ressortent du contexte).

Exemple: publicité radiophonique (Crim. 1^{er} sept. 2015, Crim. 19 avril 2017), plateforme de vente en ligne sur laquelle des vendeurs professionnels proposent des produits à la vente (CJUE, 30 mars 2017), sur l'indication des conditions d'utilisation et les caractéristiques principales des logiciels préinstallés sur les ordinateurs proposés à la vente (Civ., 1^{ère} 29 mars 2017).

➤ Le cas particulier des invitations à l'achat

- ❑ Art. 2, i) de la directive : « *Communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit et son prix de façon appropriée en fonction du moyen utilisé pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat.* »
 - Il s'agit d'une communication qui comporte des informations suffisantes pour permettre la prise d'une décision d'achat et qui ne se limite pas à la mise à disposition d'un numéro de téléphone, d'une adresse internet ou d'un coupon (CJUE, 12 mai 2011).
- ❑ Art. L. 121-3, al. 3 C. Conso. : « *communication commerciale constituant une invitation à l'achat et destinée au consommateur mentionnant le prix et les caractéristiques du bien ou du service proposé* » - l'objectif final de l'achat n'est pas évoqué

Sont considérés comme des invitations à l'achat lorsque le prix ainsi que les caractéristiques du produit sont communiquées, notamment : le site internet d'une Cie aérienne présentant des offres relatives à des vols avec leurs prix, le prospectus d'un supermarché annonçant des réductions sur certains produit, la publicité annonçant les caractéristiques et prix d'un produit (Orientations du 25 mai 2016 pour la mise en œuvre et l'application de la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales). Sur une opération commerciale qualifiée d'invitation à l'achat (Crim., 19 avril 2017).

➤ Le cas particulier des invitations à l'achat (suite)

- ❑ Informations jugées comme substantielles dans le cadre d'une invitation à l'achat (L. 121-2 du code de la consommation).
 - ✓ Les **caractéristiques principales** du bien ou du service
 - ✓ **L'adresse et l'identité du vendeur**
 - ✓ **Prix TTC et frais de livraison** à la charge du consommateur ou leur mode de calcul
 - ✓ Les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations des consommateurs
 - ✓ L'existence d'un **droit de rétractation** (si prévu par la loi)

- ❑ **Invitation à l'achat et publicité** : selon la Cour européenne, l'invitation à l'achat n'est qu'une forme particulière de publicité qui fournit au consommateur suffisamment d'informations pour lui permettre de prendre une décision d'achat (CJUE, 12 mai 2011), elle correspond à une *offre* au sens du droit des contrats.

❑ **Transposition à venir de la directive 2019/2161 du 27 novembre 2019 portant modification de la directive 2005/29/CE relative à la modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs :**

Un projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et législative a été déposé le 12 février 2020 (les dispositions devront être adoptées avant le 28 novembre 2021 et entrer en vigueur au plus tard le 28 mai 2022).

- ✓ Les modalités de traitement des réclamations ne sont plus une information substantielle dans le cadre d'une invitation à l'achat (art, 7, § 4 pt. d).
- ✓ Dans le cadre des invitations à l'achat, de nouvelles informations substantielles s'ajoutent à la liste des omissions trompeuses :
 - Le fait qu'un produit offert sur une place de marché soit vendu par un professionnel ou un non-professionnel sur la base des déclarations de ce tiers au fournisseur de la place de marché en ligne (art. 7, § 4 nouveau pt. f) ;
 - Les paramètres qui déterminent le classement des produits présentés au consommateur en réponse à sa requête sur un site internet, ainsi que l'ordre d'importance de ces paramètres, par opposition à d'autres paramètres (*cela ne s'applique pas aux moteurs de recherche en ligne*) (art. 7 nouveau § 4 bis) ;
 - L'existence d'une garantie relative au fait que les avis en ligne sur le site du professionnel ont été déposés par des consommateurs qui ont effectivement acheté ou utilisé le produit, et le cas échéant, les modalités de cette garantie. (art. 7 nouveau § 6).

C. EFFET POTENTIEL DE LA PRATIQUE COMMERCIALE TROMPEUSE

- **Il n'est pas nécessaire que la pratique ait effectivement induit en erreur :** l'infraction de PCT n'est pas une infraction de résultat.
- **L'altération substantielle du comportement économique** du consommateur ne s'apprécie pas au regard de l'incidence de la pratique sur le marché mais sur la décision commerciale du consommateur moyen (Com., 11 mars 2014). Le juge se doit, au regard d'éléments précis, déterminer en quoi l'insuffisance des informations communiquées est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur (Com., 7 mai 2019).

D. DELIT INSTANTANE

- **Le délit de pratique commerciale trompeuse est un délit instantané**, constitué dès la première communication du message au public (peu importe donc la remise ultérieure d'indications complémentaires ou l'intervention d'un conseiller avant la conclusion du contrat).
- **Tempérament en cas d'omissions trompeuses**, compte tenu de la prise en compte des limites d'espace et de temps imposées par le moyen de communication utilisée (des informations complémentaires à une publicité parue dans un magazine peuvent être apportées sur un site Internet, CJUE, 12 mai 2011).

Exemples (cités slide 42) : publicité radiophonique (Crim. 1^{er} sept. 2015, Crim. 19 avril 2017), plateforme de vente en ligne sur laquelle des vendeurs professionnels proposent des produits à la vente (CJUE, 30 mars 2017), sur l'indication des conditions d'utilisation et les caractéristiques principales des logiciels préinstallés sur les ordinateurs proposés à la vente (Civ., 1^{ère} 29 mars 2017).

E. ELEMENT INTENTIONNEL

- La loi du 2 juillet 1963 qui ne réprimait que la publicité mensongère exigeait la preuve de la mauvaise foi de l'annonceur. La loi du 27 décembre 1973 dite loi Royer a fait disparaître l'exigence de mauvaise foi, la doctrine a vu là la consécration d'une présomption irréfragable de mauvaise foi du professionnel.
- Dans un arrêt de principe du 4 décembre 1978, la Cour de Cassation a posé que **le délit de publicité trompeuse « n'exige pas que la publicité qu'il prévoit et réprime ait été faite de mauvaise foi »** (à la différence de la tromperie).
- Selon la DGCCRF, il convient « de s'attacher à mettre en évidence toutes les circonstances propres à caractériser l'élément intentionnel au-delà de la simple négligence (notamment par la connaissance qu'avait le professionnel du caractère trompeur de la pratique) » (Note de service en date du 29 janvier 2009 n°2009-7 relative aux pratiques commerciales déloyales).

E. ELEMENT INTENTIONNEL

- Le juge qui entend qualifier un message de publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur doit en revanche caractériser **l'imprudence ou la négligence du prévenu.**

Exemples :

- ✓ Tel est le cas du professionnel qui néglige de s'assurer personnellement de la véracité des allégations du message, ou se contente d'échanger l'équipement non-conforme des acheteurs qui se manifestent, tout en continuant de commercialiser le produit ne correspondant pas à son annonce (Paris, 26 nov. 2008).
- ✓ C'est également le cas du professionnel qui a laissé perdurer des annonces trompeuses relatives aux délais de livraison et de remboursement et n'a pas cherché à y remédier (Crim., 29 janvier 2019).
- ✓ Constitue une imprudence fautive le fait de lancer un service de location de trottinettes au cours d'un salon professionnel en se limitant à adopter, pour se démarquer, une couleur distincte de celle de son concurrent déjà présent sur le marché, cet élément ne suffisant pas à exclure le risque de confusion (Paris, 15 novembre 2019).
- ✓ En revanche, il n'y a pas de défaut de surveillance de eBay dès lors qu'elle a retiré les annonces litigieuses aussitôt qu'elle a été informée de leur caractère frauduleux et que les victimes ont passé outre les avertissements qu'elle leur avait adressés contre les paiements autres que par PayPal (TGI Paris, 5 févr. 2013).

F. SANCTIONS PÉNALES

➤ **Sanctions pénales harmonisées (mêmes sanctions que pour la tromperie)**

- Emprisonnement de 2 ans (L. 132-2 C. conso).
- Amende de 300 000€ pour les personnes physiques et 1,5 million d'euros pour les personnes morales (ou potentiellement 10% du chiffre d'affaires moyen annuel, voire 50% des dépenses engagées pour la réalisation de la pratique trompeuse) (L. 132-2 C. conso et L. 131-38 code pénal).
- Mêmes peines en cas de refus de communication des éléments de justification du message et des publicités diffusées (art. L. 132-7 C. Conso.) et en cas d'inobservation des décisions ordonnant la cessation de la pratique commerciale (art. L. 132-9) ou à défaut d'exécution dans le délai imparti de l'injonction de publication d'une annonce rectificative (art. L. 132-5).
- Peines complémentaires :
 - ❖ Interdictions professionnelles et privation des droits civiques (art. L. 132-3)
 - ❖ Publicité du jugement (art. L. 132-4) et possibilité d'imposer une annonce rectificative (contre-publicité pour corriger l'impression créée) (art. L. 132-5)

➤ **Prescription par 3 ans (art. 8 Code de procédure pénale)**



F. SANCTIONS PÉNALES

- **Preuve de l'infraction en principe à la charge de la partie poursuivante (Cass. Crim., 28 oct. 1992 ; Cass. Com., 25 avr. 2001).**

Divergence entre la chambre criminelle (selon laquelle pèse sur la partie poursuivante la charge de la preuve de l'ensemble des éléments constitutifs du délit) et la chambre commerciale (il revient au professionnel d'établir la véracité du message publicitaire/l'absence de caractère trompeur). Désormais l'article L. 121-4 du code de la consommation énumère les pratiques présumées trompeuses. Il s'agit d'une présomption réfragable, le professionnel pouvant établir l'absence de caractère trompeur ou l'absence d'altération du comportement économique du consommateur.

- **Pouvoirs renforcés de l'administration depuis la loi Hamon du 17 mars 2014 (articles L. 512-5 et suivants C. Conso.) :**

- Recueil de renseignements** : « *Pour la recherche et la constatation des pratiques commerciales trompeuses, les agents habilités peuvent exiger du responsable de la pratique la mise à leur disposition ou la communication de tous les éléments propres à justifier les allégations, indications ou présentations (...)* » (art. L. 512-15, C. Conso.)
- Injonction de se conformer aux dispositions violées ou de cesser tout agissement illicite** (art. L. 521-1 C. Conso.) sous peine d'amende administrative (art. L. 522-1, C. Conso)
- Transaction** (art. L. 523-1 et suivants C. Conso.)
- Intervention à l'instance pénale et civile**



F. SANCTIONS PÉNALES

- ❑ **Transposition à venir de la directive 2019/2161 du 27 novembre 2019 portant modification de la directive 2005/29/CE relative à la modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs :**

Un projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et législative a été déposé le 12 février 2020 (les dispositions devront être adoptées avant le 28 novembre 2021 et entrer en vigueur au plus tard le 28 mai 2022).



- ✓ Insertion d'un nouveau type de sanction : La réparation des dommages subis par le consommateur et, le cas échéant, la réduction du prix ou la fin du contrat

G. SANCTIONS CIVILES

➤ **Action civile des victimes directes et indirectes devant le juge pénal (constitution de partie civile, ou citation directe, ou dépôt d'une plainte avec constitution de partie civile) :**

- ❖ Action du consommateur
- ❖ Action du concurrent : peut être engagée même si le demandeur n'est pas un concurrent *stricto sensu* de l'auteur des actes à condition d'établir un préjudice
- ❖ Action des organismes professionnels
- ❖ Action associative



G. SANCTIONS CIVILES

➤ **Action des victimes devant les juridictions civiles :**

✓ **Action en réparation des victimes de concurrence déloyale**

- ❖ Action du concurrent
- ❖ Action du titulaire d'un droit (titulaire d'un nom commercial, d'une marque)
- ❖ Action de l'animateur d'un réseau de distribution : le tiers revendeur induisant les consommateur en erreur sur sa qualité de distributeur agréé
- ❖ Action d'une association de consommateurs en réparation du préjudice collectif résultant de la pratique commerciale trompeuse (L. 621-1 C. Conso)
- ❖ Action syndicale en défense des intérêts de la profession représentée (L. 2132-3 code du travail)

✓ **Action en référé en cessation d'un trouble manifestement illicite**

- ❖ Action du concurrent
- ❖ Peut être exercée par une association de consommateurs, le trouble portant préjudice à l'intérêt collectif des consommateurs avec la possibilité de solliciter la publication de la décision (art. L. 621-11 C. conso).

✓ **Action sur le terrain contractuel ou quasi-contractuel** : annulation du contrat conclu avec la victime en cas de caractérisation du dol ou de l'erreur, remise forcée du lot dans le cadre des loteries publicitaires.

III. PRATIQUES COMMERCIALES AGRESSIVES

✓ **Conditions de l'infraction :**

❑ *Une pratique commerciale*

❑ *Des **sollicitations répétées et insistantes** ou la **contrainte physique ou morale**.*

❑ **Exemples :**

- Se rendre 14 fois, en moins de 2 mois, au domicile d'une personne malade, pour lui faire signer des contrats de toute nature (CA Douai, 3 juill. 2014) ;
- Fournir des personnes âgées en produits agricoles à des tarifs extrêmement supérieurs au prix du marché et en faisant usage d'une contrainte morale de nature à vicier leur consentement et à entraver leurs droits contractuels (Cass. Crim., 1 avril 2014).
- Conclure un contrat en présence d'un coursier qui incommode ou trouble la réflexion du consommateur quant à la décision commerciale à prendre, par exemple en l'informant qu'en cas d'absence ou de retard de signature du contrat ou de l'avenant, il pourrait recevoir une évaluation défavorable de la part de son employeur (CJUE, 12 juin 2019).

❑ *Une **altération du consentement du consommateur** ou une **entrave à l'exercice de ses droits contractuels** (ex: droit de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur)*



A. PRATIQUES REPUTEES AGRESSIVES

- La directive du 11 mai 2005, transposée par la LME à l'article L. 121-7 du code de la consommation, a dressé une **liste « noire » des pratiques qui sont considérées d'office comme agressives (7 pratiques sont listées).**

Exemples :

- ✓ Sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, mail, fax ou tout autre moyen de communication téléphonique à distance
- ✓ Donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu
- ✓ D'informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel sont menacés
- ✓ Donner l'impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera en accomplissant un certain acte alors que le prix n'existe pas ou que l'avantage est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût

B. SANCTIONS

- ✓ **Sanctions pénales et civiles** (Articles L.132-10 à L.132-12 du Code de la consommation) :
 - ✓ **Sanctions pénales:** Emprisonnement de 2 ans (L. 132-1 C. conso) et amende de 300 000€ pour les personnes physiques et 1,5 million d'euros pour les personnes morales (ou potentiellement 10% du chiffre d'affaires moyen annuel)
 - ✓ **Sanction civile:** L'article L. 132-10 C. conso prévoit que le contrat conclu à la suite d'une pratique commerciale agressive mentionnée aux articles L. 121-6 et L. 121-7 est nul et ne produira aucun effet.
- ✓ **Possible cumul d'infractions** - Une double sanction peut être infligée au prévenu lorsque, par des actes distincts, il a commis les délits de pratique commerciale trompeuse et de pratique commerciale agressive (Crim., 10 septembre 2019).

SECTION 2 – AUTRES PRATIQUES COMMERCIALES INTERDITES

- **Abus de faiblesse** (art. L.121-8 C. conso) : protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente, à domicile ou non.
- **Ventes forcées** (art. L.121-12 C. conso) : envoi d'un objet à une personne qui ne l'a pas commandé en lui proposant soit de l'acquérir, soit de le renvoyer. Méthodes reposant sur la passivité ou la négligence des clients.
- **Ventes avec prime déloyales** (slide suivant).
- **Ventes subordonnées ou liées** (slide suivant).
- **Loteries publicitaires** (slide suivant).

