



Protection des consommateurs : panorama des nouveautés

Mise en place d'une procédure de résiliation en 3 clics, renforcement de l'information due aux consommateurs, durcissement de l'obligation de sécurité des produits et des services. Tour d'horizon des nouvelles obligations des entreprises envers les consommateurs dans un contexte de plus en plus digitalisé.

Résiliation en ligne

La loi « pouvoir d'achat » du 16-8-2022 a créé la possibilité pour les consommateurs de résilier leurs abonnements à certains services souscrits sur internet (Loi 2022-1158 du 16-8-2022, art. 15, JO du 17).

Ainsi, lorsqu'un contrat entre un professionnel et un consommateur a été conclu par voie électronique, sa résiliation est possible selon cette modalité. Il en va de même lorsque le contrat a été conclu par un autre moyen mais qu'au jour de la résiliation, la conclusion de contrats par voie électronique est possible (C. consom. art. L 215-1-1).

Bon à savoir. Le dispositif n'a vocation à s'appliquer que si le professionnel propose la conclusion de contrats à distance par voie électronique et non pas du simple fait de l'utilisation d'outils permettant la conclusion de contrats par voie électronique.

Un décret fixe les modalités techniques permettant de garantir une identification du consommateur et un accès facile, direct et permanent à la fonctionnalité de résiliation des contrats de consommation par voie électronique (C. consom. art. L 215-1-1, al. 3). Ce dispositif est entré en vigueur le 1-6-2023, y compris pour les contrats qui étaient en cours d'exécution à cette date (Décret 2023-417 du 31-5-2023, JO du 1-6).

À noter. Un dispositif similaire est applicable pour les contrats d'assurance (Loi 2022-1158 du 16-8-2022, art. 17, JO du 17 ; Décret 2023-182 du 16-3-2023, JO du 17).

Quels sont les contrats concernés ?

L'obligation de mettre en place un dispositif de résiliation en ligne s'applique à tous les contrats conclus entre professionnels et consommateurs (C. consom. art. L 215-3), ainsi qu'aux contrats conclus avec les exploitants des services d'eau potable et d'assainissement (C. consom. art. L 215-2).

Sont concernés par le dispositif les contrats d'abonnement portant tant sur la fourniture de prestations de service que de produits, sous réserve bien sûr que le

professionnel propose par ailleurs pour tout ou partie de ses produits ou services, la conclusion de contrats par voie électronique.

Elles ne concernent pas, en revanche, les contrats soumis à des règles spécifiques en ce qui concerne leur résiliation (assurances, mutuelles, institutions de prévoyance) (C. consom. art. L 215-5 modifié).

Exemples de contrats visés. Abonnements à un magazine, un service de musique ou de vidéo en ligne, une salle de sport, un contrat de téléphone ou d'accès à internet, des services bancaires ou produits d'épargne, de location de voiture.

Quelles sont les fonctionnalités de résiliation à mettre en place ?

Le professionnel doit mettre à disposition du consommateur une fonctionnalité gratuite permettant d'accomplir, par voie électronique, la notification et les démarches nécessaires à la résiliation du contrat.

Précision. Par « fonctionnalité », il faut comprendre un moyen technique, sur un site internet ou une application, permettant de réaliser une ou plusieurs actions supplémentaires (un bouton ou un lien cliquable par exemple).

Depuis l'interface en ligne permettant la conclusion du contrat (notamment, le site internet ou l'application mobile), le consommateur doit pouvoir accéder directement et facilement à la fonctionnalité de résiliation sans avoir à créer un espace personnel (il peut tout de même être demandé au consommateur de se connecter à un tel espace s'il a été créé précédemment) (C. consom. art. D 215-1, al. 2 et 4 nouveau).

La fonctionnalité peut indiquer, de manière lisible et compréhensible, les informations portant sur les conditions de la résiliation des contrats, notamment, le cas échéant, l'existence d'un délai de préavis, d'une indemnité de rupture, ainsi que sur les conséquences de la résiliation (C. consom. art. D 215-1, al. 3 nouveau).

En pratique. Les professionnels optent souvent pour un lien figurant en pied de page et accessible sur toutes les pages du site internet ou de l'application.

Quelle est la procédure à suivre ?

