

Chers lecteurs,

Nous sommes heureux de vous partager le premier numéro de la newsletter « La lettre de la Consommation » de l'équipe Droit de la Distribution/Concurrence/Consommation du Cabinet Simon Associés.

Cette lettre, qui sera diffusée chaque premier jeudi du mois, sera l'occasion de revenir sur des thèmes d'actualité du Droit de la consommation, tout en veillant à vous apporter des conseils pratiques.

En effet, nous souhaitons que cette Lettre de la Consommation puisse vous apporter les outils nécessaires pour répondre aux différents enjeux présentés notamment par une nouvelle réglementation, un revirement de jurisprudence, ou encore par une décision intéressante.

Il s'agira ainsi de vous présenter de manière pratique les actualités qui ont attiré notre attention.

Nous vous souhaitons à tous une agréable lecture, et restons à votre disposition pour répondre à l'ensemble de vos questions.

LA RESILIATION EN TROIS CLICS C'EST DESORMAIS POSSIBLE !

* Ce qu'il faut retenir :

Afin de respecter les exigences de la réglementation relative à la résiliation en trois clics et ainsi, éviter toute sanction à ce titre, vous devez notamment :

- **vérifier que votre site internet offre la possibilité aux consommateurs et aux non professionnels d'accéder directement et facilement à la fonctionnalité de résiliation ;**
- **veiller à ne pas imposer aux consommateurs et aux non-professionnels la création d'un espace personnel pour accéder à la faculté de résiliation ;**
- **veiller à confirmer la décision de résiliation au consommateur ou au non-professionnel en précisant, dans un délai raisonnable, la date et les effets de résiliation.**

* **Pour approfondir :**

Depuis le 1^{er} juin 2023, date d'entrée en vigueur du décret n°2023-417 du 31 mai 2023 relatif aux modalités techniques de résiliation des contrats par voie électronique, les consommateurs et les non-professionnels peuvent désormais résilier les contrats conclus en seulement quelques validations ou « clics », en garantissant un accès rapide, facile, direct et permanent à la fonctionnalité prévue par la loi.

Ce décret n'a pas vocation à modifier les conditions de résiliation du contrat (qui restent identiques que la résiliation s'effectue en ligne ou par écrit), mais simplement à offrir une nouvelle modalité de résiliation pour les consommateurs et les non-professionnels.

- **Le champ d'application de la résiliation en trois clics**

Cette faculté de résiliation en trois clics s'applique à tous les contrats en cours et à venir qu'ils aient été souscrits en ligne ou non. Un consommateur pourra ainsi résilier en ligne un contrat conclu dans le point de vente d'un professionnel dès lors que ce dernier offre la possibilité de conclure ce contrat en ligne. Il suffit, en effet, que le contrat puisse être conclu en ligne.

La DGCCRF rappelle, à titre d'exemples, que les contrats d'assurances, de services bancaires, d'abonnement à un magazine, à une salle de sport, à un service de musique ou de vidéo en ligne, ou encore les contrats de location de voiture pourront ainsi être résiliés en ligne.

- **Les étapes de la résiliation en trois clics**

Depuis l'interface en ligne (site internet et application mobile), le professionnel doit offrir la possibilité aux consommateurs et aux non-professionnels, d'accéder directement et facilement à la fonctionnalité de résiliation.

Le premier clic sera présenté sous la mention « *résilier votre contrat* » ou sous une formule analogue dénuée d'ambiguïté, affichée en caractère lisible.

Le consommateur ou le non-professionnel devra alors renseigner ou confirmer les informations permettant de l'identifier et de désigner le contrat à résilier, à savoir :

- les nom et prénom du consommateur ou, si le contrat a été conclu avec une personne morale (non-professionnel), sa raison ou sa dénomination sociale ;
- l'adresse électronique ou, à défaut, l'adresse postale afin que le professionnel puisse confirmer la réception de la notification de résiliation ;
- le numéro client ou de contrat, ou toute autre référence préalablement communiquée par le professionnel au titulaire du contrat pour l'identifier ;
- la date de résiliation souhaitée, étant précisé que si le consommateur résilie le contrat de manière anticipée alors l'interface devra prévoir une rubrique lui permettant de préciser le motif légitime de cette résiliation et de transmettre les pièces justificatives nécessaires ; et
- s'agissant des services de communications électroniques, le numéro de téléphone correspondant à la ligne concernée par la résiliation.