➤ **Ventes avec prime déloyales (art. L.121-19 du Code de la consommation) :**

Toute vente ou offre de vente, de produits / biens / prestations de services, d'un professionnel à un consommateur, donnant droit à titre gratuit à une prime consistant en des produits / biens / services, **est licite, sauf si l'opération a un caractère déloyal.**

- ✓ S'applique aux remises immédiates ou différées (exemple : cartes de fidélité ou bons d'achat).
- ✓ Exemple de vente avec prime : « gratuit » ou « cadeau » apposé sur l'emballage.
- ✓ **La pratique est « déloyale » lorsqu'elle résulte de la valeur disproportionnée de la prime par rapport à celle de l'objet principal** (exemple : promotion durant 3 mois consistant à proposer la remise d'une prime à l'achat de 10 boîtes de lessive conçues pour plusieurs dizaines de lavages chacune) ou lorsqu'elle constitue une **pratique commerciale trompeuse** (ex: décrire un produit comme « gratuit » alors que le consommateur doit déboursier d'autres frais, not. pour la livraison de l'article gratuit).
- ✓ NB : Ventes avec primes interdites *per se* pour certaines ventes : tabac, alcool, produits pharmaceutiques, préparations pour nourrissons, etc.

➤ **Ventes subordonnées ou liées (art. L.121-11, al. 2 C. conso) :**

- ❖ Est **interdit** le fait d'imposer l'achat d'une quantité minimale, l'achat par lots d'un même produit ou de produits différents, l'achat d'un produit ou service concomitant ou encore de subordonner l'achat d'un bien ou d'un service à la souscription d'un contrat d'assurance accessoire au bien ou service vendu **si cette subordination constitue une pratique commerciale déloyale.**
 - Sur la quantité minimale : l'achat de produits de pâtisserie et de boucherie subordonné à une quantité minimale (Crim., 29 octobre 1984).
 - Sur l'achat par lots : le consommateur n'étant pas en mesure de refuser l'achat de certains articles composant le lot (Crim., 4 décembre 1968).
 - Sur l'absence de caractère déloyal de la vente liée d'ordinateurs et de leurs logiciels d'exploitation (Civ., 1^{re}, 29 mars 2017).
- ❖ La vente par lot est admise lorsqu'elle porte sur un seul et même produit et qu'elle est conforme aux usages commerciaux (ex : « pack » de lait).
- ❖ Si le lot comporte des produits distincts, aucune infraction ne sera retenue si le consommateur a la possibilité de se procurer séparément les marchandises réunies dans le lot.



Loteries publicitaires :

- ❖ Principe de prohibition : « *les loteries de toute espèce sont prohibées* » (L. 322-1 du code de la sécurité intérieure).
Les loteries représentent un danger en raison de leur caractère incitatif.
- ❖ Exceptions : Le code de sécurité intérieure prévoit des exceptions à cette prohibition : les lotos traditionnels (L. 322-4 C. sécurité intérieure), loteries foraines (L. 322-5 C. sécurité intérieure), loteries communales ou nationales (lois du 29 avril 1930 et 31 mai 1933) ainsi que **les loteries publicitaires (L. 121-20 C. conso)**.
- ✓ Définition: L'article L. 121-20 énonce : « Dès lors qu'elles sont déloyales au sens de l'article L. 121-1, sont interdites les pratiques commerciales mises en œuvre par les professionnels à l'égard des consommateurs, sous la forme d'opérations promotionnelles tendant à l'attribution d'un gain ou d'un avantage de toute nature par la voie d'un tirage au sort, quelles qu'en soient les modalités, ou par l'intervention d'un élément aléatoire ».
- ✓ En résumé: la loterie sera interdite si elle constitue :
 - Une pratique commerciale trompeuse *per se* au sens de **l'article L.121-4, 18°** (« affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable ») **ou de l'article L.121-4, 19°**(« décrire un produit ou un service comme étant " gratuit ", " à titre gracieux ", " sans frais " ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article »).
 - Une pratique commerciale agressive *per se* au sens de **l'article L. 121-7, 7°** (« De donner l'impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait, soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent ; soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.)
 - Une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 121-1.

PARTIE III – VENTE

Section 1 : Conditions de validité

- I. Le consentement
- II. L'obligation d'information

Section 2 : Les clauses abusives

- I. Historique
- II. Le champ d'application
- II. Le contrôle du déséquilibre significatif
- III. Les pouvoirs du juge

Section 3 : Contrats conclus à distance et hors établissement

- I. Ventes à distance
- II. Démarchage téléphonique
- III. Contrats conclus hors établissement

SECTION 1 – CONDITIONS DE VALIDITÉ

I. LE CONSENTEMENT

II. L'OBLIGATION D'INFORMATION

SECTION 1 – CONDITIONS DE VALIDITÉ

- ✓ Les conditions de validité résultent d'une application du droit civil et du droit de la consommation :
 - ❑ Protection des intérêts du consommateur profane par le droit civil (vices du consentement et obligation d'information).
 - ❑ Le droit de la consommation va plus loin, notamment pour les obligations d'information, de conformité et de sécurité.

- ✓ **L'ordonnance n°2016-131, entrée en vigueur le 1^{er} octobre 2016, a adopté la réforme du droit des contrats** qui vise à moderniser, préciser, clarifier et simplifier le Code napoléonien.

- ✓ Notamment : codification de la solution jurisprudentielle du dol par dissimulation intentionnelle (art. 1137 C. civ), le principe de liberté contractuelle (art. 1102 C. civ), ou de la bonne foi dès le stade de la négociation et de la formation du contrat (art. 1104 C. civ).

I. LE CONSENTEMENT

A. L'ERREUR

- Erreur sur les **qualités essentielles** c-à-d « **celles qui ont été expressément ou tacitement convenues et en considération desquelles les parties ont contracté** » (art. 1133, al. 1^{er} C. civ.) : peut porter sur la prestation elle-même ou sur la chose objet de la prestation. Conception au cas par cas, mais extensive de la notion.

Exemples pour un véhicule : son caractère neuf, son millésime, son modèle, son kilométrage (Com. 29 novembre 2016), mais pas l'existence d'un gage (qui n'affecte pas les qualités intrinsèques de la chose vendue).

Autre exemple : la perspective d'une situation avantageuse prise en considération dans la détermination du prix d'un contrat de bail (Civ. 3^{ème}, 2 octobre 2013).



1. Caractère de l'erreur

- ❑ Erreur **déterminante** (art. 1130 C. civ.) : l'erreur a gravement vicié le consentement d'un des contractants. Exemple: erreur sur l'authenticité d'une toile (Cf. not. Aff. Spoerri).
- ❑ Erreur **excusable** (art. 1132 C. civ.) : seule une erreur excusable justifie l'annulation du contrat (autrement dit, l'errans négligent ne peut s'en prendre qu'à soi-même). Le caractère inexcusable de l'erreur s'apprécie *in concreto*.
- ❑ **L'acceptation d'un aléa (doute)** sur une qualité essentielle de la chose vendue exclut également toute allégation ultérieure d'une erreur (adage « *l'aléa chasse l'erreur* » et art. 1133 C. civ.).
- ❑ **Cas d'exclusion (erreurs indifférentes) : erreur directe sur la valeur** - art. 1136 C. civ. (à distinguer de l'erreur sur le prix résultant d'une erreur sur les qualités essentielles, elle-même cause de nullité) ou **erreur sur les motifs** - art. 1135 C. civ. (sauf stipulation expresse dans la convention : Exemple: **acquisition d'équipement médicaux ne répondant pas aux besoins de l'activité paramédicale d'une infirmière en milieu rural - Com. 11 avril 2012**).

2. Preuve de l'erreur



- ❑ L'erreur étant un fait juridique, la charge de la preuve pèse sur *l'errans*. Elle peut être rapportée par tous moyens.
- ❑ Conditions à avancer :
 - Un décalage entre la croyance de *l'errans* et la réalité ;
 - Portant sur une condition essentielle convenue entre les parties ;
 - Déterminante du consentement.

3. Sanction de l'erreur



- ❑ **Action en nullité** entraînant les **restitutions réciproques** (art. 1352 et s. C. Civ.), dans un délai de **5 ans** à compter de la découverte de l'erreur (art. 2224 C. Civ.) (non cumulable avec l'action en garantie des vices cachés).
- ❑ Action (autonome) en **responsabilité extracontractuelle** pour réparation du dommage distinct de celui causé par l'annulation, contre le cocontractant ou un tiers, à condition de prouver une **faute** (*exemple*: commissaire-priseur ou expert auteur d'une certification inexacte).

B. LE DOL

1. Caractère du dol

- L'expression « dol » vise une tromperie qui amène l'autre partie à conclure le contrat sur une fausse conviction ;
- Le dol permet de sanctionner tout type d'erreur déterminante du consentement de la victime (art. 1137 à 1139 C. civ.), avec deux éléments :

❑ Élément moral :

- **Erreur de la victime :**

La faute intentionnelle provoquée par l'une des parties doit avoir entraîné chez le cocontractant l'erreur à l'origine du contrat. Dans ce cas l'erreur sur la valeur de la prestation ou l'erreur sur un simple motif est admise.

→ L'art. 1139 expose que « L'erreur résultant du dol est toujours excusable » (pas d'application de l'adage *nemo auditur propriam turpitudinem allegans*).

- **Intention de tromper :**

Le dol nécessite une intention de tromper de la part de son auteur, ce qui suppose une mauvaise foi de ce dernier.

❑ Élément matériel :

- **Manœuvre dolosive :**

Pressions, artifices ou mensonge (forme la plus courante de dol).

- **Dissimulation intentionnelle:**

Silence sur une information déterminante du consentement du cocontractant, qui l'aurait empêché de contracter si elle avait été connue de lui (Civ. 1^{ère}, 19 juin 1985).



→ Attention : la dissimulation intentionnelle nécessite une intention pour être sanctionné (Com. 25 juin 2005)

2. Preuve du dol



- La partie invoquant le dol porte la charge de la preuve ;
- Elle doit prouver l'élément matériel et l'élément moral ;
- Le dol peut être prouvé, comme l'erreur, par tous moyens, mais ne se présume pas :



- La charge de la preuve pèse sur le vendeur professionnel, lorsqu'il est tenu d'une obligation de renseignement (Civ., 1^{ère}, 15 mai 2002).
- Toutefois le cocontractant qui garde le silence sur des informations dont il ne pouvait ignorer l'importance pour l'autre partie l'a nécessairement fait intentionnellement (Com. 9 janvier 2019 - facilitation de la preuve).

3. Sanction du dol



- Action en **nullité** seulement si le dol émane d'une partie au contrat ou d'un tiers au sens de l'art. 1138 du C. civ., dans un délai de **5 ans** à partir du jour où le dol a été découvert (cumul possible avec l'action en garantie des vices cachés).
- Action (autonome) en **réparation** sur le fondement de la responsabilité délictuelle, outre les dommages et intérêts moratoires venant déjà sanctionner la mauvaise foi de l'auteur du dol.

II. L'OBLIGATION D'INFORMATION

➤ Deux types d'obligations d'information :

- ❑ Code civil : **devoir général d'information précontractuel pesant sur toute partie au contrat à venir** (art. 1112-1 du C. civ.) créé par l'ordonnance n° 2016-131 du 1^{er} octobre 2016.
- ❑ Code de la consommation : **obligation d'information précontractuelle pesant sur les professionnels à l'encontre des consommateurs** (articles L. 111-1 et suiv. du C. conso).
- **Voir également, en fonction du type de contrat** : en matière de crédit à la consommation (art. L. 312-12 et s. du Code de la conso.), d'assurances (art. L. 112-2 du Code des ass.), d'immeubles à construire (art. L. 261-15 Code de constr. et hab.), de bail (art. L. 125-2 du Code envir.), de cautionnement (art. L. 312-22 CMF) de mandat (art. 1993 du Code Civ.), de fourniture d'électricité ou de gaz naturel (art. L. 224-1 et s. du Code de la conso.), etc.

A. L'OBLIGATION D'INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE DANS LE CODE CIVIL

➤ Le devoir précontractuel d'information est d'ordre public

Art. 1112-1 du Code civil :

« Celle des parties qui connaît une information dont l'importance est déterminante pour le consentement de l'autre doit l'en informer dès lors que, légitimement, cette dernière ignore cette information ou fait confiance à son cocontractant. Néanmoins, ce devoir d'information ne porte pas sur l'estimation de la valeur de la prestation.

Ont une importance déterminante les informations qui ont un lien direct et nécessaire avec le contenu du contrat ou la qualité des parties.

Il incombe à celui qui prétend qu'une information lui était due de prouver que l'autre partie la lui devait, à charge pour cette autre partie de prouver qu'elle l'a fournie.

Les parties ne peuvent ni limiter, ni exclure ce devoir.

Outre la responsabilité de celui qui en était tenu, le manquement à ce devoir d'information peut entraîner l'annulation du contrat dans les conditions prévues aux articles 1130 et suivants. »



- ❖ **En pratique, il revient au créancier de l'obligation de prouver :**
 - ✓ l'existence d'une information **déterminante** de son consentement:
 - **Devoir large** : toutes les informations qui ont un **lien direct et nécessaire avec le contenu du contrat ou la qualité des parties.**
 - ✓ son ignorance **légitime** ou **le lien de confiance** l'unissant à son cocontractant.
 - ✓ la **connaissance** d'une telle information par le débiteur.

1. L'obligation de renseignement

- Le vendeur professionnel doit permettre à l'acheteur profane de s'engager en toute connaissance de cause (*Com., 19 février 2008: « permettre de prendre la décision appropriée à sa situation »*) sur :
 - ✓ Les caractéristiques de la chose;
 - ✓ Ses conditions d'utilisation;
 - ✓ Ses précautions d'emploi,
- Mais pas d'obligation de prendre parti sur telle ou telle option (contrairement au devoir de conseil).

2. L'obligation de mise en garde

- Attirer l'attention de l'acheteur sur les risques encourus en cas d'utilisation du produit acquis (plus lourde que l'obligation de renseignement).
- Exemple : devoir de mise en garde de la banque à l'égard de clients non avertis, ou devoir de mise en garde sur la santé du cheval lors d'une cession hippique (CA Versailles, 14 novembre 2019).

3. Le devoir de conseil

- C'est l'obligation la plus contraignante : conseiller l'acheteur sur la solution qui semble la plus adaptée à ses besoins.
 - Com., 31 janvier 2018: devoir de conseil concernant du matériel informatique.
 - Civ. 1^{ère}, 4 février 2015 : La mission d'assistance en justice emporte pouvoir et devoir de conseiller la partie.
 - CA Paris 7 juin 2019 : Même s'il pèse sur le fabricant un devoir de conseil quant à l'adaptation du bien vendu à l'usage auquel il est destiné, le seul fait que le fabricant ait effectué une livraison sur place pendant les travaux ne permet pas de conclure qu'il avait connaissance du futur usage par des avions gros porteurs de la piste à laquelle les caniveaux qu'il fabrique étaient destinés.



4. L'intensité de l'obligation d'information

- L'obligation d'information qui pèse sur le fabricant, le vendeur ou le prestataire de services à l'égard de l'acheteur dépend des **qualités personnelles des cocontractants** (appréciation *in concreto* de l'éventuel déséquilibre des connaissances entre vendeur et acheteur).
 - Obligation de mise en garde du **fabricant** lorsqu'il met sur le marché un produit dangereux (Civ. 1^{ère}, 11 octobre 1983 ; Civ. 1^{ère}, 14 mai 2009 pour un vendeur de rat).
 - Obligation de mise en garde du **vendeur** ou de **l'installateur** qui doit informer l'acheteur des dangers ou inconvénients liés à l'utilisation de la chose (Civ. 3^{ème}, 19 janvier 2017, pour un entrepreneur en matière de tuyauterie métallique).
 - Même la **présence d'un professionnel aux côtés de l'acheteur non-professionnel** ne suffit pas à dispenser le vendeur de son obligation de conseil (Civ. 1^{ère}, 19 févr. 2008) et la présence au côté de l'assuré de son courtier en assurance est sans incidence (Civ. 1^{ère}, 29 octobre 2014).

- l'obligation d'information du **fabricant à l'égard de l'acheteur professionnel** n'existe que dans la mesure où la **compétence** de celui-ci ne lui donne pas les moyens d'apprécier la portée exacte des caractéristiques techniques des biens qui lui sont livrés, de sorte que, s'il a cette compétence, c'est à cet intermédiaire professionnel de prendre toute mesure utile à la bonne information du public (Civ. 1^{ère}, 3 juin 1998 ; CA Pau, 24 mai 2019 ; pour un intermédiaire financier : Com., 13 juillet 2010).
- Le **vendeur professionnel** doit lui-même **aller se renseigner** et ne peut invoquer son manque d'expérience ou de spécialisation dans la vente des produits en cause lorsqu'il agit dans son domaine global de compétence (Civ. 1^{ère}, 1^{er} mars 2005 ; Civ. 3^{ème}, 3 avril 2013).
- L'intensité de l'obligation d'information diminue en présence d'un **acheteur professionnel, qui doit même informer le vendeur des spécifications particulières qu'il recherche** (Com. 1^{er} février 2011).
- Le **vendeur occasionnel** ou profane n'est pas présumé détenir toutes les informations mais **s'il les a**, il est tenu de les délivrer.

