

FRANCE

Politique de la consommation 2001

La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) exerce, au sein du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, une mission essentielle de régulation à l'égard de l'ensemble des acteurs de l'économie. Poursuivant une évolution engagée déjà depuis plusieurs années, la DGCCRF renforce son rôle d'administration d'information, de concertation et de dissuasion tout en exerçant pleinement ses tâches classiques d'expertise et de contrôle.

(site Internet : www.finances.gouv.fr/DGCCRF/consommation).

I. PROTECTION DES INTERETS ECONOMIQUES DES CONSOMMATEURS

1) *Nouvelles régulations économiques*

La loi n°2001-420 du 15 mai 2001 sur les nouvelles régulations économiques, dite "loi NRE", modifie le code du commerce, le code de la consommation et le code rural.

Quinze ans après l'ordonnance de 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence et après une première réforme de son titre IV en 1996, il fallait, sans pour autant modifier les concepts du droit de la concurrence, adapter les procédures et le droit des relations commerciales à l'évolution du tissu économique. Le nouveau texte vise à mieux lutter contre les pratiques anticoncurrentielles (introduction de deux innovations importantes que sont la transaction et la clémence; relèvement du plafond des sanctions dont l'assiette est élargie; compétence territoriale des agents effectuant des enquêtes en application du livre IV du code du commerce étendue à l'ensemble du territoire national); à introduire plus de transparence et de sécurité juridique dans le contrôle des concentrations (notification obligatoire des opérations au-delà d'un certain seuil); en matière de pratiques commerciales, à mieux lutter contre les abus (création d'une Commission d'examen des pratiques commerciales, meilleure définition des abus qui sont mieux sanctionnés, transposition de la directive communautaire sur les retards de paiement, renforcement du pouvoir d'action du ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie devant le juge commercial); à apporter des réponses adaptées aux spécificités des produits agricoles.

2) *Tromperie, falsification, publicité mensongère/responsabilité pénale des personnes morales*

La loi n°2001-504 du 12 juin 2001 tendant à renforcer la prévention et la répression des mouvements sectaires portant atteinte aux droits de l'homme et aux libertés fondamentales prévoit, notamment à l'article 3, que la responsabilité pénale des personnes morales pour les infractions de tromperie, falsification et publicité mensongère (articles L. 213-1 à L.213-4 et L.121-6 du code de la consommation) pourra désormais être retenue.

3) *Protection renforcée des utilisateurs de cartes bancaires*

La loi sur la sécurité quotidienne du 15 novembre 2001 prévoit diverses mesures pour :

a) Protéger l'utilisateur contre les conséquences liées aux fraudes. C'est ainsi que :

- la totalité des frais bancaires (mise en opposition, renouvellement de la carte...) supportés par le titulaire sera remboursée par la banque ;
- la contestation par écrit, dans un délai de 70 jours, des opérations imputables à une fraude à distance ou à une contrefaçon entraînera leur remboursement intégral, sans frais, dans les 30 jours ;

- l'opposition en cas de perte ou de vol est étendue à l'utilisation frauduleuse de la carte, de son numéro ou de sa date de validité (en cas de paiement à distance) ;
- le montant des dépenses effectuées à l'insu du porteur de la carte, avant la mise en opposition, sera plafonné et progressivement réduit. Déjà abaissé à 275 € au 1^{er} janvier 2002, il passera à 150 € à partir du 1^{er} janvier 2003.

b) Prévenir les fraudes liées à l'utilisation ou à la détention d'une carte de paiement :

- de nouveaux moyens dévolus à la Banque de France et la création d'un Observatoire permettent d'assurer la sécurité des cartes de paiement. La Banque de France dispose désormais de pouvoirs d'investigation et de recommandation étendus et a accès à toutes les informations concernant les moyens de paiement et les terminaux utilisés ;
- les moyens de lutte contre la fraude à la carte de paiement sont renforcés grâce à une nouvelle incrimination pénale. Les sanctions pénales ont été étendues à la fabrication, l'acquisition, la détention, la cession, l'offre ou la mise à disposition, via Internet par exemple, d'outils tels que équipements et programmes informatiques pour élaborer de fausses cartes.

