

La protection du consommateur



En tant que citoyen vous êtes concerné par la réglementation relative à la protection du consommateur contre les pratiques commerciales trompeuses. Parfois, suite à des actions ou des omissions trompeuses, le consommateur est incité à prendre une décision d'achat qu'il n'aurait pas prise en d'autres circonstances.

Vous vous renseignez sur ces pratiques commerciales déloyales et sur les règles applicables en matière d'information et de protection des consommateurs.

Vous avez à votre disposition un dossier documentaire :

- Document 1** Free condamné pour pratique commerciale trompeuse
- Document 2** Les pratiques commerciales reconnues trompeuses
- Document 3** Code de la consommation (extraits)
- Document 4** Présentation trompeuse et concurrence déloyale

... et des documents complémentaires A, B, C.

PREMIÈRE PARTIE Exploitation des documents

- 1** Après avoir pris connaissance du dossier documentaire (documents 1 à 4), complétez la grille d'analyse (annexe 1).
- 2** À l'aide de vos connaissances et du dossier documentaire mis à votre disposition, expliquez les concepts et expressions soulignés dans les documents (annexe 2).
- 3** Afin d'enrichir votre dossier documentaire, vous avez trouvé trois autres articles (les documents complémentaires A, B et C). Sélectionnez celui qui vous semble le plus pertinent pour illustrer votre étude. Justifiez votre choix en complétant la grille d'analyse (annexe 3).

DEUXIÈME PARTIE Rédaction de l'étude

Comment les consommateurs sont-ils protégés contre les pratiques commerciales trompeuses ?

■ À l'aide de vos connaissances, du dossier documentaire et de votre expérience, vous rédigerez une étude structurée (introduction, développement en deux parties, conclusion) et argumentée de deux pages maximum vous permettant de répondre à cette problématique. Vous conclurez par un avis personnel justifié.

Cette étude répondra aux consignes suivantes :

- établir un constat des pratiques commerciales trompeuses et de la concurrence déloyale à travers des exemples ;
- rappeler les éléments en matière d'information et de protection du consommateur contre les pratiques commerciales trompeuses.

Étude à présenter en annexe 4.

Document 1

Free condamné pour pratique commerciale trompeuse

L'opérateur Free et sa maison mère Iliad ont été condamnés jeudi pour pratique commerciale trompeuse, pour avoir affirmé à tort, entre mai 2009 et mai 2012, que les appels de ses clients vers l'étranger étaient illimités. Les amendes respectives infligées à Free et Iliad s'élèvent à 50 000 et 25 000 euros, soit des peines inférieures de moitié aux réquisitions du parquet. [...]

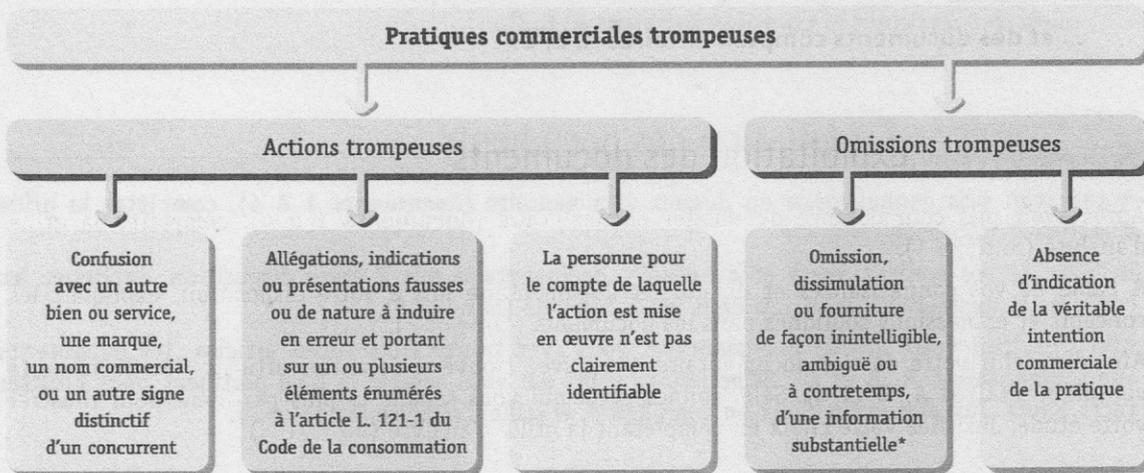
Un groupe de 19 abonnés avait porté plainte au sujet de restrictions de leurs communications vers l'étranger depuis leur téléphone fixe, ce qui a conduit à une enquête de la direction départementale de la protection des populations (DDPP). Certains clients expliquaient que leurs communications étaient systématiquement coupées après 40 minutes, d'autres évoquaient des communications internationales limitées à deux fois 40 minutes par jour ou une heure et demie, d'autres encore se plaignaient de l'impossibilité d'appeler à l'étranger à partir d'une certaine heure ou le week-end. L'analyse des factures détaillées a confirmé que les communications à l'international étaient apparemment limitées.

www.lesechos.fr, 10 juillet 2014

Document 2

Les pratiques commerciales reconnues trompeuses

D'après l'article L 121-1 du Code de la consommation sont condamnées les pratiques commerciales trompeuses consistant tant dans une action que dans une omission, et qui amènent ou sont susceptibles d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. [...]



* Substantielle : indispensable.

D'après www.dalloz-actualite.fr

Document 3

Code de la consommation (extraits)

Article L. 121-1. Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :

[...] 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :

- a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;
- b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;
- c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service.