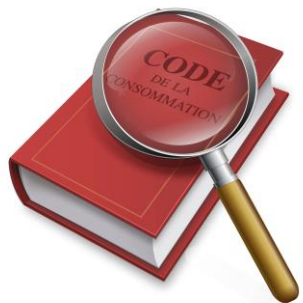
B. L'OBLIGATION D'INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE DANS LE CODE DE LA CONSOMMATION

- ❖ Obligation générale d'information précontractuelle posée aux articles L. 111-1 à L. 111-8 du C. conso et détaillée dans les chapitres suivants.
 - chapitre II sur les prix et conditions de vente,
 - chapitre III sur les conditions sociales de fabrication d'un produit,
 - chapitre IV sur la remise de contrats-types par le professionnel à la demande des consommateurs.

- ❖ Ces obligations d'information ont pour seul créancier le **consommateur** (défini dans l'article liminaire du Code de la consommation comme « *toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole* »).

❖ Obligation renforcée par la Loi Hamon du 17 mars 2014 : **charge plus grande pesant sur les professionnels** (art. L. 111-1 du C. conso) :

- ❑ L'information doit être délivrée **avant que le consommateur soit lié par un contrat** (et non « au plus tard lors de la livraison » par exemple);
- ❑ En langue française, de manière **lisible et compréhensible**;
- ❑ **Tout professionnel** y est tenu, y compris le prestataire de service;
- ❑ Le nombre d'informations à délivrer a **augmenté** (voir notamment art. R. 111-1 et suiv. C. Conso) :



- Art. L.111-1, 1° 2° et 3° du C. conso : **les caractéristiques essentielles** du bien ou du service, le **prix** et la **date ou délai de livraison** du bien ou de réalisation de la prestation;
- Art. L.111-1, 4° et 5° du C. conso : **identité du professionnel, coordonnées postales, téléphoniques et électroniques, ses activités, voire garanties légales.**

1. Information sur les caractéristiques essentielles du bien ou du service

- ❑ Obligation précontractuelle de communiquer les **caractéristiques essentielles** du bien ou du service (art. L. 111-1 C. conso).

Ex. « *le consommateur doit pouvoir prendre connaissance des caractéristiques essentielles des services pour lesquels il souscrit un contrat (...) le professionnel ne peut effectivement qu'abusivement présenter au consommateur la collecte des données à caractère personnel lorsqu'il ne le fait que **comme une simple et seule condition d'amélioration des services proposés** alors que la **finalité réelle et première de cette collecte est celle de l'organisation d'envois de publicités ciblées** auprès de ce même consommateur en exploitant commercialement l'ensemble de ses données à caractère personnel* ». **UFC Que Choisir/ Google, TGI de Paris, 12 février 2019 ou CA Paris, 7 mars 2019.**



- ❑ La notion ne fait pas l'objet d'une définition légale et est laissée à l'appréciation du juge.
- ❑ Il est possible de se référer aux « caractéristiques essentielles » du bien ou service en matière de pratique trompeuse (art. L. 121-2 C. conso). Cette notion recouvre les qualités substantielles et la composition du produit, ses conditions d'utilisation, l'aptitude à l'usage, les propriétés et résultats attendus de son utilisation.

2. Information sur les prix

- ❑ Prix et conditions de vente : seulement dans les rapports entre un consommateur et un vendeur professionnel et non le fabricant.
- ❑ Si le prix n'est pas calculable à l'avance, le vendeur doit fournir le mode de calcul du prix et s'il y a lieu, de tous les autres frais éventuels.
 - ❖ Le devis est considéré comme un élément déterminant d'information concernant le prix : l'absence de délivrance traduit un défaut d'information du consommateur lorsqu'aucun autre élément ne vient renseigner le consommateur sur le prix (CA Rouen, 3 mars 2016).
- ❑ Paiements supplémentaires : s'assurer auprès du consommateur de son **consentement au paiement de tous frais supplémentaires** venant s'ajouter au prix de l'objet principal (pas de précochage).

Cf. art. L. 112-1 à L. 112-4 C. Conso. et arrêté du 3 décembre 1987

3. Information sur les délais de livraison

- Ne concerne que les contrats portant sur la vente d'un bien meuble ou la fourniture d'une prestation de services à un consommateur.
- Faculté de dénonciation** du contrat en cas de non respect par le professionnel de ses obligations de livraison (art. L. 216-1 et s. C. Conso.).

4. Information sur les pièces détachées

- Période de disponibilité** sur le marché des pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens.
- Obligation de fourniture des pièces détachées** indispensables à l'utilisation des biens vendus, **dans un délai de deux mois, aux vendeurs professionnels ou importateurs, agréés ou non**, qui lui en ont fait la demande.
- L'adoption de la loi du 10 février 2020 sur l'économie circulaire modifie en substance les obligations du professionnel. Elle prévoit, à compter de 2022, que le professionnel précisera **à la fois la période de disponibilité et de non-disponibilité**. Par ailleurs l'obligation de fourniture des pièces détachées s'effectuera **non plus dans un délai de deux mois mais de quinze jours**.

5. Information sur la reconduction du contrat (due en cours de contrat)

Information sur la **date limite** de non-reconduction dans des termes **clairs et compréhensibles** au plus tôt **3 mois et au plus tard 1 mois** avant le terme de la période autorisant le rejet de la reconduction (art. L. 215-1 C. Conso).

6. Autres

Doivent également être portées à la connaissance du consommateur les informations suivantes :

- Les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte (art. L. 111-1, 4° C. conso) ;
- S'il y a lieu, les informations relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence de toute restriction d'installation de logiciel, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles (art. L. 111-1, 5° C. conso).

C. LA PREUVE



- Le professionnel qui prétend avoir donné une information doit en apporter la preuve (art. L. 111-5 du C. Conso).
= Renversement de la charge de la preuve, qui fait peser une sorte de présomption de mauvaise foi sur le vendeur professionnel.

Exemple: Civ. 1^{ère}, 1^{er} octobre 2014 : « *La société Carrefour voyages affirme, sans en justifier par la moindre pièce, que la formule TGV Air impliquait l'annulation du voyage en avion si le voyage en train n'était pas effectué, mais n'établit pas que cette information essentielle, qui ne figure pas sur les documents contractuels, ait été portée à la connaissance de M. X* ».

Rappel : le manquement à une obligation précontractuelle d'information, à le supposer établi, ne peut suffire à caractériser le dol par réticence, si ne s'y ajoute la constatation du caractère intentionnel de ce manquement et d'une erreur déterminante provoquée par celui-ci (Civ. 2^{ème}, 30 juin 2011).

- La preuve peut être rapportée par tous moyens.

D - LES SANCTIONS DU DÉFAUT D'INFORMATION

1. Sanctions civiles

- **Nullité du contrat** pour vice de consentement **au stade précontractuel** (Cf. art. 1112-1 et 1130 et suiv. du C. civ).
- **Résolution de la vente** : lorsque le manquement du vendeur se rattache à **l'exécution du contrat** et présente un caractère de gravité suffisante ([Com. 22 janvier 2020](#)).
- Action en **responsabilité** pour réparation du préjudice subi (condamnation du débiteur à des **dommages et intérêts**, cf. art. 1231-1 du C. civ).



V. Paris, 20 juin 2018 : condamnation à verser des indemnités selon le pourcentage de probabilité de conclusion d'un contrat à des conditions plus avantageuses

2. Sanctions administratives



- **Amende** dont le montant ne peut excéder 3 000€ pour les personnes physiques et 15 000€ pour les personnes morales (L131-1 C. conso).
- Dans le cas d'un manquement à l'obligation d'information loyale et transparente s'imposant aux sites comparateurs de prix et plateformes d'avis en ligne (art. L. 111-7 et suiv. C. conso):
 - amende dont le montant ne peut excéder 75 000€ pour les personnes physiques ou 375 000€ pour les personnes morales (art. L 131-4 C. conso).

3. Sanctions pénales



- Contravention de 5^e classe pour manquement à l'obligation de remise des contrats-types (art. L. 114-1 et R. 131-1 C. conso).
- Si le manquement à l'obligation d'information précontractuelle constitue une pratique commerciale trompeuse (art. L 121-2 à L. 121-4 C. Conso) il peut constituer un délit au sens de l'article L 132-1 C. conso : cette pratique est punie d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros.

SECTION 2 – LES CLAUSES ABUSIVES

I. HISTORIQUE

II. LE CHAMP D'APPLICATION

III. LE CONTRÔLE DU DÉSÉQUILIBRE SIGNIFICATIF

VI. LES POUVOIRS DU JUGE

- Principe de l'**autonomie de la volonté** : les conventions doivent être négociées de **bonne foi** et tiennent lieu de **loi** entre les parties (art. 1103 et suiv. C. civ).
- Cependant, cette harmonie ne tient pas compte des rapports de force économiques en cas de contrats d'adhésion, voire négociés.

I. HISTORIQUE

1. Répression des clauses abusives en droit français

- ❖ Loi du 10 janvier 1978 dite loi Scrivener.
- ❖ Décret du 24 mars 1978 (visant quatre types de clauses seulement).
- ❖ La Cour de Cassation s'est progressivement affranchie de ces textes et s'est reconnu un pouvoir autonome.

2. Répression des clauses abusives encouragée par le droit européen

- ❖ Directive 93/13/CEE du 5 avril 1993 (avec une liste de clauses en annexe), transposée dans l'ordre juridique interne par la loi du 1^{er} février 1995.
- ❖ Révision par la loi LME du 4 août 2008 :
 - ❖ Instauration des listes « noire » et « grise » ;
 - ❖ Introduction de la sanction des clauses abusives dans les rapports entre professionnels (code de commerce).
- ❖ Recodification dans le code de la consommation par ordonnance du 14 mars 2016.

3. Extension de la protection contre les clauses abusives

❖ En droit commercial : art. L. 442-1, I, 2° C. com :

« Engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé le fait, **dans le cadre de la négociation commerciale, de la conclusion ou de l'exécution d'un contrat**, par toute personne exerçant des activités de production, de distribution ou de services : (...)

2° De **soumettre ou de tenter de soumettre l'autre partie à des obligations créant un déséquilibre significatif** dans les droits et obligations des parties. ».

❖ En droit commun des contrats : art. 1171 C. civ :

« **Dans un contrat d'adhésion**, toute clause **non négociable**, déterminée à l'avance par l'une des parties, qui crée un **déséquilibre significatif** entre les droits et obligations des parties au contrat est réputée non écrite.

L'appréciation du déséquilibre significatif ne porte ni sur l'objet principal du contrat ni sur l'adéquation du prix à la prestation. »

4. Nouveautés

- ❖ Communication de la commission européenne du 27 septembre 2019 sur l'interprétation et l'application de la directive n° 93/13/CEE.
- ❖ Directive n° 2019/2161 du 27 novembre 2019 modifiant la directive 93/13/CEE s'agissant des sanctions.

II. LE CHAMP D'APPLICATION

- Le contrôle des clauses abusives est posé à l'article L. 212-1 du C. conso :

« Dans les contrats conclus **entre professionnels et 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. ».

- L'article R. 212-5 C. conso ajoute que les dispositions relatives aux clauses abusives sont également applicables aux contrats conclus entre **professionnels et non professionnels**.



A. DEFINITION LEGALE DE CONSOMMATEUR OU DE NON-PROFESSIONNEL

Article liminaire du code de la consommation



« Pour l'application du présent code, 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 ;
- **non-professionnel** : toute personne morale qui n'agit pas à des fins professionnelles. » .



Ces dispositions protectrices sont aussi applicables au consommateur ressortissant d'un Etat-membre de l'Union européenne (art. L. 232-1 C. conso), et ce lorsque le contrat, support de la clause, présente un lien étroit avec le territoire d'un Etat-membre.

B. DEFINITION LEGALE DE PROFESSIONNEL

Article liminaire du code de la consommation :

« Pour l'application du présent code, on entend par : (...)

- **professionnel** : 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, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel. ».
- Reprend la définition posée par la directive 2011/83/UE (article 2. 2).



C. DEFINITION DE LA CLAUSE ABUSIVE

1. Définition de l'article L. 212-1 C. conso :

« Dans les contrats conclus **entre professionnels et 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. (...) »

L'appréciation du caractère abusif des clauses au sens du premier alinéa ne porte ni sur la définition de l'objet principal du contrat ni sur l'adéquation du prix ou de la rémunération au bien vendu ou au service offert pour autant que les clauses soient rédigées de façon claire et compréhensible. (...) ».

2. Règles de présentation des clauses

❖ Exigence de clarté : l'art L. 211-1 al 1^{er} C. Conso dispose que la clause doit être claire et compréhensible
« Les clauses des contrats proposés par les professionnels aux consommateurs doivent être présentées et rédigées de façon claire et compréhensible ».

3. Règles d'interprétation des clauses

❖ Art L. 211-1, al 2 C. Conso dispose que les clauses « *s'interprètent en cas de doute dans le sens le plus favorable au consommateur. Les dispositions du présent alinéa ne sont toutefois pas applicables aux procédures engagées sur le fondement de l'article L. 621-8.* ».

❖ Article L 212-1 C. conso :

« Sans préjudice des règles d'interprétation prévues aux articles 1188, 1189, 1191 et 1192 du code civil, le caractère abusif d'une clause s'apprécie en se référant, au moment de la conclusion du contrat, à toutes les circonstances qui entourent sa conclusion, de même qu'à toutes les autres clauses du contrat. Il s'apprécie également au regard de celles contenues dans un autre contrat lorsque les deux contrats sont juridiquement liés dans leur conclusion ou leur exécution.

Art 1188 C. civ :

« *Le contrat s'interprète d'après la commune intention des parties plutôt qu'en s'arrêtant au sens littéral de ses termes. Lorsque cette intention ne peut être décelée, le contrat s'interprète selon le sens que lui donnerait une personne raisonnable placée dans la même situation.* ».

Art 1190 C. civ :

« *Dans le doute, le contrat de gré à gré s'interprète contre le créancier et en faveur du débiteur, et le contrat d'adhésion contre celui qui l'a proposé.* ».

III. LE CONTRÔLE DU DÉSÉQUILIBRE SIGNIFICATIF

A. PREAMBULE

B. CLAUSES RELATIVES À LA CONCLUSION DU CONTRAT

C. CLAUSES RELATIVES AU PÉRIMÈTRE DU CONTRAT

D. CLAUSES RELATIVES À L'EXÉCUTION DU CONTRAT

E. CLAUSES RELATIVES À LA FIN DU CONTRAT

F. CLAUSES RELATIVES À LA RÉOLUTION DES LITIGES

III . LE CONTRÔLE DU DÉSÉQUILIBRE SIGNIFICATIF

A. PREAMBULE

- ❖ En droit français, l'analyse s'effectue d'abord au regard des articles R.212-1, et R.212-2 conso :



- **Clauses « noires » : clauses réputées abusives de manière irréfutable ;**
 - **Clauses « grises » : présumées abusives, mais pour lesquelles le professionnel peut renverser la présomption.**
- ❖ Autrement, le juge doit contrôler le caractère éventuellement abusif de la clause en fonction de l'al 1^{er} de l'art. L 212-1 C. conso.

- ❖ Evaluation contextuelle du juge *in concreto*, en prenant en compte toutes les circonstances liées à la conclusion du contrat.
- ❖ Le juge peut également s'inspirer des avis et recommandations de la Commission des clauses abusives (non-contraignant) :

« La commission des clauses abusives, (...) connaît des modèles de conventions habituellement proposés par les professionnels à leurs contractants consommateurs ou non professionnels. Elle est chargée de rechercher si ces documents contiennent des clauses qui pourraient présenter un caractère abusif. » (art. L. 822-4 C. Conso).

B. CLAUSES RELATIVES À LA CONCLUSION DU CONTRAT

- **Clauses affectant l'existence ou la teneur du contrat** : clauses susceptibles de revêtir un caractère abusif.

1. **Clauses potestatives**


Ces clauses sont potentiellement nulles, car la conclusion du contrat ne peut être subordonnée lorsque la réalisation de la condition relève du seul pouvoir d'une partie.

2. **Clauses de dédit ou de rétractation :**




Ces clauses sont considérées comme abusives si elles restreignent la faculté de rétractation du droit de la consommation aux consommateurs.