A ce stade, il est précisé que le professionnel ne doit pas imposer la création d'un espace personnel afin d'accéder à cette nouvelle faculté de résiliation. En revanche, si le consommateur dispose d'un espace client créé antérieurement, alors le professionnel aura la possibilité de lui demander de l'utiliser afin de résilier le contrat.

Au deuxième clic, le consommateur devra confirmer l'exactitude des informations nécessaires à la résiliation. Il sera dirigé vers une page récapitulative lui permettant de vérifier et, le cas échéant, de modifier les informations fournies.

Au troisième clic, le consommateur devra cliquer sur la mention « *notification de la résiliation* » ou tout autre formule analogue dénuée d'ambiguïté, affichée en caractères lisibles.

Le professionnel devra ensuite confirmer la réception de la décision de résiliation, en précisant au consommateur et dans un délai raisonnable, la date et les effets de la résiliation.

- **Sanction du non-respect des modalités de résiliation par voie électronique**

En application de l'article L.241-3-1 du Code de la consommation, le non-respect des modalités de résiliation par voie électronique des contrats est passible d'une amende administrative d'un montant maximum de 15.000 euros pour une personne physique et de 75.000 euros pour une personne morale.

Il ne fait nul doute que la DGCCRF sera soucieuse du respect de ces nouvelles dispositions dès lors que celles-ci ont vocation à offrir une plus grande flexibilité aux consommateurs et aux non-professionnels dans la gestion de leurs contrats.

Rappelons, en parallèle, que la DGCCRF a sanctionné au mois de juillet 2023 la société BASIC FIT à une amende d'un montant de 68.500 euros, pour avoir commis plusieurs manquements à la fois dans plusieurs salles de l'enseigne et sur ses sites Internet en raison, notamment, du défaut d'information des consommateurs sur les conditions de résiliation et sur la possibilité de saisir un médiateur de la consommation en cas de litige.

Par ailleurs, les agents de la DGCCRF ont récemment constaté, le 25 octobre 2023, que la société SECONDE MAIN PHONE n'avait pas procédé, dans un délai de 14 jours (correspondant au délai maximal prévu par l'article L.221-24 du Code de la consommation), au remboursement intégral de clients qui avaient valablement exercé leur droit à rétractation après un achat sur son site internet. Les agents ont donc ordonné à ladite société de cesser ses agissements illicites dans un délai de 45 jours.

LE CONTROLE DES SITES INTERNET PAR LES AGENTS DE LA DGCCRF S'INTENSIFIE

* **Ce qu'il faut retenir :**

Afin de disposer d'un site internet en conformité au regard des dispositions du droit de la consommation et éviter toute sanction de la DGCCRF à la suite d'un contrôle, vous devez notamment :

- **répondre aux exigences en matière d'obligation d'informations précontractuelles (caractéristiques essentielles du bien ou service, prix, délai de livraison, coordonnées et identité du professionnel, garanties légales, droit de rétractation, etc.) ;**
- **satisfaire aux exigences relatives à l'affichage du prix et, en particulier, veiller au respect de la réglementation liée aux promotions ;**
- **renoncer à toutes pratiques qui seraient susceptibles d'induire le consommateur en erreur.**

* **Pour approfondir :**

9.182, c'est le nombre de sites internet contrôlés par les agents de la DGCCRF en 2023.

Dans sa communication en date du 23 novembre, la DGCCRF rappelle que le commerce électronique représente une part croissante de ses contrôles, passant de 12% en 2022, à près de 17 % en 2023.

Parmi les sites internet contrôlés, la moitié d'entre eux était en anomalie. Toutefois, la DGCCRF précise que cette proportion est à relativiser dans la mesure où les contrôles effectués par les agents n'étaient pas aléatoires mais faisaient suite à des plaintes ou à des actions ciblées.

Les manquements constatés par les agents de la DGCCRF rappellent que le droit de la consommation est encore trop méconnu par les professionnels.