4) Relations banques-clients

La loi du 11 décembre 2001 portant mesures urgentes à caractère économique et financier (dite loi MURCEF) introduit dans le code monétaire et financier des dispositions qui s'inspirent directement d'articles du code de la consommation visant les ventes avec primes (article L.121-35), les ventes liées et refus de vente (article L.122-1) et l'information préalable sur les prix (article L.113-3).

Ce texte impose qu'une convention écrite régit le compte de dépôt du client. Tout projet de modification du tarif des produits et services prévus dans la convention devra être communiqué par écrit au client trois mois avant son entrée en vigueur. Si le client ne le conteste pas dans les deux mois, la banque pourra alors considérer qu'il l'accepte.

Par ailleurs, une banque n'aura plus le droit de vendre des produits ou prestations groupés, sauf s'ils peuvent être achetés individuellement ou lorsqu'ils sont indissociables. De même, la vente de produits ou de services est interdite quand elle donne droit gratuitement à une certaine prime financière ou en nature. En cas de litige sur ces points, le texte prévoit l'intervention gratuite d'un médiateur qui doit statuer dans les deux mois de la saisine.

L'information au client est améliorée notamment en matière d'émission de chèques sans provision.

Parmi les autres dispositions, on peut citer la limitation des frais bancaires en cas de rejet d'un chèque non provisionné, la révision du régime des pénalités libératoires et l'obligation d'information du client, mise à la charge du banquier tiré, en cas d'insuffisance de provisions d'un ou de plusieurs chèques. Cette mesure permet ainsi au client de régulariser le chèque non provisionné sans devoir passer par la procédure prévue (injonction, atteinte consécutive au crédit du tireur) et sans devoir subir les frais afférents à cette procédure.

Ce texte dote les agents de la DGCCRF et de la Banque de France de pouvoirs de contrôle et sanctionne pénalement les infractions à ces nouvelles obligations.

5) *Transposition de directives*

L'ordonnance n°2001-741 du 23 août 2001 transpose en droit interne plusieurs directives dont celles sur la publicité comparative, les contrats négociés à distance et les actions en cessation des associations de consommateurs.

a) Publicité comparative

Les articles L.121-8 à 14 du code de la consommation, relatifs à la publicité comparative, sont aménagés afin de se conformer à la directive 97/55/CE du 6 octobre 1997. Les nouvelles mesures n'entraînent pas de modifications fondamentales dans le dispositif national déjà existant mais des adaptations indispensables.

Il sera désormais envisageable de ne comparer qu'une seule caractéristique, pourvu que la méthode soit loyale. La comparaison sera licite pour autant qu'elle porte sur des biens ou services « répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif » et non plus seulement sur des biens ou services « de même nature » comme le prévoit le texte en vigueur. La publicité comparative ne devra pas engendrer de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ni entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques. Enfin, l'annonceur est tenu de justifier, dans un bref délai, la réalité des termes utilisés dans sa publicité.

b) Contrats à distance

La transposition de la directive 97/7/CE du 20 mai 1997 relative aux contrats négociés à distance, qui exclut les services financiers, accroît nettement la protection du « consommateur à distance ».

Tout d'abord, le fournisseur doit donner au consommateur, de manière claire et compréhensible, des informations préalables. Puis, le consommateur doit recevoir, par écrit ou sur un autre support durable, confirmation de la plupart des indications données au titre des informations préalables. S'agissant de la preuve des informations fournies, le droit commun s'applique : la charge de la preuve repose sur la personne qui est légalement tenue à une obligation d'information.

Comme le prévoit déjà le code de la consommation, le consommateur dispose d'un délai de sept jours pour se rétracter sans pénalités et sans être tenu d'indiquer le motif de cette rétractation. Le domaine d'application du droit de rétractation est cependant plus large puisqu'il vise non seulement les biens, mais aussi les services. Lorsque le droit de rétractation est exercé, le remboursement qui incombe au fournisseur doit être effectué dans les meilleurs délais et, au plus tard, dans les 30 jours qui suivent l'exercice de ce droit.

Certaines prestations sont dispensées par la directive des obligations relatives à l'information préalable, à la confirmation écrite des informations, au droit de rétractation et de celles afférentes à l'exécution du contrat. Ces limites sont justifiées en ce qu'elles concernent soit la fourniture, à l'occasion de tournées fréquentes et régulières effectuées par des commerçants, de produits de consommation courante que le consommateur connaît bien, soit des prestations liées aux voyages et aux loisirs, fournies à une date ou une période précise.

c) Actions en cessation

Enfin, la présente ordonnance transpose la directive 98/27/CE du 19 mai 1998 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs.