- Cependant, la clause qui soumet l'exercice du droit de rétractation à l'obligation pour le consommateur de renvoyer le produit ne crée pas de déséquilibre significatif – CA Paris, 05/06/2014, n° 12/19175 

3. Clauses relatives à la description de la chose ou de la prestation

- Exemple : la clause qui permet au vendeur à distance de fournir des informations relatives aux modes et conseils d'utilisation du produit au plus tard au moment de la livraison, est abusive, dès lors qu'elle lui permet de s'affranchir de son obligation précontractuelle d'information – TGI Paris, 04 février 2003 

4. Clauses relatives au prix de la chose ou de la prestation


- Exemple : le professionnel ne peut prévoir une fixation du prix selon le barème en vigueur au moment de la livraison lorsqu'il lui appartient de choisir la date de cette livraison – TGI Grenoble, 30 avril 2004. 
- En revanche n'est pas abusive la clause d'un contrat de dépôt-vente qui permet au dépositaire d'adapter le prix de vente à la demande à l'intérieur d'une fourchette convenue avec le déposant - Civ., 1^{ère}, 1^{er} février 2005 
- Exemple : la clause, qui fait du prix total de la scolarité un forfait intégralement acquis à l'école dès la signature du contrat sans réserver le cas d'une résiliation pour un motif légitime et impérieux, est abusive - Civ. 1^{ère}, 13 décembre 2012 

5. Clauses relatives à la durée du contrat :

Clauses prévoyant notamment une durée minimale d'engagement du consommateur, **empêchant ce dernier de rompre le lien contractuel sont abusives selon la Commission des clauses abusives**. La durée est à apprécier au regard de l'objet du contrat.


Exemple : les clauses de durée minimale d'engagement de 24 mois des contrats de téléphonie mobile ne peuvent être considérées abusives dès lors que l'abonné conserve la possibilité de résilier le contrat au cours de cette période, CA Besançon, 27 mai 2009. 

6. Clauses relatives à la substitution du débiteur :





Exemple : en matière de vente de véhicule, est déséquilibrée la clause qui empêche toute substitution de contractant ou cession du contrat et maintient le consommateur dans les liens contractuels, même si sa situation personnelle a brutalement changé, *Civ. 1^{ère}, 14 novembre 2006.* 

C. CLAUSES RELATIVES AU PÉRIMÈTRE DU CONTRAT

1. Adhésion à des clauses extérieures ou non communiquées – clauses de renvoi

- **Une clause de renvoi aux conditions générales est licite.** Pour cela, il faut que le consommateur ou non-professionnel ait pu en prendre connaissance au moment de la conclusion du contrat (Civ. 1^{ère}, 10 avril 1996). 
- La clause de renvoi et les conditions générales doivent être lisibles et claires.
- Le document extérieur auquel renvoie le contrat doit avoir été communiqué au client.

2. Clauses relatives à la modification du contrat

- ❖ Présomption irréfragable du caractère abusif des clauses permettant au professionnel de **modifier unilatéralement** les clauses du contrat relatives à sa durée, aux caractéristiques ou au prix du bien ou service (art. R. 212-1, 3° C. conso). **Exemple : en matière de prêt : Civ. 1^{ère} 27 novembre 2007, en matière bancaire : Civ. 1^{ère} 28 mai 2009.** 
- ❖ Présomption simple du caractère abusif des clauses accordant une faculté de résiliation unilatérale au professionnel pour des éléments du contrat autres que ceux précités (art. R. 212-2, 6° C. conso). 
- ❖ **Deux exceptions :**
 - Clauses permettant au professionnel la modification du prix, dans les contrats à durée indéterminée, si le consommateur est averti dans un délai raisonnable pour être en mesure, le cas échéant, de résilier le contrat. 
 - Modification possible dans le cadre d'une évolution technique (art. R. 212-4 du C. conso). 

D. CLAUSES RELATIVES À L'EXÉCUTION DU CONTRAT

1. Obligations des parties

- Clauses potestatives
 - Les juges sanctionnent les stipulations qui confèrent au professionnel un pouvoir discrétionnaire ou laissent à son choix arbitraire la faculté d'exécuter ou non ses obligations ou de déterminer la portée de celles du consommateur : *CA Rennes, 04 mars 2016 ; CA Paris, 9 Février 2018.* 🚫
- Délais et modalités de livraison : sont réputées abusives les clauses par lesquelles le professionnel stipule une date indicative d'exécution du contrat : *CA Aix-en-Provence, 1^{er} juillet 2015.* 🚫
- Fourniture d'informations d'ordre privé ou confidentielles : le professionnel ne peut imposer à son client la communication de telles informations à des fins de prospection commerciale.

2. Responsabilité du professionnel

❖ Exonération de responsabilité

- le professionnel peut s'exonérer dans les conditions du droit commun :
 - Force majeure ou cas fortuit ;
 - Fait d'un tiers;
 - Faute du non-professionnel ou du consommateur.

« N'est pas abusive la clause qui exclut la garantie conventionnelle d'un constructeur automobile lorsque le client confie les réparations de son véhicule à un professionnel indépendant du réseau de concessionnaires exclusifs ou d'agents car elle ne crée "aucun déséquilibre significatif entre les parties au détriment du consommateur en obligeant ce dernier à confier son véhicule à un concessionnaire ou agent Toyota, dès lors qu'une telle clause concernait uniquement les travaux de réparation effectués en exécution de la garantie conventionnelle, le constructeur en assurant gratuitement la prise en charge et pouvant ainsi exiger la certification et l'agrément préalable du réparateur », Civ. 1^{ère}, 20 mars 2013. 👍



- Les clauses d'exonération absolue et d'absence d'obligation de résultat, qui déchargent le professionnel de toute responsabilité au-delà des cas précités, sont réputées irréfragablement abusives. (R. 212-1, 6° C. Conso)

❖ Réparation du manquement

- **Garantie contractuelle** : toute clause de garantie contractuelle qui empêche l'acquéreur de bénéficier pleinement d'une **garantie légale** est abusive, selon l'art. R. 212-1, 6° du C. Conso.
- **Indemnité de réparation** : Les clauses ayant pour objet ou pour effet de supprimer ou de réduire **le droit à réparation du préjudice** subi par le consommateur ou le non-professionnel en cas de manquement du professionnel à l'une quelconque de ses obligations sont présumées abusives de manière irréfragable, selon l'article R. 212-1, 6° du C. Conso.



3. Responsabilité du consommateur ou du non-professionnel

❖ Exonération de responsabilité

- Toute clause qui contraint le non-professionnel ou le consommateur à exécuter ses obligations alors même que le professionnel n'exécute pas ses propres obligations de délivrance ou de garantie d'un bien ou d'un service (art. R.212-1, 5° C. conso).
- Le consommateur doit pouvoir invoquer la force majeure ou le cas fortuit ; V. par exemple en matière de contrat de transport aérien, Civ. 1^{ère}, 26 avril 2017.



❖ Réparation du manquement

- Pour les clauses de suspension du contrat (*exception d'inexécution*), le manquement du consommateur doit être avéré et fautif pour que le professionnel puisse se soustraire à ses obligations.
- Indemnité de réparation/intérêts de retard : licites, sous réserve de conformité aux exigences de réciprocité, de proportionnalité et de transparence.



E. CLAUSES RELATIVES À LA FIN DU CONTRAT

1. Clause de tacite reconduction

- La durée de reconduction du contrat doit être raisonnable.
- Surtout, le professionnel doit informer par écrit le consommateur ou le non-professionnel de la possibilité de ne pas reconduire le contrat, au plus tôt 3 mois et au plus tard 1 mois avant le terme de la période autorisant la reconduction. A défaut le consommateur peut mettre gratuitement un terme au contrat, à compter de la date de reconduction (art. L.215-1 et L.241-3 C. conso).

2. Clause de retenue ou de restitution

- Les parties au contrat peuvent convenir qu'à l'arrivée du terme du contrat, le professionnel sera rémunéré des coûts qu'il a supportés
 - Soit par la retenue des sommes avancées ou des biens déposés ;
 - Soit par la restitution du bien par le consommateur;

Ainsi, il n'est pas permis au professionnel de retenir les sommes versées au titre de prestations non réalisées par lui, lorsque celui-ci résilie lui-même discrétionnairement le contrat (R. 212-1, 9° C. conso).
- En l'absence d'enrichissement, la clause n'est pas déséquilibrée
 - Exemple : la clause de retenue des droits d'inscription dans tous les cas d'annulation d'un voyage n'est pas abusive dans la mesure où ces frais, qui ne peuvent être assimilés à des dommages et intérêts, sont limités et justifiés par le coût d'ouverture d'un dossier et d'annulation du voyage, TGI Paris 7 novembre 2000.

3. Clause de résiliation

- ❖ **Formalisme protecteur** : respect du formalisme conventionnel, tant que celui-ci ne constitue pas un moyen de dissuader le consommateur d'exercer sa faculté de résiliation.
 - Raisonnable tant que cela n'est pas analysé comme instaurant un déséquilibre significatif au profit du professionnel – TGI Grenoble, 31/01/2002.
 - Art. R.212-2, 8° C. Conso : prohibe les conditions de formes plus rigoureuses pour le consommateur ou le non-professionnel que pour le professionnel - *ex: LRAR versus email* CA Paris, 30 mars 2018 🚫

- ❖ **Conditions de fond** strictement encadrées par le Code de la consommation, réputant un certain nombre de clauses irréfragablement abusives.

S'agissant des conditions de fond, la clause résolutoire ne doit pas :

- Interdire au consommateur le droit de demander la résolution du contrat en cas d'inexécution par le professionnel (R. 212-1 7° C. Conso);
- Reconnaître au professionnel le droit de résilier discrétionnairement le contrat, sans reconnaître le même droit au consommateur (R. 212-1, 8° C. Conso);
- Prévoir, dans un contrat à durée indéterminée, en cas de résiliation un délai de préavis plus long pour le consommateur que pour le professionnel (R. 212-1, 10° C. Conso);
- Subordonner, dans un contrat à durée indéterminée, la résiliation par le consommateur au versement d'une indemnité au profit du professionnel (R. 212-1, 11° C. Conso). Cependant, sous certaines conditions, cette clause peut être valable :
 - ✓ Si la nature de la faute et le mode de calcul de l'indemnité sont déterminés;
 - ✓ Si l'indemnité est **proportionnée**;
 - ✓ En cas de **réciprocité** ou d'existence d'une contrepartie;
 - ✓ Lorsqu'un manquement est imputable au consommateur ou au non-professionnel.
- La clause résolutoire ne doit pas « reconnaître au professionnel la faculté de résilier le contrat sans préavis d'une durée raisonnable » (R.212-2,4° C. Conso).

F. CLAUSES RELATIVES À LA RÉOLUTION DES LITIGES

- **Renonciation à l'exercice d'un recours judiciaire** : clause déséquilibrée, **présumée abusive** (art. R.212-2, 10° C. conso):

La clause du contrat d'assurance de groupe, accessoire d'un prêt immobilier, qui prévoit qu'en cas de désaccord entre le médecin de l'assuré et le médecin des assureurs sur l'invalidité absolue et définitive, les parties intéressées choisiront un troisième médecin pour les départager dont l'avis sera obligatoire et que tant que cette expertise médicale n'aura pas été faite, les parties s'interdisent d'avoir recours à la voie judiciaire pour le règlement des indemnités, n'est pas conforme aux recommandations de la Commission des clauses abusives et doit, partant, être réputée non écrite, CA Paris, 20 sept. 2011. 🚫

- **Clause compromissoire et de médiation préalable obligatoire** : interdite dans les contrats de consommation : Civ. 1^{ère}, 16 mai 2018. 🚫

→ Mais aucune raison de remettre ces clauses en question lorsqu'elle n'excluent pas le recours au juge étatique en cas d'échec de la conciliation – solution consacrée par les articles. L. 611-1 à L. 611-3 et R. 612-1 et suiv. C. conso.

→ Seules sont abusives les **clauses qui interdisent tout autre mode de résolution des différends**, CA Poitiers, 18 mars 2016. 🚫

➤ Autres clauses réputées abusives et relatives à la résolution des litiges :



- **Clause attributive de compétence**
- **Clause relative au mode de preuve**

Exemple : la clause, imposant au consommateur la charge d'une preuve qui, en vertu du droit applicable, devrait incomber normalement à l'autre partie au contrat, est abusive Civ. 1^{ère} 12 mai 2016. 🚫

- **Clause relative à la prescription**

VI. LES POUVOIRS DU JUGE

A. OBLIGATION DE RELEVER D'OFFICE LES CLAUSES ABUSIVES DANS UN CONTRAT SOUMIS A SON CONTRÔLE

➤ Pouvoir du juge de relever d'office une clause abusive

- ✓ Ce principe est consacré par la Cour de Justice, dans un arrêt fondateur, lorsqu'un contrat est soumis à l'appréciation du juge : CJCE, 27 juin 2000, Océano Grupo Editorial (et réaffirmé récemment par l'arrêt CJUE 17 juillet 2014, Sanchez Morcillo).
- ✓ Pour cela le juge doit se pencher sur le champ d'application de la directive n° 93/13/CEE sur les clauses abusives : CJUE, 17 mai 2018.
- ✓ Cette faculté est reprise à l'article R. 632-1 C. Conso :
« *Le juge peut relever d'office toutes les dispositions du présent code dans les litiges nés de son application.*
Il écarte d'office, après avoir recueilli les observations des parties, l'application d'une clause dont le caractère abusif ressort des éléments du débat .».

VI. LES POUVOIRS DU JUGE

B. SANCTIONS DES CLAUSES ABUSIVES

1. Sanctions civiles

- Les clauses abusives d'un contrat sont réputées **non écrites** (art. L.241-1 C. conso).
- Sur la nullité du contrat : **en droit communautaire, le caractère abusif d'une clause n'entraîne pas la nullité de l'ensemble du contrat à moins que la loi nationale n'aille en ce sens, CJUE, 15 mars 2012, Perenic.** En droit français, l'article L. 241-1 C. conso dispose expressément que le contrat reste applicable dans toutes ces dispositions autres que celles jugées abusives.
- Le consommateur et le non-professionnel peuvent également demander la réparation du préjudice subi.
- Quand la clause est caractérisée abusive de par son ambiguïté (exigence de clarté), l'article L 211-1 C. conso dispose que **la clause est illicite**.



- Ex. UFC Que Choisir/ Google, TGI de Paris, 12/02/2019 :

« chacune des versions des clauses contractuelles susmentionnées des Règles de confidentialité au titre de ses éditions successives du ...(dates)... ainsi que des Conditions d'utilisation au titre des éditions successives du ...(date)... proposée ou ayant été proposée par la société GOOGLE INC. aux utilisateurs d'Internet dans le cadre de son réseau social dénommé « Google+ » est réputée non-écrite du fait de son caractère illicite ou abusif, y compris dans les offres de contrat qui ne sont plus proposées ».

- Dans le même sens: *UFC Que Choisir / Facebook, TGI Paris, 09/04/2019*

Cependant, une telle sanction ne peut pas être prononcée dès lors que la Cour relève à bon droit que le professionnel a substitué aux clauses litigieuses, conclus sous l'empire des conditions générales litigieuses, de nouvelles clauses notifiées à l'ensemble des clients concernés, Civ. 1^{ère}, 26 septembre 2019.

2. Sanctions administratives

- **Amende administrative** de 3 000€ pour une personne physique et 15 000€ pour une personne morale. (L. 241-2 C. Conso), et ce quelque soit le nombre de clauses contenues dans le contrat.



Les poursuites sont réalisées par la DGCCRF, dans l'année qui suit le jour où le manquement a été commis.

- **Pouvoir d'injonction** : la DGCCRF peut enjoindre la cessation de tout agissement illicite ou la suppression de toute clause illicite ou interdite (L. 521-2 C. Conso).

- Nouveauté de la directive n° 2019/2161
- ❑ **Transposition à venir de la directive 2019/2161 du 27 novembre 2019 portant modification de la directive 93/13/CEE relative à la modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs :**

Un projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne en matière économique et législative a été déposé le 12 février 2020 (les dispositions devront être adoptées avant le 28 novembre 2021 pour une entrée en vigueur au plus tard le 28 mai 2022).