Le parcours de résiliation doit comporter les 4 étapes suivantes :

- étape 1 : le consommateur accède à la fonctionnalité lui permettant de résilier le contrat en cliquant sur « Résilier votre contrat » ou une formule analogue dénuée d'ambiguïté, affichée en caractères lisibles (C. consom. art. D 215-1, al. 1 nouveau) ;

- étape 2 : le consommateur renseigne ou confirme les Informations suivantes dans le cadre d'une rubrique prévue à cet effet : ses nom et prénoms (ou, si le contrat a été conclu par une personne morale, sa dénomination sociale) ; son adresse électronique ou, à défaut, son adresse postale ; le cas échéant, la référence du contrat ; la date de résiliation souhaitée ; pour les services de communications électroniques, le numéro de téléphone correspondant à la ligne concernée par la résiliation (C. consom. art. D 215-2 nouveau, I) ;
- étape 3 : le professionnel présente au consommateur un récapitulatif de résiliation afin de lui permettre de vérifier les éléments renseignés et le cas échéant les modifier. Par ailleurs, le consommateur doit pouvoir confirmer de manière définitive la résiliation grâce à l'activation d'une fonction, qui est directement accessible à partir de la page du récapitulatif avec la mention : « Notification de la résiliation » ou une formule analogue dénuée d'ambiguïté, affichée en caractères lisibles (C. consom. art. D 215-3 nouveau) ;
- étape 4 : le professionnel accuse réception de la notification de résiliation et l'informe sur support durable dans un délai raisonnable de la date à laquelle le contrat prend fin et des effets de la résiliation (C. consom. art. L 215-1-1, al. 2 nouveau).

Et si la résiliation nécessite un motif légitime ?

Si les conditions de la résiliation anticipée dépendent de l'existence d'un motif légitime (en vertu d'une disposition légale ou conventionnelle), la fonctionnalité de résiliation doit comporter une rubrique permettant au consommateur de préciser ce motif légitime et l'informant du justificatif qu'il doit produire au titre de ce motif. Cette rubrique doit mentionner une adresse électronique ou comporter une fonctionnalité permettant d'adresser au professionnel sous une forme dématérialisée un justificatif du motif légitime de résiliation, et mentionner également l'adresse postale à laquelle le consommateur peut lui envoyer ce justificatif (C. consom. art. D 215-2 nouveau, II).

Quels risques pour l'entreprise ?

Tout manquement à ces dispositions est passible d'une amende administrative dont le montant maximum est de 15 000 € pour une personne physique et 75 000 € pour une personne morale (C. consom. art. L 241-3-1).



Accessibilité des produits et services

La loi 2023-171 du 9-3-2023 adapte la législation française au droit européen pour imposer aux opérateurs économiques des obligations visant à permettre aux personnes handicapées d'accéder à tous les produits et services. Une telle obligation ne pèse actuellement que sur les plus grandes entreprises et les services publics (Loi 2023-171 du 9-3-2023, art. 16, JO du 10). Pour les produits et services mis sur le marché français à compter du 28-6-2025, les fabricants, importateurs, distributeurs et autres prestataires de services devront respecter de nouvelles obligations en matière d'accessibilité.

À noter. Les « micro-entreprises » ne seront pas concernées par l'extension de cette obligation.

Les informations fournies au consommateur devront être disponibles au moyen de plusieurs canaux sensoriels et être présentées :

- de façon compréhensible ;
- aux utilisateurs de manière à ce qu'ils les perçoivent ;
- en utilisant une police de caractères de taille et de forme appropriées compte tenu des conditions d'utilisation prévisibles, ainsi qu'un contraste suffisant, et en ménageant un espace ajustable entre les lettres, les lignes et les paragraphes.

Sont notamment concernés par cette mise en accessibilité le commerce en ligne, les distributeurs automatiques de billets, les terminaux de paiement ou encore les liseuses numériques.

Un décret et un arrêté du 9-10-2023 fixent les exigences applicables aux produits mis sur le marché et services fournis après le 28-6-2025, pour les rendre accessibles aux personnes handicapées (Décret 2023-931 du 9-10-2023, JO du 10 ; Arrêté 9-10-2023, NOR : ECOI2311693A, JO du 10).

Il peut ainsi s'agir de veiller à ce qu'une personne aveugle puisse utiliser un fichier en l'imprimant en braille, de faire en sorte que les personnes malentendantes puissent écrire et recevoir un texte de manière interactive et en temps réel, ou encore de faire en sorte qu'une personne atteinte de dyslexie puisse lire et entendre le texte en même temps.

Le non-respect des futures obligations pourra être sanctionné par l'amende prévue pour les contraventions de 5^e classe, soit jusqu'à 1 500 € pour une personne physique et 7 500 € pour une personne morale, par infraction constatée (C. consom. art. R 451-4 nouveau).