Le texte communautaire organise une reconnaissance mutuelle du droit d'exercer une action en cessation au profit des organismes qui sont, selon les critères nationaux, en charge de la défense des intérêts collectifs des consommateurs. Ainsi, les organismes inscrits sur une liste publiée au Journal Officiel des

Communautés Européennes pourront justifier de leur qualité pour demander la cessation ou l'interdiction de la pratique illicite à la juridiction ou à l'autorité administrative compétente du pays dans lequel le manquement au droit harmonisé trouve son origine.

La nouvelle rédaction envisagée pour l'article L.421-6 du code de la consommation reconnaît le droit d'agir devant la juridiction civile à ces organismes ainsi qu'aux associations de consommateurs nationales agréées. Cela permettra, désormais, à ces dernières de saisir à titre principal le juge civil pour demander, à l'instar des droits reconnus aux organismes qualifiés, la cessation des pratiques illicites.

Tous ces textes se trouvent sur : <http://www.legifrance.gouv.fr>

II. CLAUSES ABUSIVES

1) Application de la réglementation des clauses abusives aux services publics

Le Conseil d'État qui, en tant que juge administratif suprême, juge en dernière instance tous les litiges qui impliquent les particuliers et une personne publique ou une personne privée chargée d'un service public, a intégré le droit des clauses abusives dans le corpus législatif dont le juge administratif doit assurer le contrôle.

Par un arrêt du 11 juillet 2001 « Société des Eaux du Nord », le Conseil d'État a jugé illégale une disposition d'un règlement de service de distribution d'eau qui faisait supporter par l'utilisateur les conséquences de dommages qui ne lui seraient pas imputables lorsqu'il ne pouvait pas établir une faute d'exploitation. La Haute Juridiction a considéré que ces dispositions, qui s'inséraient dans un contrat d'adhésion à un service géré en monopole, n'étaient pas justifiées par les caractéristiques particulières de ce service. Elles présentaient donc un caractère abusif au titre de l'article L.132-1 du code de la consommation qui répute non écrites les clauses abusives figurant dans les contrats entre un professionnel et un consommateur.

Cet arrêt a une grande portée pour les usagers des services publics industriels et commerciaux (SPIC). Il consacre l'application de la législation des clauses abusives aux contrats conclus entre les SPIC et leurs usagers. Il reconnaît la possibilité pour le juge administratif de prendre en compte la législation sur les clauses abusives pour contrôler la légalité d'actes réglementaires.

2) Un site pour la CCA

La Commission des clauses abusives (CCA) a créé un site sur Internet : http://alize.finances.gouv.fr/dgccrf_cca

Le site est organisé autour de quatre rubriques principales : textes de référence, recommandations, avis rendus sur saisine de tribunaux, rapports d'activité. Un index thématique de près de 600 entrées permet d'interroger l'intégralité des recommandations et des avis à partir de mots-clefs.

III. INFORMATION ET EDUCATION DES CONSOMMATEURS

1) Le mouvement consommateur

Le mouvement consommateur regroupe, en 2001, 18 associations nationales agréées. Au niveau local, environ 800 associations, affiliées, pour la grande majorité d'entre elles, à une des 18 organisations nationales, sont réparties sur l'ensemble du territoire.

Par ailleurs, les Centres Techniques Régionaux de la Consommation (CTRC), regroupements d'associations au niveau régional, remplissent, à l'instar de l'Institut National de la Consommation (INC), une mission d'appui technique (assistance juridique, économique et documentaire et en matière de

formation des militants) aux organisations locales de consommateurs et réalisent des émissions télévisées pour le compte de ces dernières.

Le financement public du mouvement consommateur en France s'effectue à travers les subventions affectées aux associations de consommateurs et aux centres techniques régionaux de la consommation.

2) Information et éducation

a) L'information

Les CTRC réalisent des émissions de télévision sur des thèmes de consommation et reçoivent à cet effet un financement public correspondant au coût de production et de diffusion de ces émissions. Chaque CTRC réalise 15 émissions originales, faisant l'objet de trois diffusions.

