

## ENTREE EN VIGUEUR PROGRESSIVE DE L'OBLIGATION D'INFORMATION RELATIVE A L'INDICE DE DURABILITE EN 2025

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

Afin de garantir une information claire et fiable des consommateurs s'agissant de la durabilité d'un produit, tous les vendeurs de téléviseurs et de lave-linges devront notamment, en 2025 :

- afficher l'indice de durabilité :
  - lorsque l'équipement est proposé à la vente en magasin, de manière visible et lisible, sur le produit, son emballage, ou à proximité immédiate du produit ;
  - lorsque l'équipement est proposé à la vente en ligne, sur toutes les pages permettant l'achat du produit concerné, selon une taille de caractère équivalente à celle du prix, de manière à être lisible sur l'écran ;
- communiquer aux consommateurs le détail de la notation ayant permis de déterminer l'indice de durabilité du produit ;
- s'assurer que l'indice de durabilité publié par le fabricant correspond à la version actualisée.

### \* Pour approfondir :

- Mise en place progressive de l'obligation d'information relative à l'indice de durabilité

L'article 16-II de la loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et pour l'économie circulaire a introduit le principe d'indice de durabilité pour les équipements électriques et électroniques. Cet indice de durabilité vise à remplacer progressivement l'indice de réparabilité afin d'intégrer de nouveaux critères notamment relatifs à la fiabilité, la robustesse et à la facilité de maintenance du produit (pour plus d'informations sur l'indice de réparabilité, retrouvez notre article « Indice de réparabilité, les obligations à respecter par le vendeur d'équipements électriques et électroniques » en cliquant [ici](#)).

Concrètement, tous les vendeurs d'équipements électriques et électroniques ainsi que ceux utilisant un site internet, une plateforme ou toute autre voie de distribution en ligne dans le cadre de leur activité commerciale en France, doivent informer sans frais le consommateur, au moment de l'acte d'achat, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage, ou par tout autre procédé approprié, de l'indice de durabilité des équipements concernés (article L. 541-9-2 du C. envir.). Cet indice de durabilité concerne uniquement les équipements électriques et électroniques neufs dont la liste est fixée par décret, à l'exclusion de tout équipement d'occasion (article R. 541-215 du C. envir.).

Pour l'instant, cet indice de durabilité concernera uniquement les téléviseurs (à compter du 8 janvier 2025) et les lave-linges (à compter du 8 avril 2025). Pour les autres équipements électriques et électroniques, l'indice de réparabilité restera obligatoire.

- **Détermination de l'indice de durabilité**

L'indice de durabilité vise à informer les consommateurs du caractère plus ou moins durable des équipements électroniques et électriques concernés par l'attribution d'une note sur 10.

Cet indice est calculé en tenant compte, d'une part, de la réparabilité des équipements (accessibilité de la documentation technique, facilité de démontage, disponibilité et prix des pièces détachées) et, d'autre part, de la fiabilité des équipements (résistance aux contraintes et à l'usure, facilité de la maintenance et de l'entretien, existence d'une garantie commerciale et processus de qualité).

Le détail de cette notation doit être mis à la disposition du consommateur par le vendeur au moment de l'achat dudit équipement électrique ou électronique.

- **Sanction en cas de non-respect des obligations relatives à l'indice de durabilité**

Conformément à l'article L. 541-9-4 du Code de l'environnement (par renvoi à l'article L. 541-9-2 du même code), tout professionnel personne morale qui manque à ses obligations d'information relatives à l'indice de durabilité est passible d'une amende administrative d'un montant de 15.000 €.

---

## DEFAUT DE LIVRAISON : LES BONNES PRATIQUES A ADOPTER

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

En cas de défaut de livraison, et afin de protéger les droits des consommateurs, le professionnel :

- ne peut pas mettre à disposition du consommateur un numéro de téléphone surtaxé pour les communications portant sur les défauts de livraison ;
- ne peut pas inviter le consommateur à se retourner contre l'intermédiaire chargé de la livraison, le professionnel vendeur étant le seul responsable ;
- doit rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées par ce dernier dans un délai de 14 jours en cas de commande annulée en raison du défaut de livraison.

### \* Pour approfondir :

- **Interdiction de mettre à disposition du consommateur des numéros de téléphone surtaxés**

Conformément à l'article L. 121-16 du Code de la consommation, le professionnel ne peut pas mettre à disposition du consommateur un numéro de téléphone surtaxé pour les communications portant sur la bonne exécution du contrat ou le traitement d'une réclamation. A défaut, le professionnel s'expose à une amende administrative d'un montant de 15.000 € (article L. 132-21 du C. consom.)

- **Interdiction de transférer la responsabilité du défaut de livraison à l'intermédiaire chargé du transport**

En aucun cas, le professionnel vendeur, responsable de la bonne exécution du contrat, ne peut transférer cette responsabilité sur le transporteur.

En effet, conformément à l'article L. 221-15 du Code de la consommation, le professionnel est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance, et ce quand bien même les obligations seraient exécutées par d'autres prestataires de services.

Le professionnel vendeur ne peut donc pas inviter le consommateur à se retourner contre l'intermédiaire chargé du transport en cas de problème de livraison.