*« 4. Sans préjudice du paragraphe 2 du présent article, les États membres veillent à ce que lorsque des sanctions doivent être imposées conformément à l'article 21 du règlement (UE) 2017/2394, elles comprennent la possibilité soit d'infliger des **amendes au moyen de procédures administratives**, soit d'engager des procédures judiciaires en vue d'infliger des amendes, ou les deux, **le montant maximal de ces amendes correspondant à au moins 4 % du chiffre d'affaires annuel du professionnel dans l'État membre ou les États membres concernés.***

*5. Dans les cas où (...) les informations relatives au chiffre d'affaires annuel du professionnel ne sont pas disponibles, les États membres prévoient la possibilité d'infliger des amendes, **dont le montant maximal est d'au moins 2 millions d'euros.** ».*

SECTION 3 – CONTRATS CONCLUS A DISTANCE ET HORS ETABLISSEMENT

I. VENTES A DISTANCE

II. DEMARCHAGE TELEPHONIQUE

III. CONTRATS CONCLUS HORS ETABLISSEMENT

I. VENTES À DISTANCE

A. DEFINITION

- ❖ Commercialisation d'un bien ou fourniture d'un service d'un professionnel à un consommateur, sans que ceux-ci ne soient simultanément et physiquement présents
- ❖ Contrats conclus par internet, par téléphone, par fax, par sms, ...
- ❖ *Fondements* : articles L. 221-1 et suiv. du Code de la consommation

B. CHAMP D'APPLICATION

- ❖ Contrat de vente d'un bien, ou de fourniture d'un service
- ❖ Contrat conclu hors la présence simultanée des parties
- ❖ Contrat conclu entre un professionnel et un consommateur
- ❖ Contrat conclu dans le cadre d'un « système organisé de vente ou de prestation de services à distance » : semble exclure les ventes ponctuelles/occasionnelles
- ❖ Contrat conclu par le recours exclusif à « une ou plusieurs techniques de communication à distance » (téléphone, ...)
- ❖ Divers contrats exclus du champ d'application de la réglementation (article L. 221-2) :
 - Contrats portant sur les services sociaux
 - Médicaments
 - Jeux d'argents, services financiers, ...

C. OBLIGATION D'INFORMATION DU PROFESSIONNEL

➤ **L'information préalable du consommateur constitue l'une des conditions essentielles des contrats de vente à distance. Elle doit avoir lieu avant et après la conclusion du contrat :**

- Information précontractuelle, qui doit être lisible et compréhensible : elle comprend, notamment, les caractéristiques essentielles du bien ou service, son prix, l'identité du vendeur, ses coordonnées, l'existence du droit de rétractation et ses conditions d'exercice et le formulaire type de rétractation, ... (article L. 221-5).
- Confirmation du contrat, sur support durable (ex. : papier), avec un formulaire type de rétractation et rappelant les informations de l'article L. 221-5, doit être fournie au consommateur, après la conclusion du contrat et au plus tard lors de la livraison du bien (article L. 221-13).



D. DROIT DE RETRACTATION DU CONSOMMATEUR

- ❖ Le droit de la consommation prévoit la possibilité de se rétracter dans un délai de 14 jours (article L.221-18 C. conso)
- ❖ Ce délai calendaire commence à compter du jour de la réception du bien par le consommateur ou du jour de la conclusion du contrat de prestation de services
- ❖ Le droit de rétractation est absolu et discrétionnaire – il peut être exercé sans motifs particuliers
 - Toute clause par laquelle le consommateur abandonne son droit de rétractation est nulle



D. DROIT DE RETRACTATION DU CONSOMMATEUR (SUITE)

- ❖ Exercice du droit par l'envoi du formulaire ou de toute autre déclaration dénuée d'ambiguïté
- ❖ Lorsque les informations relatives au droit de rétractation n'ont pas été fournies au consommateur, l'article L. 221-20 précise que le délai de rétractation est prolongé de 12 mois, à compter de l'expiration du délai de rétractation initial
- ❖ Le professionnel est tenu de rembourser les sommes versées dans les 14 jours de l'information de rétractation (article L. 221-24)



E. L'ARTICLE L. 221-28 DU CODE DE LA CONSOMMATION EXCLUT SPECIFIQUEMENT CERTAINS CONTRATS DU BENEFICE DU DROIT DE RETRACTATION

❖ Exemples :

- ✓ fourniture de biens susceptibles de se périmer rapidement,
- ✓ Contrats portant sur des activités de loisir qui doivent être fournis à une date ou à une période déterminée

II. DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE

- ❖ C'est une vente à distance (conclue hors la présence des parties) soumise, en outre, à des conditions spécifiques (article L. 221-16),
- ❖ Possibilité pour le consommateur de s'inscrire sur une liste d'opposition au démarchage téléphonique.

III. CONTRATS CONCLUS « HORS ÉTABLISSEMENT »

- ❖ Principalement, cela vise les contrats conclus entre un professionnel et un consommateur, au domicile du consommateur ou dans un lieu qui n'est pas celui du professionnel en la présence simultanée des parties, ou chez le professionnel immédiatement après une sollicitation personnelle et individuelle dans un lieu différent où les parties étaient simultanément présentes (article L. 221-1)
- ❖ Certains contrats sont exclus de la protection (article L. 221-2)
- ❖ Information précontractuelle du consommateur obligatoire (article L. 221-5)

- ❖ Remise d'un exemplaire du contrat comportant des mentions obligatoires et du formulaire de rétractation (article L. 221-9)
- ❖ Droit de rétractation du consommateur
- ❖ Le professionnel ne peut percevoir aucun paiement avant 7 jours à compter de la conclusion du contrat (article L. 221-10) (sauf exceptions)
- ❖ Sanctions civiles (nullité du contrat), pénale et administrative

➤ Extension du champ d'application à certains professionnels

L'article L. 221-3 du code de la consommation prévoit :

*«Les dispositions des sections 2, 3, 6 du présent chapitre applicables aux relations entre consommateurs et professionnels, sont étendues aux contrats conclus hors établissement entre deux professionnels dès lors que **l'objet de ces contrats n'entre pas dans le champ de l'activité principale** [condition n° 1] du professionnel sollicité et que **le nombre de salariés employés par celui-ci est inférieur ou égal à cinq** [condition n° 2]».*

Cass. Civ., 1^{ère} 27 novembre 2019 : est soumis à la législation relative aux contrats conclus hors établissement le contrat d'insertion publicitaire qui n'entre pas dans le champ de l'activité principale d'un professionnel (*en l'espèce le professionnel exerçait une activité de production et de fourniture de bois de chauffage*).

CAA Bordeaux, 25 juillet 2019 : des contrats portant sur la conception de sites internet n'entrent pas dans le champ de l'activité du professionnel à moins que celui-ci exerce une activité dans le domaine des communications électroniques.

IV. DIRECTIVE DU 27,11,2019

- Pour tenir compte de la place grandissante prise par les places de marché dans les habitudes de consommation des européens, la directive 2019/2161 consacre de nombreuses mesures à ce nouveau phénomène.
- La place de marché en ligne est désormais définie comme "*un service utilisant un logiciel, y compris un site internet, une partie de site internet ou une application, exploité par le professionnel ou pour son compte qui permet aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec d'autres professionnels ou consommateurs*".
- **La directive se donne pour objet d'imposer des obligations d'information spécifiques aux places de marché en ligne afin qu'elles informent les consommateurs qui les utilisent des principaux paramètres qui déterminent le classement des offres présentées et du fait qu'ils concluent un contrat avec un professionnel ou un non-professionnel, comme par exemple, un autre consommateur.**
- Ainsi, en vertu du nouvel article 6 bis de la directive 2011/83, avant que le consommateur ne soit lié par un **contrat à distance**, ou par une offre du même type, sur une place de marché en ligne, celle-ci doit lui **fournir les informations suivantes** de manière claire et compréhensible et sous une forme adaptée à la technique de communication à distance :

- les informations générales concernant les principaux paramètres de classement des offres présentées en réponse à la requête du consommateur ainsi que l'ordre d'importance de ces paramètres, par opposition à d'autres paramètres ;

- si le tiers proposant les biens, les services ou les contenus numériques est un professionnel ou non ;

- lorsque le vendeur tiers n'est pas un professionnel, le fait que les droits des consommateurs provenant du droit de l'Union en matière de protection des consommateurs ne s'appliquent pas au contrat ;

- s'il y a lieu, le mode de répartition des obligations liées au contrat entre le vendeur tiers et le fournisseur de place de marché en ligne.

Les États membres sont libres d'imposer aux fournisseurs de places de marché en ligne des exigences supplémentaires en matière d'information, pour autant que ces exigences soient proportionnées, non discriminatoires et justifiées par des motifs liés à la protection des consommateurs.

- S'agissant des règles relatives aux **contrats hors établissement**, la directive 2019/2161 insère un nouveau paragraphe 1 bis au sein de l'article 9 de la directive 2011/83 pour préciser que les États membres peuvent **porter à trente jours au lieu de quatorze de délai de rétractation** pour les contrats conclus dans le contexte de visites non sollicitées d'un professionnel au domicile d'un consommateur ou d'excursions organisées par un professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir ou de vendre des produits aux consommateurs.

PARTIE IV – APRÈS-VENTE

INTRODUCTION ET AVANT PROPOS

Section 1 : Conformité des produits

- I. Obligation générale de conformité**
- II. Obligation de délivrer la chose convenue**
- III. Tromperie**
- IV. Falsification et infractions relatives aux produits**
- V. Obsolescence programmée**
- VI. Disponibilité des pièces de rechange**

Section 2 : Garantie des vices cachés

Section 3 : Sécurité des produits

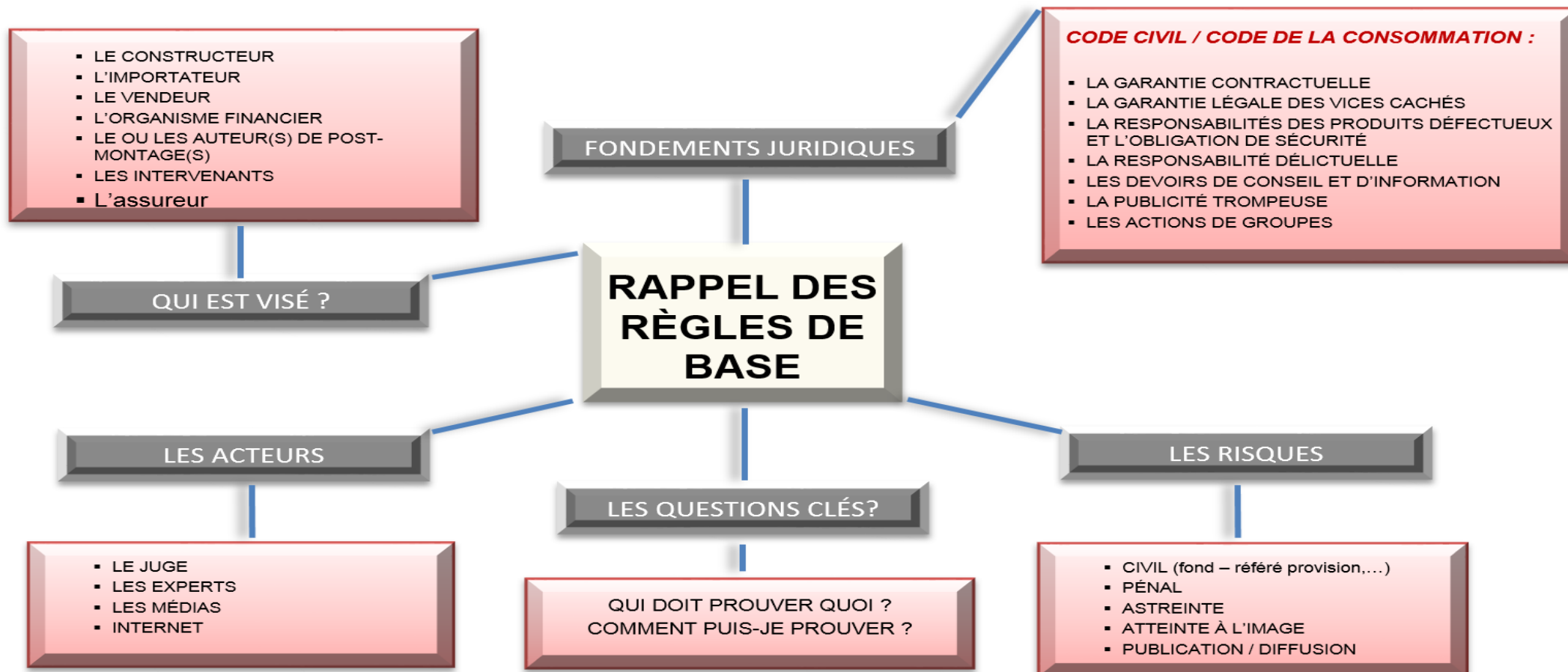
INTRODUCTION ET AVANT PROPOS

LE DÉROULEMENT CLASSIQUE D'UN CONTENTIEUX APRÈS-VENTE



- Le client peut également choisir d'engager **l'action au fond de prime abord**.
Le juge ou une partie pourra solliciter la désignation d'un expert.
- Le **référé-expertise et l'action au fond** peuvent, en fonction des situations, être menés **simultanément** ou **successivement**.
- De nombreux contentieux ne se terminent pas par le dépôt du rapport d'expertise judiciaire.
La jurisprudence témoigne de l'existence de **nombreuses contestations de mesures d'expertises**, amiables ou judiciaires.
- Une **transaction peut à tout moment être signée avec le client** afin d'éviter le dépôt d'un rapport et/ou le prononcé d'un jugement. Le vendeur pourra alors lui proposer une « participation commerciale ». Le client s'engage par écrit à ne pas engager ou poursuivre d'action en contrepartie.

INTRODUCTION ET AVANT PROPOS



SECTION 1 – CONFORMITÉ DES PRODUITS

- I. OBLIGATION GÉNÉRALE DE CONFORMITÉ
- II. OBLIGATION DE DÉLIVRER LA CHOSE CONVENUE
- III. TROMPERIE
- IV. FALSIFICATION ET INFRACTIONS RELATIVES AUX PRODUITS
- V. OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE
- VI. DISPONIBILITÉ DES PIÈCES DE RECHANGE

I. OBLIGATION GÉNÉRALE DE CONFORMITÉ

A- Obligation pour les produits et services de répondre, dès la première mise sur le marché, aux prescriptions en vigueur relatives à la sécurité et à la santé des personnes, à la loyauté des transactions commerciales et à la protection des consommateurs (Article L. 411-1 du Code de la consommation)



- ↪ **Le « responsable de la 1^{ère} mise sur le marché » d'un produit est donc tenu de vérifier que celui-ci est conforme aux prescriptions en vigueur.**

 - Le fabricant lorsque le produit a été fabriqué en France (*Cass. Crim., 3 avril 1974*)
 - L'importateur lorsque le produit a été fabriqué à l'étranger (*Cass. Crim., 10 avril 1997; Cass. Crim 13 juin 2006*).

- ↪ **Cette obligation d'autocontrôle s'impose à tous les stades de la commercialisation (*Cass. Crim. 11 juin 2003*) : le grossiste, le distributeur, la plate-forme de regroupement, les transporteurs en fonction de leur intervention sur le produit.**

B - Obligation à la charge de tout opérateur qui, après avoir acquis ou cédé des produits, a connaissance d'une non-conformité à la réglementation portant sur une qualité substantielle, d'informer son fournisseur et son acheteur (Article L. 411-2 du Code de la consommation).

C - Régime

- Preuve à la charge du « responsable de la première mise sur le marché ».
- Article L. 451-1 du Code de la consommation : le fait pour l'opérateur de ne pas procéder à l'information prévue à l'article L. 411-2 est punie d'un an d'emprisonnement et 150 000 euros d'amende.
- Sanctions indirectes, par exemple pour « tromperie » ou falsification.
- Les agents de l'Administration (Douane, agents de la DGCCRF, Inspecteur du travail, ...) sont habilités à prendre certaines mesures de police administrative (renforcement des autocontrôles, fermeture d'un établissement, ...)