Obligations d'information du consommateur

Shrinkflation : une nouvelle obligation d'affichage dès le 1-7-2024

À partir du 1-7-2024, les distributeurs de produits de grande consommation (entreprises, groupes de personnes physiques ou morales) devront informer les consommateurs lorsqu'ils commercialiseront un produit préemballé, alimentaire ou non, dont ils auront réduit la quantité sans faire varier le prix. Cette information portant sur l'indication de la diminution de la quantité vendue et l'évolution à la hausse du prix du produit ramené à l'unité de mesure (poids, volume) fera l'objet d'une mention spécifique (Arrêté du 16-4-2024, NOR : ECOC2115322A, JO du 4-5).

À noter. Aussi appelée « shrinkflation » [(shrink, pour réduire) ou « réduflation »], cette pratique dénoncée par les associations de consommateurs crée l'illusion d'un prix constant mais permet en réalité aux industriels de masquer les hausses de prix en diminuant la quantité du produit vendu.

Sont concernés par cette nouvelle obligation d'information les grandes surfaces supérieures à 400 m² ainsi que les « denrées alimentaires et les produits non alimentaires qui sont commercialisés dans une quantité (poids, volume) constante ». Elle ne s'appliquera donc pas aux denrées alimentaires vendues en vrac ou celles dont la quantité peut varier à la préparation (rayon traiteur d'un distributeur, par exemple), pas plus qu'à certains commerces de proximité ou au commerce en ligne.

Ainsi, et pendant les 2 mois à compter de la commercialisation du produit dans sa quantité réduite, la mention « Pour ce produit, la quantité vendue est passée de X à Y et son prix au (préciser l'unité de mesure concernée) a augmenté de...% ou...€. », devra être portée sur l'emballage du produit ou une étiquette attachée ou placée à proximité du produit de façon visible, lisible et dans une même taille de caractère que celle du prix unitaire. Les deux valeurs X et Y sont exprimées, selon le cas, en poids ou en volume. L'unité de mesure peut être le litre, le décilitre, le kilogramme, l'hectogramme, etc.

Tout manquement sera passible d'une amende administrative (3 000 € maximum pour une personne physique et 15 000 € maximum pour une personne morale). Les agents de la DGCCRF pourront procéder à des injonctions pour faire cesser ces manquements. Quant aux décisions, elles pourront faire l'objet d'une mesure de publicité aux frais du professionnel.

Renforcement de la responsabilité des marketplaces

Depuis le 25-8-2023, le règlement européen sur les services numériques (UE) 2022/2065 du 19-10-2022 (« Digital Services Act ») doit être respecté par les plateformes et moteurs de recherche qui comptent plus de 45 millions d'utilisateurs actifs mensuels dans l'Union européenne.

À noter. 19 sociétés ont été désignées comme telles par la Commission européenne (JOUE n° C 249, 14-7-2023).

Pour les autres intermédiaires en ligne qui offrent leurs services (biens, contenus ou services) sur le marché européen, l'entrée en vigueur du Digital Services Act est intervenue le 17-2-2024. L'objectif est de permettre aux entreprises de se livrer à la concurrence en ligne de manière libre et loyale, mais aussi d'assurer une meilleure protection des utilisateurs contre les dérives sur internet.

Sont ainsi visés les fournisseurs d'accès à Internet, moteurs de recherche, marketplaces, cloud, réseaux sociaux, plateformes de voyage et d'hébergement en ligne, etc. Les plateformes concernées doivent :

- mettre en place un système de signalement des contenus illicites ;
- coopérer avec les autorités judiciaires ;
- traiter en priorité les signalements des organisations reconnues pour leur compétence et leur expertise, appelées « signaleurs de confiance » ;
- suspendre les comptes publiant des contenus illicites ;
- interdire le ciblage publicitaire sur les mineurs ou à partir de données sensibles ;
- indiquer l'identité du vendeur dans les places de marché en ligne (marketplaces) ;
- analyser les risques liés à leurs services en matière de contenus illégaux, d'atteinte à la vie privée ou à la liberté d'expression, de santé ou de sécurité et mettre en place les moyens pour les atténuer.

En cas de non-respect du règlement, la Commission européenne pourra infliger une amende pouvant aller jusqu'à 6 % du chiffre d'affaires mondial de l'entreprise concernée. Une mesure temporaire de restriction de l'accès au service pourra être appliquée en cas de manquements répétés.