Par ailleurs, l'Institut National de la Consommation produit, pour le compte des associations nationales de consommateurs, des émissions spécialisées de consommation (émissions « Consomag » diffusées à raison de quatre par semaine).

Une série d'informations concernant spécifiquement la consommation est désormais installée également sur le site Internet du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie (www.finances.gouv.fr).

b) L'éducation

L'Institut National de la Consommation (<http://www.conso.net>) a créé, pour sélectionner des documents à vocation pédagogique concernant la consommation, un instrument original : la pédagogthèque. C'est une base de données recensant les documents pédagogiques, édités sous tous supports, ayant trait à la consommation. Les formateurs désireux d'utiliser un document disposent, à travers la pédagogthèque, de tous les renseignements pour se le procurer, mais également d'un descriptif du document lui-même et d'une analyse critique pour les guider dans leur choix. Cette documentation est consultable sur Minitel 3615 INC et, depuis le 15 janvier 1998, sur l'Internet (<http://www.inc60.fr>).

Plusieurs associations nationales de consommateurs intègrent dans leur action générale des initiatives destinées à l'éducation et à l'information du jeune consommateur. Il s'agit de campagnes de prévention destinées aux jeunes concernant notamment la sécurité domestique, la sécurité en matière de pratiques sportives. Il s'agit également de campagnes d'information sur les questions de consommation que peuvent se poser les jeunes adolescents. Certaines de ces actions sont conduites en milieu scolaire.

Le ministère chargé de la consommation finance d'ailleurs, au-delà de la subvention générale de fonctionnement de ces associations, certaines actions spécifiques de formation et d'éducation du jeune consommateur. C'est ainsi que des actions d'information des jeunes sur l'euro et d'éducation à des thèmes de consommation courante ont fait l'objet de subventions particulières.

IV. COMMERCE ÉLECTRONIQUE

1) Un nouveau portail Internet du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie (MINEFI)

Ce portail (<http://www.minefi.gouv.fr>) comporte, entre autres, la charte de l'e-ministère (<http://www.minefi.gouv.fr/minefi/e-ministere>) et les cinq engagements qu'il s'engage à respecter : réactivité, déontologie, équité, écoute et transparence.

Les consommateurs ont accès à plusieurs sites les concernant plus particulièrement : conseils (<http://www.minefi.gouv.fr/minefi/e-ministere/citoyens/consommation.htm>), accès aux questions-réponses associés à la protection des consommateurs (FAQ) (<http://www.minefi.gouv.fr/minefi/faq/index.htm>), informations pratiques (<http://www.minefi.gouv.fr/minefi/pratique/index.htm>).

Le site de la DGCCRF (<http://www.finances.gouv.fr/DGCCRF/consommation>) présente des informations regroupées sous différentes rubriques.

a) Les actualités de la consommation : à titre d'exemples, le bilan des contrôles effectués par la DGCCRF sur les organismes génétiquement modifiés (OGM), le renforcement de l'information pour les utilisateurs de téléphones mobiles, la télévision numérique terrestre, les bonnes pratiques d'hygiène pour les aliments élaborés par les parents d'élèves et servis dans les écoles, l'e-consommateur et la confiance « Sceaux-Certification des sites de commerce électronique-Codes de conduite et Règlement alternatif des litiges, dossiers de presse...

b) La consommation au quotidien : dépliants, fiches pratiques, les contrôles alimentaires de la DGCCRF, les OGM, la DGCCRF et les élus locaux, adresses utiles....

c) Les règles de protection du consommateur : textes en vigueur, les laboratoires de la DGCCRF, questions internationales et européennes...

d) En savoir plus : ateliers de la consommation, activités consommation, qualité et sécurité, publications, contacts...

2) Une mission pour l'économie numérique

Une mission pour l'économie numérique (mission Guillaume) a été créée début 2001. Dotée d'un comité de pilotage, elle rassemble des représentants du secteur privé et des directions du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. La mission a pour objectif d'impulser une réflexion prospective sur des sujets tels que le commerce électronique et la confiance du consommateur, la sécurité des paiements en ligne, la signature électronique, la monnaie numérique, la dématérialisation des marchés publics, la fiscalité ou les jeux en ligne. Elle doit également promouvoir la représentation du ministère dans les instances internationales traitant de ces sujets en faisant appel aux meilleures compétences privées et publiques et assurer un rôle de concertation avec les entreprises et les organisations professionnelles.