II. OBLIGATION DE DÉLIVRER LA CHOSE CONVENUE

A. OBLIGATION DE DÉLIVRANCE CONFORME

B. GARANTIE LÉGALE DE CONFORMITÉ

C. GARANTIE COMMERCIALE DE CONFORMITÉ

A. OBLIGATION DE DÉLIVRANCE CONFORME (CODE CIVIL)

1) NOTION

- **Obligation à la charge du vendeur de délivrer et de garantir la chose qu'il vend** (construction jurisprudentielle à partir des articles 1603 et 1604 du Code civil).
- **Différence de la chose livrée avec les caractéristiques convenues avec l'acheteur dans le contrat** (distinction avec la garantie légale des vices cachés).
- **Obligation tant à l'égard de l'acheteur profane que du professionnel.**
- **Le sous-acquéreur dispose à l'encontre du fabricant d'une action contractuelle directe fondée sur la non-conformité** (*Cf. – slide suivante*)
- **Caractéristiques convenues** : Le contrat constitue le principal support pour déterminer les caractéristiques convenues entre les parties.

2) CONTENU DE L'OBLIGATION DE DÉLIVRANCE CONFORME

- ❖ **Obligation de résultat** : la chose livrée doit être strictement conforme à ce qui a été convenu entre les parties (*nature, quantité, qualité, ...*)
- ❖ L'obligation de délivrance conforme s'applique aux accessoires de la chose (Article 1615 du Code civil)
 - Éléments matériels (ex. documents administratifs nécessaires à l'usage normal de la chose, *CA Paris, 20 septembre 1994* ; notices d'utilisation)
 - Droits juridiques attachés à la chose (action directe du sous-acquéreur contre le vendeur originaire, *Cass. 1^{ère} civ., 20 mai 2010*)



- ❖ **Obligation d’information, de renseignement et de conseil du vendeur, indissociable de l’obligation de délivrance conforme.**
- ❖ **Le devoir de conseil du vendeur professionnel, issu de la perception très extensive par la jurisprudence de l’obligation d’information du vendeur, est l’une des obligations les plus contraignantes parmi la multitude d’obligations d’informations imposées par le droit positif (code civil, code de la consommation).**

➤ **Il suppose en pratique** : une incitation, une recommandation, une orientation de choix et même une préconisation de la solution qui semble la plus adaptée au regard des attentes exprimées par le client.



- **Exemples :**
 - ✓ **Obligation d’informer** : le devoir de conseil impose au vendeur d’attirer **l’attention de l’acheteur sur l’opportunité** même de contracter et d’orienter activement son choix, quitte à lui déconseiller d’acheter le produit sur lequel il a porté sa préférence pour lui en recommander un plus adapté.
 - ✓ **Obligation de s’informer** : le vendeur doit, avant la conclusion du contrat, **s’enquérir des besoins** de son acheteur et **l’informer** tant sur les **contraintes techniques** relatives au matériel vendu que sur **l’aptitude** de celui-ci à atteindre le but recherché.
- Pour pouvoir conseiller utilement son acheteur, le vendeur est tenu de **se renseigner sur l’utilisation** que son cocontractant souhaite faire de la chose, afin, le cas échéant, de procéder à son **adaptation** ou à sa **mise au point**.
- **Limite** : En contrepartie, l’acquéreur est tenu d’informer le vendeur sur l’utilisation qu’il va faire du produit afin d’être conseillé de façon optimale. Par ailleurs, le vendeur n’est tenu en principe que dans les limites de son domaine de compétence technique.

3) RÉGIME

- ❖ **La charge de la preuve de la délivrance conforme pèse sur le vendeur (*Civ. 1re, 19 mars 1996*)**
- ❖ **Sanctions (Articles 1610 et 1611 du Code civil)**
 - Exécution forcée du contrat;
 - Ou résolution du contrat si le manquement est suffisamment grave (appréciation souveraine des juges du fond);
 - Possibilité de demander, outre les deux sanctions, des dommages-intérêts lorsque l'acquéreur a subi un préjudice;
 - Possibilité pour le vendeur de solliciter, en cas de résolution de la vente, une indemnité correspondant à la dépréciation subie par la chose en raison de l'utilisation par l'acquéreur.
- ❖ **Causes d'exonération :**
 - Force majeure (imprévisibilité, irrésistibilité, extériorité);
 - Faute ou fait de la victime (exonération totale en cas d'acceptation sans réserve de la chose);
 - Clause limitative de responsabilité (validité de cette clause subordonnée à la qualité des cocontractants : clause valable dans les contrats conclus entre professionnels, même de spécialités différentes).

B. GARANTIE LÉGALE DE CONFORMITÉ (CODE DE LA CONSOMMATION)

- **Issue de la Directive 1999-44 du 25 mai 1999.**
- **Transposée en droit national par l'Ordonnance 2005-136, du 17 février 2005** (donc applicable aux contrats souscrits après le 17.02.2005).
- **Conception large puisqu'elle inclut (Article L. 217-5 du Code de la consommation) :**
 - Le défaut de la chose qui la rend impropre à l'usage habituellement attendu d'un bien semblable,
 - Et la délivrance d'un bien qui ne correspond pas aux caractéristiques définies par les parties.

1) CHAMP D'APPLICATION

- ❖ Contrats de vente de biens meubles corporels
(Article L. 217-1 du Code de la consommation)
- ❖ Contrats conclus entre un vendeur professionnel et un consommateur (personne physique qui agit à titre personnel) .
(Article L. 217-3 du Code de la consommation)



2) CONDITIONS D'APPLICATION

- ❖ Aux termes de *l'Article L. 217-5 du code de la consommation*, pour être conforme au contrat, le bien doit revêtir une conformité « fonctionnelle » et une conformité « convenue entre les parties » :
 - Être **propre à l'usage habituellement attendu d'un bien semblable** et, le cas échéant, :
 - Correspondre à la description donnée par le vendeur et posséder les qualités que celui-ci a présentées à l'acheteur sous forme d'échantillon ou de modèle
 - Présenter les qualités qu'un acheteur peut légitimement attendre eu égard aux déclarations publiques faites par le vendeur, par le producteur ou par son représentant, notamment dans la publicité ou l'étiquetage
 - **Présenter les caractéristiques définies d'un commun accord par les parties**, ou être propre à tout usage spécial recherché par l'acheteur, porté à la connaissance du vendeur et que ce dernier a accepté.
- ❖ Méconnaissance du défaut par l'acquéreur (*Article L.217-8 du Code de la consommation*) : L'acheteur ne peut invoquer un défaut qu'il connaissait ou qu'il ne pouvait ignorer (par un examen normalement attentif de la chose) lorsqu'il a contracté.

3) RÉGIME

- ❖ Article L. 217-7 du Code de la consommation : présomption d'antériorité du défaut lorsqu'il apparaît dans un délai de 24 mois à compter de la délivrance du bien (6 mois pour les biens d'occasion).
Apport de la loi du 10,02,2020

Présomption pouvant être renversée par le vendeur :

- En démontrant que le défaut de conformité n'existait pas au moment de la délivrance du bien
 - La présomption n'est pas compatible avec la nature du bien (bien périssable)
- ❖ Article L. 217-12 du Code de la consommation : le consommateur dispose d'un délai de deux ans à compter de la délivrance pour agir.
 - Jurisprudence relativement souple en considérant parfois que le délai se prescrit par 2 ans à compter du jour de la connaissance par le consommateur du défaut lorsque celui-ci consiste dans l'impropriété à l'usage auquel la chose est destinée (CA Nîmes, 2 avril 2015).

3) RÉGIME (SUITE)

- ❖ Responsabilité du vendeur : pas d'action directe contre le fabricant (*Cass. civ, 1^{re}, 06.06.2018*)
- ❖ Système hiérarchisé de sanctions (*Articles L.217-9 à L.217-11 du Code de la consommation*) :
 1. Réparation ou remplacement du bien défectueux (au choix du demandeur), sauf si ce choix entraîne pour le vendeur un coût manifestement disproportionné au regard de l'autre modalité.
 2. Si réparation ou remplacement du bien impossibles ou non mise en œuvre passé un mois, ou créerait un inconvénient majeur pour l'acheteur : Résolution de la vente (si le défaut est d'une certaine gravité) ou réduction du prix.

Apport de la loi du 10.02.2020

- ❖ Possibilité de réclamer l'octroi de **dommages et intérêts**.

C. GARANTIE COMMERCIALE DE CONFORMITÉ

Articles L.217-15 à L.217-16 du Code de la consommation

- Contrats de vente conclus entre un vendeur professionnel et un consommateur.
- Exigence d'un écrit mis à la disposition de l'acheteur (précisant le contenu, les modalités, le prix, la durée, etc).
- La charge de la preuve incombe au vendeur.

III. TROMPERIE

- ❖ Renforcée par la loi Hamon du 17 mars 2014 (augmentation des peines)
 - [Article L.441-1 et suivants du Code de la consommation](#)

- ❖ **Notion** : c'est la sanction pénale d'un défaut de loyauté dans la présentation de la chose vendue ou dans l'information relative à la chose vendue
 - C'est la condamnation de quiconque qui aura trompé ou tenté de tromper le contractant sur la conformité du bien vendu, qu'il soit partie ou non au contrat.

- ❖ **Peine** :
 - 2 ans d'emprisonnement et 300 000 euros d'amende ([Article L. 454-1 du code de la consommation](#))
 - Peines spéciales ([Article L 454-2 et suivants du code de la consommation](#))
 - Notamment : l'amende peut être portée, de manière proportionnée aux avantages (lucratifs) tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les 3 dernières années

A. ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA TROMPERIE

ARTICLE L. 441-1 ET S.
DU CODE DE LA CONSOMMATION

1. EXISTENCE D'UN
CONTRAT

2. ELÉMENT MATÉRIEL

3. ELÉMENT
INTENTIONNEL
(ÉLÉMENT MORAL)

A. ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA TROMPERIE

1. L'EXISTENCE D'UN CONTRAT

- L'Article L. 441-1 du Code de la consommation suppose l'existence d'un contrat, la personne trompée devant être partie à la convention. Toutefois, même en l'absence d'un contrat effectivement conclu, une répression peut être envisagée au titre de la tentative.
 - ↳ La jurisprudence subordonne l'application du texte à l'existence d'un **contrat ou acte onéreux** : à priori donc, tel n'est pas le cas d'une information générale délivrée en dehors de tout lien contractuel et ne se rapportant à aucun produit particulier (*Cass. Crim 20 nov. 2012*).
- Les dispositions de l'article L.441-1 du Code de la consommation s'appliquent aux contrats à titre onéreux relatifs aux **marchandises** (vente, louage, ...) et, depuis l'ordonnance 2004-670 du 9 juillet 2004, aux **prestations de services**.
- La responsabilité du délit de tromperie peut être imputée à **une partie au contrat ou à un tiers** (s'il est responsable ou complice de l'infraction), **professionnel ou particulier**, y compris dans les relations entre professionnels.

A. ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA TROMPERIE

2. ÉLÉMENT MATÉRIEL

- ❖ **L'objet de la tromperie peut porter sur : la nature et l'espèce du produit ou de la prestation de services (ex. pommes de terre vendues sous l'appellation d'une variété différente), l'origine, les qualités substantielles (non-conformité à une réglementation, mode de fabrication, fraîcheur, vente d'un produit dangereux, etc.), la composition ou la teneur, la quantité, ou l'identité, son aptitude à l'emploi (ex : vente d'un véhicule sans carte grise), sur les risques inhérents à l'utilisation du produit, les contrôles effectués, mode d'emploi ou précautions à prendre.**
- ❖ L'article L. 441-1 du Code de la consommation vise la tromperie «**par quelque moyen ou procédé que ce soit, même par l'intermédiaire d'un tiers**», ce qui permet de réprimer tout type de comportement ayant pour objet ou pour effet de tromper un contractant (allégations fausses, manœuvres, omissions, mensonges, dissimulations volontaires, ...)
- ❖ La **tentative** de tromperie est également réprimée ce qui suppose un commencement d'exécution : le fait qu'elle n'est été suivie d'aucune commande est sans importance (peu importe que le contrat ait, ou non, été exécuté).
Exemple : le fait de proposer à la vente un produit périmé : tromperie pour les produits déjà vendus, tentative de tromperie pour les autres.

A. ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE LA TROMPERIE

3. ELÉMENT MORAL

- **Le délit de tromperie implique une intention frauduleuse qui peut se manifester par :**
 - la mauvaise foi (ex. Omission d'une information déterminante du consentement de la victime).
 - Interprétation large de la mauvaise foi : la négligence (le juge qualifie l'intention de tromperie à partir de **faisceau d'indices**).
Exemple : le nombre d'années pendant lesquelles les faits ont été commis, ou l'importance des quantités vendues, peuvent révéler « l'intention frauduleuse » : existence d'un système de contrôle de la marchandise insuffisant.
 - l'inexécution d'une obligation contractuelle à condition que **l'intention** de son auteur de tromper le contractant soit caractérisée (ex. livraison, en toute connaissance de cause, de marchandises autres que celles prévues par le contrat caractérise une tromperie).
- **L'élément intentionnel s'apprécie plus sévèrement à l'égard du professionnel.**

B. MOYENS DE DEFENSES (EXEMPLES)

- Contestation de la qualité d'auteur ou de complice

Ex : le fournisseur peut se défendre si l'infraction a été commise par son distributeur

- Nature de la caractéristique sur laquelle la tromperie doit porter

Ex : pas de délit de tromperie sur le prix ou la valeur de la marchandise, en principe

- Absence d'entrée dans le champ contractuel de la caractéristique invoquée

- Bonne foi

Ex : le vendeur démontre qu'il a pu croire, de bonne foi, avoir donné une information correcte au cocontractant

- Nécessité d'être proactif, par exemple en faisant une campagne de rappel dès connaissance d'un « défaut »

IV. FALSIFICATION ET INFRACTIONS RELATIVES AUX PRODUITS

A. FALSIFICATION

B. INFRACTIONS RELATIVES AUX PRODUITS

B. FALSIFICATION

ARTICLE L.413-1 DU CODE DE LA CONSOMMATION

1. PRODUITS CONCERNÉS

Denrées alimentaires (destinées à l'homme ou l'animal); **boissons** (alcoolisées ou non); **produits agricoles ou naturels destinés à être vendus**.

2. ELÉMENT MATÉRIEL

Fabrication d'un produit dans des conditions non conformes (*addition, mixtion, soustraction, substitution, altération*)

3. ELÉMENT INTENTIONNEL

Mauvaise foi

SANCTIONS : 2 ans et 300 000 euros d'amende (*Art. L. 451-1-1 du Code de la consommation*) et peines spéciales (*Art. L 451-2 du Code de la consommation*)

B. INFRACTIONS RELATIVES AUX PRODUITS

- Mise en vente et vente de produits falsifiés ou propres à la falsification (produits alimentaires ou servant à l'alimentation humaine ou animale) – Article L. 413-1, 2°
- Détention de produits falsifiés ou de produits propres à effectuer la falsification – Article L. 413-2 3°
- D'inciter à l'emploi des produits, objets ou appareils mentionnés au 3° par le moyen de brochures, circulaires, prospectus, affiches, annonces ou instructions quelconques – Article L. 413-1 4°

V. OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

- ❑ Loi sur la transition énergétique du 17 août 2015 a créé le **délit pénal d'obsolescence programmée** afin de limiter certaines pratiques de certains fabricants qui consistent à limiter la durée de vie des biens de consommation courant.

- ❑ Article L.441-2 du Code de la consommation :

« Est interdite la pratique de l'obsolescence programmée qui se définit par le **recours à des techniques** par lesquelles le responsable de la **mise sur le marché d'un produit vise à en réduire délibérément la durée de vie pour en augmenter le taux de remplacement.** »

En pratique, il risque de s'avérer difficile pour le consommateur de prouver la programmation volontaire de la durée de vie du produit vendu par le fabricant.

- ❑ **Sanctions** : 2 ans et 300 000 euros d'amende, le montant de l'amende pouvant être porté de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 5% du CA moyen annuel, calculé sur les 3 dernières années (Article L. 454-6 et suivants du Code de la consommation).
- ❑ **Loi du 10.02.2020** : Certains équipements électriques et électroniques doivent comporter, à partir de 2021, un indice de réparabilité (une note sur 10). Un indice de durabilité (fiabilité, robustesse du produit...) sera également mis en place en 2024 (Article L. 541-9-2 du code de l'environnement)



VI. DISPONIBILITÉ DES PIÈCES DE RECHANGE

Dispositions actuellement en vigueur

- ❖ Depuis la loi Hamon, l'Article L. 111-4 du Code de la consommation prévoit une **double obligation** : **d'information** sur la disponibilité des pièces détachées (dès lors qu'il propose effectivement des pièces détachées) **et de fourniture** desdites pièces dans un délai de deux mois :

*« Le fabricant ou l'importateur de biens meubles **informe** le vendeur professionnel de la période pendant laquelle ou de la date jusqu'à laquelle les pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens sont disponibles sur le marché. Cette information est délivrée obligatoirement au consommateur par le vendeur de manière lisible avant la conclusion du contrat et confirmée par écrit lors de l'achat du bien.*

*Dès lors qu'il a indiqué la période ou la date mentionnées au premier alinéa, le fabricant ou l'importateur **fournit** obligatoirement, dans un délai de deux mois, aux vendeurs professionnels ou aux réparateurs, agréés ou non, qui le demandent les pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens vendus.*

Les modalités d'application du présent article sont précisées par décret. »



❖ Le décret d'application de cet article précise que :

« l'information délivrée par le fabricant ou l'importateur de biens meubles au vendeur professionnel, portant sur la période pendant laquelle ou la date jusqu'à laquelle les pièces détachées indispensables à l'utilisation d'un bien sont disponibles, figure sur tout document commercial ou sur tout support durable accompagnant la vente de biens meubles.