Origine des viandes

Depuis le 7-3-2024, les établissements de restauration commerciale et collective doivent afficher l'origine ou la provenance des viandes des animaux des espèces bovine, porcine, ovine et de volailles utilisées en tant qu'ingrédients dans les préparations de viandes et de produits à base de viandes (Décret 2024-171 du 4-3-2024, JO du 6).

C'est donc désormais l'ensemble des viandes crues ou déjà préparées qui sont concernées par cette obligation d'indication de l'origine ou de la provenance, quel que soit l'animal et que l'établissement soit un restaurant à consommer sur place, ou sur place et à emporter, ou seulement à emporter.

Dénomination des protéines végétales

Un décret du 26-2-2024 prévoyait d'interdire, sauf rares exceptions, à compter du 1-5-2024, l'utilisation des dénominations désignant des denrées alimentaires d'origine animale (telles que « steak » ou « jambon ») aux fins de décrire, commercialiser ou promouvoir des denrées comportant des protéines végétales (Décret 2024-144 du 26-2-2024, JO du 27).

Le Conseil d'État a suspendu ce décret en raison de l'atteinte grave et immédiate aux intérêts des industriels vendant ces produits. Pour la haute juridiction administrative, il existe un doute sérieux sur la légalité de cette interdiction, au regard du règlement européen du 25-10-2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires (CE 10-4-2024 n°492844).

Échantillons, sur demande uniquement

Depuis le 26-4-2024, en application de la loi « Climat » (C. envir. art. L 541-15-10, V), un professionnel ne peut fournir un échantillon de produit dans le cadre d'une démarche commerciale à un consommateur que si ce dernier en a fait la demande (Décret 2024-373 du 23-4-2024, JO du 26). L'échantillon correspond à une petite quantité de marchandises cédée gratuitement au consommateur dont le conditionnement est différent du produit commercialisé. Les denrées alimentaires sans emballage destinées à une consommation immédiate et sur place ne sont pas considérées comme des échantillons, de même que les publications de presse ou leurs fac-similés.

Le professionnel peut informer le consommateur par tout moyen sur la possibilité de lui remettre un échantillon s'il en fait la demande. En cas de communication à distance, la première demande exprimée par le consommateur permet la remise successive d'échantillons jusqu'à renonciation de sa part.

Cette disposition ne s'applique pas aux échantillons contenus dans une publication de presse dès lors que leur présence est indiquée.

Sécurité générale des produits

Le règlement (UE) 2023/988 du 10-5-2023 a fixé un nouveau cadre européen sur la sécurité générale des produits. Ce texte a pour objectif d'assurer une meilleure protection de la santé et de la sécurité des consommateurs et vise à appliquer de manière plus uniforme les règles au sein de l'Union européenne. Les nouvelles dispositions, qui regroupent des règles déjà en place, sont directement applicables dans les États membres à compter du 13-12-2024 (voir LMA n° 432, février 2024, p. 13).

La loi 2024-364 du 22-4-2024, dite « DDADUE 4 », modifie les dispositions du Code de la consommation relatives à la sécurité générale des produits pour les mettre en conformité avec ces dispositions (Loi 2024-364 du 22-4-2024, art. 2, JO du 23).

Une obligation élargie

L'article liminaire du Code de la consommation est complété par la définition du prestataire de services comme « toute personne qui offre ou fournit un service » et ce, afin d'étendre le principe de sécurité générale des produits aux prestataires de services.

Est aussi modifié l'article L 421-1 du Code de la consommation afin de substituer aux notions de producteur et de distributeur celle « d'opérateur économique » qui est plus large et recouvre « le fabricant, le mandataire, l'importateur, le distributeur, le prestataire de services d'exécution des commandes ou toute autre personne physique ou morale soumise à des obligations liées à la fabrication de produits ou à leur mise à disposition sur le marché ».

Un retrait obligatoire des produits

Tout professionnel commercialisant des biens ou services est tenu à une obligation générale de sécurité. Ainsi, chaque produit mis sur le marché doit présenter la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes (C. consom. art. L 421-3).

Lorsque le vendeur s'aperçoit qu'il a mis sur le marché un produit dangereux, il doit prendre les mesures nécessaires pour mettre en conformité le produit concerné et, le cas échéant, le retirer du marché (C. consom. art. L 423-3).

Une sanction plus lourde

Le nouvel article L. 452-5-1 sanctionne, à compter du 13-12-2024, les principaux manquements en matière de sécurité des produits de 5 ans d'emprisonnement et 600 000 € d'amende. Ce montant pourra être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur la base des 3 derniers chiffres d'affaires annuels.