A noter, lorsque le consommateur confie le bien à un transporteur de son choix, autre que celui proposé par le professionnel, le risque de perte ou d'endommagement du bien est transféré au consommateur dès la remise du bien au transporteur (article L. 216-3 du C. consom.).

- **Obligation de rembourser la totalité des sommes versées par le consommateur dans un délai de 14 jours en cas de commande annulée par le consommateur en raison du défaut de livraison**

En cas de non-respect du délai de livraison par le professionnel, ou au plus tard dans les 30 jours de la conclusion du contrat si aucune date de livraison n'a été fixée, le consommateur peut résoudre le contrat après avoir mis en demeure le professionnel de délivrer le bien dans un délai supplémentaire raisonnable.

A défaut de livraison dans le délai supplémentaire raisonnable, le professionnel est tenu de rembourser le consommateur de la totalité des sommes versées et ce, dans un délai maximal de 14 jours suivant la date à laquelle le contrat a été dénoncé par le consommateur (article L. 216-7 du C. consom.).

A noter, lorsque le professionnel refuse de délivrer le bien, ou lorsqu'il est manifeste que le professionnel ne livrera pas le bien, mais également lorsque le délai de livraison constitue pour le consommateur une condition essentielle du contrat, la résolution du contrat est immédiate sans qu'il soit nécessaire pour le consommateur de procéder à une mise en demeure préalable (article L. 216-6 du C. consom.).

## INFLUENCE COMMERCIALE : ASSOULISSEMENT DES OBLIGATIONS D'INFORMATION REPOSANT SUR L'INFLUENCEUR

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

Tout influenceur est tenu, dans le cadre de la promotion de biens et/ou de services qu'il effectue, de préciser dans ses contenus :

- le caractère publicitaire des publications réalisées sur les réseaux sociaux, par l'ajout de la mention « *publicité* », « *collaboration commerciale* » ou toute autre mention équivalente ;
- la présence de retouches réalisées notamment à l'aide de filtres ou de l'intelligence artificielle, par l'ajout de la mention « *image retouchées* » ou « *images virtuelles* », ou toute autre mention équivalente.

### \* Pour approfondir :

L'ordonnance du 6 novembre 2024 n°2024-978 (ci-après l'« **Ordonnance** ») est venue modifier la loi n°2023-451 du 9 juin 2023 sur l'influence commerciale (ci-après la « **Loi sur l'influence** »). Cette Ordonnance vise ainsi à répondre aux observations formulées par la Commission européenne à la suite de l'entrée en vigueur de la Loi sur l'influence et ainsi rendre compatible ladite loi avec le droit de l'Union européenne.

#### • Assouplissement des conditions d'information des consommateurs sur l'intention commerciale

Parmi les modifications opérées, l'Ordonnance est venue assouplir les conditions d'information des consommateurs sur l'intention commerciale. En effet, la Loi sur l'influence prévoyait que la promotion de biens, de services ou d'une cause quelconque par un influenceur devait être explicitement indiquée par la mention « *Publicité* » ou la mention « *Collaboration commerciale* », à l'exclusion de toute autre mention équivalente. Désormais, l'Ordonnance prévoit que l'intention commerciale peut être explicitement indiquée par une « *mention équivalente adaptée aux caractéristiques de l'activité d'influence et au format du support de communication utilisé* » (article 1<sup>er</sup>- III de l'Ordonnance).

Par ailleurs, la Loi sur l'influence prévoyait que ces mentions devaient être claires, lisibles et identifiables durant l'intégralité de la promotion. L'Ordonnance a supprimé cette exigence temporelle et exige que les mentions soient « *compréhensibles* » en lieu et place de leur caractère « *identifiable* ».

Enfin, l'Ordonnance rappelle que l'absence d'indication de l'intention commerciale poursuivie par un influenceur constitue une pratique commerciale trompeuse. Pour autant, l'Ordonnance vient fragiliser cette obligation en conditionnant la qualification de la pratique commerciale trompeuse au fait que « *l'intention [commerciale] ne ressort pas déjà du contexte* ». Cette précision apporte donc un moyen de défense à tout influenceur qui se verrait imputer la réalisation d'une pratique commerciale trompeuse.

#### • Assouplissement des conditions d'information des consommateurs sur les images retouchées et les images virtuelles

L'Ordonnance est également venue assouplir les conditions d'information des consommateurs sur les images retouchées et les images virtuelles. En effet, la Loi sur l'influence imposait à l'influenceur de faire apparaître les mentions « *Images retouchées* » et « *Images virtuelles* » sur toutes les images retouchées ou produites par une intelligence artificielle, à l'exclusion de toute autre mention équivalente. Désormais, l'Ordonnance prévoit que ces mentions peuvent être remplacées par une « *mention équivalente adaptée aux caractéristiques de l'activité d'influence et au format du support de communication utilisé* » (article 1<sup>er</sup>- IV de l'Ordonnance).

Enfin, la Loi sur l'influence prévoyait que ces mentions devaient être claires, lisibles et identifiables durant l'intégralité de la promotion. L'Ordonnance a supprimé cette exigence temporelle et indique que les mentions doivent être « *compréhensibles* » en lieu et place de leur caractère « *identifiable* ».