Cette information est portée à la connaissance du consommateur par le vendeur, de manière lisible, avant la conclusion de la vente, sur tout support adapté. Elle figure, également, sur le bon de commande s'il existe, ou sur tout autre support durable constatant ou accompagnant la vente ».



❖ Sanction :

Cette obligation pourrait être sanctionnée à différents titres :

- ✓ au titre d'une violation de l'obligation d'information précontractuelle, dans l'hypothèse où l'information sur la disponibilité prévisible des pièces n'a pas été indiquée au consommateur. Dans ce cas, la sanction peut être (i) la nullité de la vente si l'information retenue a vicié le consentement de l'acheteur et/ou (ii) la condamnation au paiement de dommages et intérêts.
- ✓ au titre du non-respect de la période prévisible de disponibilité des pièces sur laquelle le vendeur s'était contractuellement engagé si la pièce s'avérait indisponible pendant cette période. Dans ce cas, le consommateur pourrait tenter d'agir en justice afin de demander une exécution forcée en nature ou des dommages et intérêts.
- ✓ Le consommateur pourrait aussi tenter d'intenter une action en justice pour pratique commerciale trompeuse.
- ✓ En outre, l'article L. 131-2 du Code de la consommation prévoit une amende administrative de 15 000 euros pour une personne morale.



Modification apportée par la loi du 10.02.2020 à l'article L111-4 du code de la consommation (à venir au 01.01.2022) :

- Le fabricant ou l'importateur de biens meubles informe le vendeur professionnel de la disponibilité ou de la non-disponibilité des pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens concernés et, le cas échéant, de la période pendant laquelle ou de la date jusqu'à laquelle ces pièces sont disponibles sur le marché. Pour les équipements électriques et électroniques et les éléments d'ameublement, lorsque cette information n'est pas fournie au vendeur professionnel, les pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens sont réputées non disponibles. Les fabricants ou importateurs d'équipements électriques et électroniques informent les vendeurs de leurs produits ainsi que les réparateurs professionnels, à la demande de ces derniers, du détail des éléments constituant l'engagement de durée de disponibilité des pièces détachées. Cette information est rendue disponible notamment à partir d'un support dématérialisé. Pour les producteurs d'équipements électroménagers, de petits équipements informatiques et de télécommunications, d'écrans et de moniteurs, les pièces détachées doivent être disponibles pendant une durée fixée par décret en Conseil d'Etat et qui ne peut être inférieure à cinq ans à compter de la date de mise sur le marché de la dernière unité du modèle concerné. Ce décret établit la liste des catégories d'équipements électriques et électroniques et de pièces concernés. Ces informations sont délivrées obligatoirement au consommateur par le vendeur de manière lisible avant la conclusion du contrat et confirmées par écrit lors de l'achat du bien.
- Dès lors qu'il a indiqué la période ou la date mentionnées au premier alinéa, le fabricant ou l'importateur fournit obligatoirement, dans un délai de **quinze jours ouvrables**, aux vendeurs professionnels ou aux réparateurs, agréés ou non, qui le demandent les pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens vendus.
- Pour certaines catégories de biens définies par décret, lorsqu'une pièce détachée indispensable à l'utilisation d'un bien disponible sur le marché peut être fabriquée par un moyen d'impression en trois dimensions et qu'elle n'est plus disponible sur le marché, le fabricant ou l'importateur de biens meubles doit, sous réserve du respect des droits de propriété intellectuelle et en particulier sous réserve du consentement du détenteur de la propriété intellectuelle, fournir aux vendeurs professionnels ou aux réparateurs, agréés ou non, qui le demandent le plan de fabrication par un moyen d'impression en trois dimensions de la pièce détachée ou, à défaut, les informations techniques utiles à l'élaboration de ce plan dont le fabricant dispose.
- Les modalités d'application du présent article sont précisées par décret.
- NOTA : Conformément aux dispositions de l'article 130 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020, ces dispositions entrent en vigueur le 1er janvier 2022.

SECTION 2 – GARANTIE DES VICES CACHÉS

I. CONDITIONS DE LA GARANTIE

II. MISE EN ŒUVRE DE LA GARANTIE

I. CONDITIONS DE LA GARANTIE

A. EXISTENCE D'UN CONTRAT DE VENTE

B. ANTÉRIORITÉ DU VICE

C. NON-APPARENCE DU VICE

D. IMPROPRIÉTÉ DE LA CHOSE

A. EXISTENCE D'UN CONTRAT DE VENTE

Article 1641 du Code civil : s'applique exclusivement aux **contrats de vente** (transfert de propriété).

Sont exclus, et soumis à des régimes dérogatoires :

- ✘ Les contrats d'entreprise et de mandat (article 1792 du Code civil);
- ✘ Les ventes d'immeubles à construire (article 1646-1 du Code civil);
- ✘ Les ventes d'animaux domestiques (articles L. 213-1 et suivants du Code rural et de la pêche maritime);
- ✘ Les ventes faites par autorité de justice (article 1649 du Code civil). Cela ne fait pas obstacle à l'action directe contre le fabricant.



B. ANTÉRIORITÉ DU VICE

- ❖ L'article 1641 du Code civil oblige le vendeur à garantir les « *défauts cachés de la chose vendue* »;
 - ↳ La jurisprudence exige que le **vice ait existé avant la vente** ou, au **plus tard au moment de la vente, mais pas celui qui naîtrait après la vente sans trouver sa source dans un défaut antérieur à celle-ci.**
 - ↳ Ainsi, la garantie ne joue pas pour les **défauts survenus postérieurement** et **qui sont dus notamment à l'usure normale de la chose**, voire à l'utilisation défectueuse de celle-ci par l'acheteur.
- ❖ La charge de la preuve incombe à l'acheteur (*Cass. 1re civ., 12 juill. 2007*)
 - ✓ Importance du recours à l'expertise (amiable ou judiciaire)
 - ✓ Appréciation souveraine du juge du fond

C. NON-APPARENCE DU VICE

- ❖ L'article 1642 du Code civil précise que le vice n'est apparent que si au moment de la vente l'acheteur en a eu connaissance.
- ❖ L'apparence suppose que l'acheteur ait pu se convaincre lui-même que le défaut constaté rend la chose impropre à l'usage auquel il la destinait : la connaissance du vice et de ses conséquences sur l'impropriété de la chose doivent être concomitants.
- ❖ Appréciation *in concreto* :
 - Appréciation du caractère apparent du vice en présence d'un acheteur profane et des vérifications élémentaires par un examen visuel de la chose.
 - Présomption de connaissance du vice pour l'acheteur professionnel de même spécialité excepté en présence d'un vice indécélable ou d'un dol.

D. IMPROPRIÉTÉ DE LA CHOSE

1. VICE INHÉRENT À LA CHOSE
2. VICE AFFECTANT L'USAGE DE LA CHOSE
3. PREUVE

1. VICE INHÉRENT À LA CHOSE

Seuls les **défauts inhérents** à la chose ou ses accessoires peuvent être qualifiés de vices cachés :

- Défaut de fabrication ou de structure (ex. vices affectant le moteur)
- Usure « anormale » ou pannes « à répétition » sont à apprécier in concreto
 - La garantie s'applique à la chose vendue (comme à ses accessoires) mais non à sa rentabilité économique.
 - Sont exclus, en principe, la possibilité de se prévaloir d'un défaut causé, en partie ou totalement, par un facteur extérieur à la chose.



2. VICE AFFECTANT L'USAGE DE LA CHOSE

- La garantie ne s'applique que si **le défaut rend la chose impropre à l'usage « normal » auquel on la destine ou diminue considérablement cet usage.**
 - ↳ Vice rendant la chose **impropre à sa destination** : le vice doit présenter un certain degré de gravité (la qualification peut être écartée lorsque le vice est facilement réparable).
 - ↳ Vice **diminuant l'utilité de la chose** : le juge doit rechercher si l'acquéreur n'aurait pas acquis la chose ou l'aurait acquise à moindre prix en connaissance de cause.

3. PREUVE

- ❖ Incombe à l'acheteur, qui doit prouver l'existence d'un vice caché et d'un lien de causalité entre le vice et les désordres allégués
- ❖ L'importance de l'expertise :

Expertise amiable :

➤ La jurisprudence admet comme élément de preuve un rapport d'expertise amiable non contradictoire, mais à la double condition cependant : 1) qu'il soit débattu contradictoirement devant el juge et 2) qu'il soit corroboré par d'autres éléments de preuve.

Expertise judiciaire :

- Si l'expertise judiciaire est contradictoire et régulière, elle est très largement reprise par le juge, même si ce dernier n'est pas tenu par les constatations du technicien (Art. 246 CPC).
- Si l'expertise est non contradictoire, elle conserve néanmoins une valeur.
- L'issue d'un procès dépend largement de l'expertise judiciaire, et de la façon dont elle a été menée.



II. MISE EN OEUVRE DE LA GARANTIE

A. FONDEMENT DE L'ACTION

B. DÉLAI POUR AGIR - PRESCRIPTION

C. RÉGIME

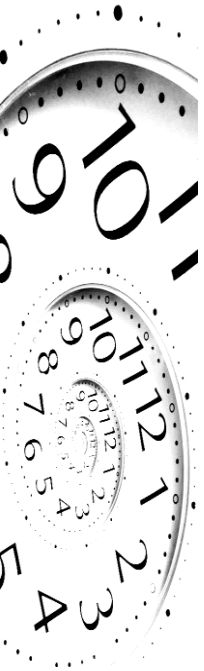
A. FONDEMENT DE L'ACTION

- ❖ **Non-cumul de l'action en garantie des vices cachés avec :**
 - **L'obligation de délivrance conforme** de l'article 1604 du Code civil (défaut qui rend la chose impropre à sa destination normale constitue un vice caché, la non-conformité de la chose consiste en une différence entre la chose promise et la chose livrée)
 - **L'erreur** (ex. pour des tuiles affectées d'un vice, la garantie des vices cachés constituait l'unique fondement : *Cass. Civ. 1re, 14 mai 1996*)
 - **L'action en responsabilité contractuelle ou délictuelle**

- ❖ **Cumul possible de l'action en garantie des vices cachés avec :**
 - **Le dol**

B. DÉLAI POUR AGIR - PRESCRIPTION

- ❖ **RAPPEL DE QUELQUES TEXTES DE BASE**
- ❖ **EXEMPLES DE QUESTIONS QUI SE POSENT EN PRATIQUE**
- ❖ **LA JURISPRUDENCE (EXEMPLES DE DÉCISIONS)**



❖ RAPPEL DE QUELQUES TEXTES DE BASE

Article 1648 du Code civil :

« L'action résultant des vices rédhibitoires doit être intentée par l'acquéreur dans un délai de **deux ans à compter de la découverte du vice** ».

Article L. 110-4 du Code de commerce :

« Les obligations nées à l'occasion de leur commerce entre commerçants ou entre commerçants et non-commerçants se prescrivent par **cinq ans** si elles ne sont pas soumises à des prescriptions spéciales plus courtes »

Article 2224 du code civil :

« Les actions personnelles ou mobilières se prescrivent par **cinq ans à compter du jour où le titulaire d'un droit a connu ou aurait dû connaître les faits lui permettant de l'exercer** »

Article 2232 du Code civil :

« Le report du point de départ, la suspension ou l'interruption de la prescription ne peut avoir pour effet de porter le délai de la prescription extinctive au-delà de **vingt ans à compter du jour de la naissance du droit** »

Article 2223 du code civil :

« Les dispositions du présent titre ne font pas obstacle à l'application des **règles spéciales** prévues par d'autres lois ».



❖ EXEMPLES DE QUESTIONS QUI SE POSENT EN PRATIQUE

▪ **L’articulation de l’article 1648 du code civil avec les autres textes :**

- ❖ Comment s’appliquent le délai de l’article 1648 du Code civil et les autres délais prévus par les autres textes :

- Un ou plusieurs délais ? Si plusieurs, quels délais s’appliquent ? Le spécial / Le général ?
- Quel point de départ des délais ?

▪ **L’action contre le vendeur, l’action directe, l’action récursoire**

- ❖ Les mêmes règles doivent-elles s’appliquer dans les différents cas de figure ?
- ❖ Ex - action récursoire : le délai pour agir du vendeur intermédiaire court-t-il du jour de l’assignation ?

▪ **En matière civile et en matière commerciale**

- ❖ Les mêmes règles doivent-elles s’appliquer ?



❖ LA JURISPRUDENCE (EXEMPLES DE DÉCISIONS)

- **Exemples de jurisprudence actuelle : délai de 2 ans à compter de la découverte du vice, dans la limite de 5 ans à compter de la vente.**



✓ **Solution retenue par de nombreuses décisions** de tribunaux et de Cour d'Appel et par certains arrêt de la Cour de cassation, en présence de vendeur commerçant :

notamment : *Cass. Civ. 1e, 06/06/2018; Com 16,01,2019;*

- Le délai pour agir est de 2 ans à compter de la découverte du vice dans la limite de 5 ans à compter de la vente.
- En application de l'article L 110-4 du code de commerce, le point de départ du délai de 5 ans se situe au jour de la naissance de l'obligation, c'est-à-dire à la date de la vente du véhicule. L'action en réclamation contre le fabricant se prescrit au bout de cinq ans après la vente initiale du véhicule ou après la première mise en circulation du véhicule.
- Le délai de prescription de deux ans de l'action en garantie légale des vices cachés prévu à l'article 1648 du code civil, est enfermé dans ce délai de droit commun de 5 ans et ne se substitue pas à lui.

❖ LA JURISPRUDENCE (SUITE)

▪ Exemples d'arrêts rendus depuis l'arrêt du 6 juin 2018 :

➤ *Cour de cassation, 1re chambre civile, 6 Novembre 2019*

« Qu'en statuant ainsi, alors que **le point de départ du délai de la prescription extinctive prévu à l'article L. 110-4 du code de commerce, modifié par la loi n 2008-561 du 17 juin 2008, dans lequel est enfermée l'action en garantie des vices cachés, avait couru à compter de la vente initiale**, intervenue le 20 décembre 2005 et qu'en application des dispositions transitoires de cette loi, ce délai avait expiré le 19 juin 2013, de sorte que le fabricant ayant été assigné le 8 juillet 2013, la prescription était acquise à cette date, ce qui rendait irrecevables les demandes dirigées contre celui-ci, la cour d'appel a violé les textes susvisés ».

➤ *Cour de cassation, 1re chambre civile, 22 Janvier 2020*

« Qu'en statuant ainsi, alors que **le point de départ du délai de la prescription extinctive prévu à l'article L. 110-4 du code de commerce courait à compter de la vente initiale**, intervenue le 28 mai 2010, de sorte que **l'action récursoire du vendeur intermédiaire contre le fabricant, formée par conclusions signifiées le 26 mai 2016, était irrecevable**, la cour d'appel a violé les textes précités ».