Article L. 213-1. Sera puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 37 500 euros au plus ou de l'une de ces deux peines seulement quiconque, qu'il soit ou non partie au contrat, aura trompé ou tenté de tromper le contractant, par quelque moyen ou procédé que ce soit, même par l'intermédiaire d'un tiers :

1° Soit sur la nature, l'espèce, l'origine, les qualités substantielles, la composition ou la teneur en principes utiles de toutes.

www.legifrance.gouv.fr

Document 4

Présentation trompeuse et concurrence déloyale

La Cour de cassation a confirmé un arrêt du 8 décembre 2010 de la cour d'appel de Paris qui avait interdit la commercialisation de produits laitiers frais aromatisés dans des conditionnements comportant une représentation stylisée mais réaliste de produits naturels (fraises des bois, noix de coco, noisettes, grains de café...). La société ayant commercialisé ces produits était poursuivie pour concurrence déloyale à l'initiative d'un concurrent qui jugeait cette présentation trompeuse. L'arrêt de la cour d'appel a été rendu définitif par la Cour de cassation, qui a rejeté le pourvoi présenté par la société concernée. Selon la décision de la Cour de cassation, les principes généraux du droit peuvent toujours être appliqués par le juge en l'absence de texte spécifique et les industriels doivent fournir au consommateur l'information qui lui est nécessaire pour procéder à son achat en parfaite connaissance de cause, en s'abstenant de toute pratique commerciale trompeuse ou pouvant l'induire en erreur lors de l'achat.

D'après www.lequotidienlesmarches.fr, 10 mai 2012

Documents complémentaires

Document A

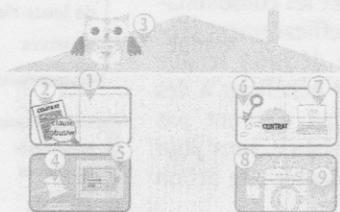
La loi Consommation : pour rééquilibrer les pouvoirs

La loi Consommation du 17 mars 2014 redonne du pouvoir aux consommateurs. Les mesures de la loi mettent en œuvre des avancées qui concernent les Français dans leur quotidien.

<http://www.economie.gouv.fr/projet-loi-consommation>, 30 décembre 2014

Le projet de loi consommation

- 1. Création d'une action de groupe
- 2. Lutte contre les clauses abusives
- 3. Modernisation des moyens d'action de la DGCCRF
- 4. Renforcement des sanctions pour fraude économique
- 5. Encadrement du crédit à la consommation



- 6. Assouplissement des conditions de résiliation des contrats d'assurance
- 7. Renforcement des droits des consommateurs sur Internet
- 8. Extension des indications géographiques aux produits manufacturés
- 9. Développement de modes de consommation responsables

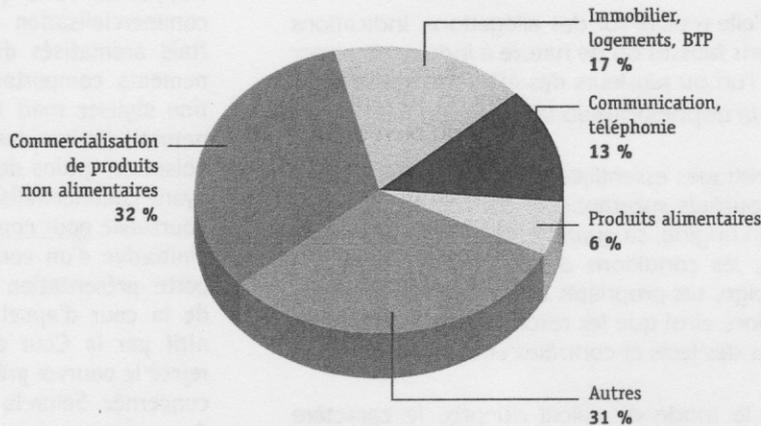
Améliorer la protection des consommateurs
Rééquilibrer les pouvoirs entre consommateurs et professionnels

Document B

Le baromètre des réclamations 2014

La DGCCRF a enregistré 75 647 réclamations de consommateurs en 2014 (contre 85 963 en 2013), soit une diminution en volume de 12,0 %.

Quatre secteurs totalisent près de 70 % des réclamations



En 2014, on observe une hausse des plaintes des consommateurs dans les secteurs de l'eau/énergie/assainissement, de la communication/téléphonie et à l'encontre des associations/administrations publiques.

Les quatre principaux motifs de réclamations sont :

- les pratiques commerciales trompeuses (14,5 %) ;
- le démarchage à domicile ou téléphonique abusif (7,0 %) ;
- la contestation du prix ou du montant de la facture (5,8 %) ;
- le défaut d'information du consommateur sur les prix (5,0 %).

www.economie.gouv.fr, 27 avril 2015

Document C

La lutte contre les clauses abusives

La DGCCRF et les associations de consommateurs pourront demander au juge d'ordonner également la suppression de cette ou de ces clauses dans les contrats identiques à celui par lequel il a été saisi, et qui ont été conclus par ce même professionnel avec d'autres consommateurs. Et les consommateurs seront plus efficacement protégés puisque la décision rendue pourra également bénéficier à des consommateurs qui n'auront pas été parties à l'instance, sans pour autant avoir à intenter une action en justice.

www.economie.gouv.fr, 9 avril 2014

2 Lutte contre les clauses abusives

Pour purger tous les contrats de leurs clauses abusives

Supprimer les clauses abusives dans tous les contrats identiques à celui qui fait l'objet de la procédure.

Protéger plus efficacement les consommateurs puisque tous ceux ayant souscrit un contrat identique pourront désormais bénéficier de la décision de justice.

Le projet de loi

La suppression d'une clause abusive au sein d'un contrat pourra être appliquée à l'ensemble des contrats identiques, conclus par le même professionnel avec d'autres consommateurs.