En effet, le bilan des contrôles menés démontre notamment que certains professionnels vendent sur internet des produits non-conformes ou dangereux, recourent à des fausses réductions, ou ne respectent pas leurs obligations en matière d'informations précontractuelles (en ce que compris les informations relatives au droit de rétractation) ne leur permettant pas, en conséquence, d'obtenir le consentement libre et éclairé du consommateur. De même, des pratiques commerciales trompeuses de nature à induire en erreur le consommateur (telles que des omissions, des dissimulations, des allégations ou encore des présentations fausses sur les caractéristiques du produit ou du service ou sur l'identité du professionnel) ont été fréquemment constatées sur les sites internet des professionnels par les agents de la DGCCRF.

A la suite de ces contrôles, 2.267 sociétés ont été destinataires d'un avertissement, 1.974 d'une injonction de mise en conformité et 242 d'un procès-verbal.

AFFICHAGE DES PRIX : LES REGLES A RESPECTER

* Ce qu'il faut retenir :

Afin de respecter les exigences relatives à l'affichage sur les prix, vous devez notamment, en tant que professionnel :

- vous assurer, s'agissant de la vente de produits, que :
 - le prix des produits présentés en vitrine ou à l'intérieur du lieu de vente fasse l'objet d'un affichage visible et compréhensible ;
 - dans le cadre de produits vendus par lot, la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot (s'ils sont différents), soient affichés en sus du prix de vente du lot ;
- vous assurer, s'agissant de la vente de prestations de services, que :
 - la liste des prestations de services proposées et leur prix soient présentés en vitrine ainsi que dans le lieu dédié à l'accueil du public ;
 - le consommateur ait été informé du caractère payant du devis (si nécessaire) et ce, de manière préalable à sa réalisation.

* Pour approfondir :

Le 22 novembre 2023, la société Distribution Casino France s'est vue infliger une amende administrative d'un montant de 23.000 € par la DGCCRF pour défaut d'affichage des prix des produits mis en vente. En l'occurrence, il était reproché à la société Distribution Casino France d'avoir empêché les consommateurs d'effectuer des achats éclairés.

Cette récente condamnation rappelle la nécessité pour une entreprise de respecter les exigences en matière d'affichage des prix prévues par les articles L.112-1 et suivants du Code de la consommation et par l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix.

Il en résulte qu'un affichage lisible et compréhensible du prix exprimé en euros toutes taxes comprises est obligatoire, quel que soit le procédé utilisé par le professionnel (celui-ci étant libre d'utiliser tout procédé approprié et peut informer le client par voie de marquage, d'étiquetage ou d'affichage).

Dès lors qu'un produit neuf ou d'occasion est exposé à la vue du public, son prix doit faire l'objet d'un marquage par écriteau ou d'un étiquetage. Le prix des produits exposés en vitrine ou à l'intérieur d'un point de vente doit ainsi nécessairement être affiché. Par ailleurs, dans le cadre de la vente de produits par lot, la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot (s'ils sont différents), doivent être affichés en sus du prix de vente du lot.

S'agissant de l'affichage du prix de certains produits alimentaires, d'hygiène et d'entretien, dont la liste est établie par l'arrêté du 16 novembre 1999 relatif « à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés », le client doit, en plus du prix de vente, être informé du prix à l'unité de poids ou de mesure (par exemple, du prix au litre, ou encore du prix au kilogramme).

S'agissant de l'affichage du prix des prestations de services, la liste des prestations proposées ainsi que leurs prix doivent être affichés de manière lisible depuis l'extérieur, ainsi que dans le lieu dédié à l'accueil du public. Dans l'hypothèse où les prestations ne peuvent pas être recensées dans leur intégralité sur une simple affiche, le professionnel doit mettre à la disposition des clients un document unique reprenant l'ensemble des prestations et leurs prix.

Par ailleurs, lorsque l'établissement d'un devis est nécessaire et que ce dernier est payant, les clients devront obligatoirement être informés de sa facturation avant que le professionnel ne procède à sa réalisation.

Il convient de préciser que tout manquement en matière d'affichage sur les prix est puni d'une amende d'un montant de 3.000 € pour les personnes physiques et de 15.000 € pour les personnes morales, en application de l'article L.131-5 du Code de la consommation. En outre, le professionnel peut également voir sa responsabilité pénale engagée si l'information délivrée est de nature à induire en erreur le client. En effet, la pratique commerciale trompeuse est un délit sanctionné par une peine d'emprisonnement de deux ans ainsi que d'une amende de 300.000 euros, étant précisé que le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du montant du chiffre d'affaires annuel moyen, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50% des dépenses engagées.