➤ *CA de Rennes, 14 février 2020, n° 19/01178*

« L'action directe ou récursoire engagée par le vendeur intermédiaire contre le fabricant est soumise à la prescription prévue par l'article L. 110-4 du code de commerce, **laquelle démarre à compter de la vente initiale.** »

❖ LA JURISPRUDENCE (SUITE)

- La portée de la solution jurisprudentielle :

- ❑ **Au fond**

- >> Incidence directe sur l'issue du litige

- ❑ **En référé**

- >> Plusieurs solutions possibles

- ❑ Nombreux articles de **doctrine** sur le sujet



❖ LA JURISPRUDENCE (SUITE)

- **Le délai serait uniquement de 2 ans à compter de la découverte du vice, lorsque le demandeur forme une action en indemnisation sur le fondement de l'article 1645 du code civil, selon certaines décisions :**



- Selon une jurisprudence récente, si le demandeur forme une **action en indemnisation sur le fondement de l'article 1645 du code civil** (au lieu de demander la résolution de la vente ou une réduction du prix d'achat en application des dispositions de l'article 1644 du code civil) et que cette action est formée **de façon autonome**, seules les dispositions de l'article 1648 du code civil, prévoyant un délai de 2 ans à compter de la découverte du vice seraient applicables, peu important la date de la vente du véhicule (*CA Aix-en-Provence, 23/01/2018, n°16/05477*).
- Selon cette décision, le délai de 2 ans ne serait pas, dans ce cas précis, enfermé dans le délai de prescription de 5 ans à compter de la vente du véhicule.

C. LE RÉGIME

❖ Titulaire de l'action :

- Acheteur, sous-acquéreur, vendeur intermédiaire
- Crédit-bail

❖ Option de l'acheteur :

- Action résolutoire ou estimatoire;
- Effets : pas d'indemnité due au vendeur pour l'usage de la chose. Evolution possible avec l'article 1352-3 du Code civil ? (« la restitution inclut les fruits et la valeur de la jouissance que la chose a procuré »);
- Partage de responsabilité en cas de faute d'un tiers ou de l'acheteur.
- Action en indemnisation autonome de l'action rédhibitoire ou estimatoire sur le fondement l'article 1645 du Code civil, si le vendeur connaissait le vice;

Cass, 3ème civ, 30 Janvier 2020 : La Cour de cassation rappelle que la demande de dommages-intérêts sur le fondement de l'article 1645 du code civil est autonome de l'action rédhibitoire ou estimatoire, et ajoute que :

« lorsque l'immeuble vendu est atteint de vices cachés nécessitant sa démolition, l'acquéreur qui a choisi de le conserver sans restitution de tout ou partie du prix de vente est fondé à obtenir du vendeur de mauvaise foi des dommages et intérêts équivalant au coût de sa démolition et de sa reconstruction ».



C. LE RÉGIME (SUITE)

- ❖ **Clause limitative ou exclusive de garantie :**
 - Déclarée abusive dans les contrats entre professionnel et consommateur
 - Valable dans les contrats de vente entre particuliers ou dans les contrats de vente entre professionnels de même spécialité et que le vice était aisément détectable (opposable également au sous –acquéreur – *Cass Civ. 1re, 27 nov. 2019*).



SECTION 3 – SÉCURITÉ DES PRODUITS

- I. DROIT COMMUN DE LA SÉCURITÉ DES PRODUITS
- II. RESPONSABILITÉ CIVILE DU PRODUCTEUR / FOURNISSEUR
- III. RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS DÉFECTUEUX

I. DROIT COMMUN DE LA SÉCURITÉ DES PRODUITS

A. NOTION D'OBLIGATION GÉNÉRALE DE SÉCURITÉ

B. DOMAINE D'APPLICATION

C. RÉGIME

D. SANCTIONS

I. DROIT COMMUN DE LA SÉCURITÉ DES PRODUITS

A. NOTION D'OBLIGATION GÉNÉRALE DE SÉCURITÉ

❖ Article L.421-3 du Code de la consommation :

« Les **produits et les services** doivent présenter, dans des conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, **la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes.** »

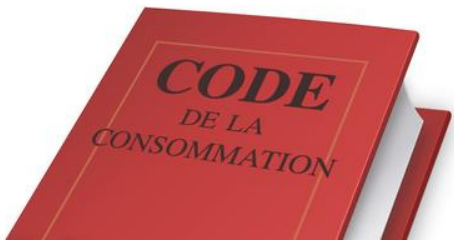


- ❖ Il s'agit de la **consécration de l'obligation de sécurité de résultat** (développée par la jurisprudence), qui induit d'autres obligations à la charge du producteur et/ou du distributeur.

(Articles L. 423-1 et suivants du Code de la consommation)

- ❖ La sécurité des produits s'apprécie également au regard d'un **certain nombre de critères, comme le respect de la réglementation spécifique au produit en question.**

(Articles L.421-5, L.421-6, L.421-7 du Code de la consommation)



B. DOMAINE D'APPLICATION

- ❖ Obligation qui pèse sur le **producteur** (fabricant, représentant du fabricant) et le **distributeur** (Article L.421-4).
- ❖ Application pour **tous les produits et services**, à l'**exception de ceux visés à l'article L.421-2 du Code de la consommation** (*les antiquités et les produits d'occasion nécessitant une réparation avant utilisation*).
- ❖ Protection accordée à **tout utilisateur** (professionnel ou non) du produit ou du service.

C. RÉGIME

- ❖ **Obligations à la charge du producteur et distributeur : d'information, de suivi, de fournir des produits qui satisfont aux obligations de sécurité, d'alerte ou de signalement des autorités compétentes (Articles L.423-1 et suivants du code de la consommation)**

Ainsi, par exemple, lorsqu'un produit présente un risque, le producteur ou le distributeur doit :

- « engager les actions nécessaires pour maîtriser ces risques (**retrait du marché, mise en garde, rappel, ...**)
 - **informer « immédiatement » la DGCCRF** dès lors qu'il a connaissance de ce risque (Art. L. 423-3 C. conso)
 - Loi d'octobre 2018 : **obligations accrues dans le domaine alimentaire** (Art. L. 423-3 C. conso.)
- ❖ **L'Article L.422-1 attribue à l'Administration le pouvoir d'interdire ou réglementer, par décrets en conseil d'Etat, les produits ou services qui ne satisfont pas à une obligation de sécurité.**

❖ Pouvoirs de la DGCCRF

- Les agents de la DGCCRF effectuent des vérifications et contrôles relatifs à la conformité, la sécurité et la valorisation des produits et services. (Article L. 511-11 et suivants du Code de la consommation)
- **Larges pouvoirs d'enquêtes** (*opérations de visites et saisies; recueillir renseignement sur des documents; consigner des produits ...*) (Article L. 512 et suivants du Code de la consommation).
- **Mesures de police administrative** (*injonctions de mise en conformité; retrait du marché, mise en garde adaptée des consommateurs; rappel auprès des consommateurs*) (Article L. 521-1 et suivants du code de la consommation).

- **Mise en ligne au plan national, de la plateforme participative « SignalConso »**, qui permet aux consommateurs de signaler à l'Administration, anonymement ou publiquement, une difficulté dans le domaine de la consommation constatée chez un commerçant ou un prestataire de services, notamment les manquements aux règles de sécurité.
- Ces derniers seront avertis par courrier postal par l'Administration et invités à faire valoir leur point de vue ainsi que, le cas échéant, de justifier des actions correctives prévues ou engagées.
- L'accumulation de signalements concernant un même professionnel pourra déclencher un contrôle de la DGCCRF.



<https://signal.conso.gouv.fr/>

D. SANCTIONS

- ❖ **Le producteur / le distributeur ne peut s'exonérer de ses obligations en soutenant n'avoir pas eu connaissance des risques qu'il ne pouvait raisonnablement ignorer (Art. L 423-3, Code de la consommation).**
- ❖ Le fait de ne pas informer les autorités administratives compétentes des actions engagées en application de l'article L.423-3 est puni de l'amende prévue pour les contraventions de 5^e classe.
- ❖ Peines spécifiques dans le domaine alimentaire (Art. L. 452-1 et suivants).
- ❖ Il sera, éventuellement, également possible d'invoquer à l'encontre du professionnel l'une des infractions de droit commun (*atteinte involontaire à la vie et à l'intégrité physique, mise en danger d'autrui, tromperie, ...*).



II. RESPONSABILITÉ CIVILE DU PRODUCTEUR / FOURNISSEUR

A. RESPONSABILITÉ CONTRACTUELLE

B. RESPONSABILITÉ EXTRACTIONNELLE

- ❖ **La jurisprudence a développé la notion d'obligation de sécurité en la plaçant dans un cadre contractuelle.**
- ❖ **Si la victime est tiers au contrat, elle ne peut agir que sur le fondement délictuel.**
- ❖ **Mais le régime de la responsabilité des produits défectueux prime ces deux ordres :**

Le demandeur ne peut agir contre le fabricant au titre du droit commun du défaut de sécurité que si les articles 1245 et suivants du code Civil ne sont pas applicables.

A. RESPONSABILITÉ CONTRACTUELLE

ARTICLES 1231 ET SUIVANTS DU CODE CIVIL (ANCIEN ARTICLE 1147 DU CODE CIVIL)

✓ **CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE**

Violation de l'obligation de sécurité accessoire au contrat de vente

- Obligation qui consiste à livrer des produits exempts de tout vice ou de tout défaut de fabrication de nature à créer un danger pour les personnes ou les biens
- Obligation à la charge du vendeur professionnel

Dommage

Lien de causalité

✓ CAUSES D'EXONÉRATION (OU LIMITATIVES) DE RESPONSABILITÉ

Faute de la victime

Clause exonératoire de responsabilité

→ Clause abusive réputée non écrite dans le cadre d'un préjudice subi par un non-professionnel ou un consommateur en cas de manquement du professionnel à l'une quelconque de ses obligations

(Articles L.212-1 et R. 212-1 du Code de la consommation)

→ Clause valable entre professionnels de même spécialités dans le cadre de leurs activités habituelles

→ Clause non valable en cas de faute lourde ou dolosive du débiteur

(Article 1231-3 du Code civil)

→ Clause non valable si atteinte à la substance du contrat

(Article 1170 du Code civil)

B. RESPONSABILITÉ EXTRA CONTRACTUELLE

✓ **CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE**

Responsabilité du fait personnel :

Article 1240 du Code civil (ancien article 1382)

- Une faute (ex. Défaut d'information du professionnel quant aux précautions à observer pour l'utilisation d'un produit dangereux)
- Un dommage
- Un lien de causalité entre la faute et le dommage

Responsabilité du fait des choses :

Article 1242 alinéa 1^{er} du Code civil (ancien article 1384)

- Une chose
- Un dommage
- Un lien de causalité entre la chose et le dommage
- Un gardien



✓ CAUSES D'EXONÉRATION

- Force majeure
- Faute de la victime



III. RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS DÉFECTUEUX

A. CONDITIONS DE MISE EN OEUVRE

B. CAUSES D'EXONÉRATION

C. RÉGIME DE LA RÉPARATION

III. RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS DÉFECTUEUX

- ❖ DIRECTIVE 85-374 DU 25 JUILLET 1985
- ❖ LOI 98-389 DU 19 MAI 1998
- ❖ RÉGIME SPÉCIAL QUI PRIME SUR LE DROIT COMMUN DE LA RESPONSABILITÉ :
 - Le demandeur ne peut agir sur le fondement du droit commun fondé sur le défaut de sécurité du produit que si les articles 1245 et suivants du code civil ne sont pas applicables (ex : produits mis en circulation avant la Loi du 19 mai 1998).
 - La victime qui n'établit pas l'existence d'une faute distincte du défaut de sécurité de produit ne peut fonder son action que sur les articles 1245 et suivants du Code civil.

A. CONDITIONS DE MISE EN OEUVRE

« Le producteur est responsable du dommage causé par un défaut de son produit, qu'il soit ou non lié par un contrat avec la victime »

Article 1245 du Code civil



1. LE RESPONSABLE
2. UN PRODUIT DÉFECTUEUX
3. UN DOMMAGE
4. UN LIEN DE CAUSALITÉ

1. LE RESPONSABLE

- ❖ Article 1245-5 et suivants du Code civil
- ❖ Le **producteur** : fabricant d'un produit fini, le producteur d'une matière première, le fabricant d'une partie composante, lorsqu'il agit à titre professionnel.
- ❖ Est assimilée au producteur :
 - toute personne qui se présente comme producteur en apposant sur le produit son nom, sa marque ou un autre signe distinctif,
 - toute personne qui importe un produit dans la Communauté européenne en vue d'une vente, d'une location, avec ou sans promesse de vente, ou de toute autre forme de distribution

1. LE RESPONSABLE (SUITE)

- ❖ Il n'est pas nécessaire qu'un lien contractuel existe entre la victime et le producteur.
- ❖ Le producteur de la partie composante et celui qui a réalisé l'incorporation, engagent solidairement leur responsabilité (Article 1245-7 du code civil).
- ❖ Le fournisseur, en cas de non identification du producteur, à moins qu'il ne désigne son propre fournisseur ou le producteur dans un délai de 3 mois, à compter de la date à laquelle la demande de la victime lui a été notifiée.

2. UN PRODUIT DÉFECTUEUX

❖ L'Article 1245-2 du code civil définit un champ d'application large :

«[...] **tout bien meuble**, même s'il est incorporé dans un immeuble, y compris les produits du sol, de l'élevage, de la chasse et de la pêche. L'électricité est considérée comme un produit. »



2. UN PRODUIT DÉFECTUEUX (SUITE)

❖ L'Article 1245-3 du code civil précise la notion de défaut :

« *Un produit est défectueux [...] lorsqu'il **n'offre pas la sécurité** à laquelle on peut légitimement s'attendre.* »

- Cela peut se traduire par un vice interne causant un dommage corporel ou matériel : distinction entre responsabilité du fait des produits défectueux / Vice provoquant un mauvais fonctionnement du produit qui relève de la garantie des vices cachés.
- Un produit exempt de vice de fabrication peut être « défectueux » au sens des articles 1245 et suivants, s'il ne présente pas le niveau de sécurité auquel on peut s'attendre.
- Un produits défectueux ne correspond pas systématiquement à un produit non conforme aux normes lors de sa mise sur le marché.
- Un produits défectueux ne correspond pas systématiquement à un produit dangereux.

2. UN PRODUIT DÉFECTUEUX (SUITE)

- ❖ L'article 1245-3 du code civil précise la notion de défaut (suite) :

Prise en considération de « *toutes les circonstances et notamment de la présentation du produit, de l'usage qui peut en être raisonnablement attendu et du moment de sa mise en circulation. »*

La Cour de cassation en déduit que la défectuosité peut également résulter d'un manque d'information ou de mise en garde contre les dangers que présente le produit.

- ❖ L'article 1245-8 du Code civil précise que le demandeur doit prouver le défaut.



En pratique, les juges ont recours au faisceau d'indices.

En principe, la simple implication du produit dans la survenance du sinistre ne suffit pas à caractériser le défaut.

3. UN DOMMAGE

- Atteinte aux biens (si dommage supérieur à 500 euros – fixé par décret) ou aux personnes ;
(Article 1245-1 du Code civil)
- Exclusion du dommage causé au produit défectueux lui-même ;
- La charge de la preuve incombe au demandeur ;
(Article 1245-8 du Code civil)



4. UN LIEN DE CAUSALITÉ

- Article 1245-8 du code civil
- A la charge du demandeur
- Appréciation souveraine des juges du fond



B. CAUSES D'EXONÉRATION

☐ Liste limitative fixées aux articles 1245-10 à 1245-13 du code civil :

- ✓ Risque de développement (l'état des connaissances lors de la mise en circulation n'a pas permis de déceler le défaut)
- ✓ Conformité aux normes (il faut que le producteur prouve que le défaut n'est que la conséquence de l'application des règles impératives légales ou réglementaires)
- ✓ Faute de la victime
- ✓ Le produit n'était pas destiné à la vente
- ✓ Mise en circulation du produit
 - Le producteur est exonéré s'il démontre qu'il n'a pas mis le produit en circulation ;
 - Le producteur est exonéré s'il démontre que le défaut qui a causé le dommage n'existait pas au moment où le produit a été mis en circulation par lui ou que ce défaut est né postérieurement.



❑ Absence d'exonération :

- ✓ Du fait d'un tiers
- ✓ De la conformité du produit aux normes (si le défaut n'est pas la conséquence directe de la conformité)
- ✓ Les clauses limitatives ou exclusives de responsabilité (Article 1245-14 du Code civil), sauf les clauses entre professionnels pour les dommages aux biens qui ne sont pas utilisés par la victime principalement pour son usage privé

C. RÉGIME DE LA RÉPARATION

❑ Action enfermée dans un double délai :

- ❖ L'action se prescrit dans un **délai de 3 ans** à compter de la **date à laquelle le demandeur a eu ou aurait dû avoir connaissance du dommage, du défaut et de l'identité du producteur** (Article 1245-16 du Code civil)
- ❖ Responsabilité éteinte **10 ans après la mise en circulation du produit** même qui a causé le dommage **à moins que**, durant cette période, **la victime n'ait engagé une action en justice**