

Dans une relation marquée par un déséquilibre entre le consommateur et le professionnel, le droit de la consommation cherche à protéger les droits du consommateur dans la relation contractuelle.

Le droit de la consommation rassemble l'ensemble des dispositions spécifiques qui protègent le consommateur face aux pratiques des professionnels.

L'intérêt du consommateur justifie donc des restrictions à la liberté du commerce et de l'industrie ainsi qu'au droit commun des contrats.

## I. LA NOTION DE CONSOMMATEUR

Les textes qui visent à protéger le consommateur utilisent souvent ce terme qu'il ne définissent pas : on ne trouve nulle part de définition légale de ce qu'il faut entendre par consommateur. Cette définition est pourtant essentielle, car elle constitue la clé de l'application du droit de la consommation : le droit de la consommation ne s'applique en effet qu'aux consommateurs. Les contrats mettant en présence un consommateur et un professionnel sont appelés « contrats de consommation »

En effet, une personne qualifiée par le droit de consommateur dispose de prérogatives importantes destinées à la protéger.

C'est donc à la jurisprudence qu'est revenue la tâche de préciser la notion de consommateur.

Le consommateur est une personne physique qui acquiert des biens de consommations, ou qui a recours à des prestations de service, le tout pour son usage personnel ou celui de sa famille. La notion de consommateur s'oppose donc à celle de professionnel.

Certaines législations nationales élargissent cependant la catégorie des consommateurs pour l'étendre au profane, ce qui inclut le professionnel lorsqu'il agit en dehors de ses compétences professionnelles.

La notion de consommateur étant clarifiée, il reste à examiner les modalités de sa protection par le droit de la consommation.

## II. LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR LORS DE LA FORMATION DU CONTRAT

### A. La protection des consommateurs par l'information

« Être libre, c'est être informé ». L'information permet de rétablir l'équilibre des rapports entre professionnels et consommateurs. Deux objectifs fondamentaux sont donc poursuivis par l'obligation d'informer/renseigner le consommateur :

- protéger le consentement du consommateur : faire en sorte que son consentement ne soit pas vicié par des mensonges, tromperies ou de simples omissions sur ses droits ou sur les caractéristiques essentielles d'un bien ou d'un service
- Protéger la santé et la sécurité du consommateur

**Article L. 111-1 du Code de la consommation** : « *Tout professionnel vendeur de biens ou prestataires services doit avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service.* »

Le professionnel a donc une obligation générale d'information vis-à-vis du consommateur.

**Article L. 113-3 du Code de la consommation** : « *Tout vendeur de produit ou tout prestataires de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les **prix**, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelles et les conditions particulières de la vente.* »

B. De la protection par l'information à la protection contre l'information : le consommateur face à la publicité

L'article L. 121-1 du Code de la consommation pose une **interdiction de principe de la publicité mensongère ou trompeuse** :

« Est interdite toute publicité comportant sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité et mode de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires ».

Une allégation fautive est une affirmation mensongère (par exemple : fauteuil en cuir alors qu'il est en skaï)

Une indication ou une présentation de nature à induire en erreur est une mention illisible dans le corps du texte publicitaire, ou une image suggérant une inexactitude au consommateur.

Deux types de sanctions peuvent être prononcées à l'encontre de l'annonceur : des sanctions pénales et des sanctions civiles.

Sanctions pénales	Sanction civile
<ul style="list-style-type: none"><li>amende de 37 500 € maximum</li><li>peine d'emprisonnement de 2 ans maximum</li><li>cessation de la publicité litigieuse</li><li>publication du jugement</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>versement de dommages et intérêts à la victime de la publicité trompeuse</li></ul>

Exemples récents (voir documents): Orange condamné pour publicité trompeuse sur ses offres triple play (tarifs annoncés de nature à induire en erreur le consommateur), EBP condamné pour publicité mensongère : l'éditeur s'est faussement proclamé première marque recommandée par les experts-comptables.

C. La protection des consommateurs face aux pratiques commerciales agressives : les règles relatives au démarchage à domicile

Depuis 1972, le démarchage à domicile fait l'objet d'un encadrement juridique très strict. Cette protection particulière se justifie par la plus grande vulnérabilité du consommateur lorsqu'il se trouve sur un lieu familial alors qu'il n'a pas forcément recherché le contact avec le professionnel.

La conception des lieux de démarchage est des plus étendues : sont visées toutes les situations de démarchage dans les lieux non destinés à la commercialisation du bien ou du service proposé.

*Exemple : démarchage dans le lieu de résidence mais aussi sur le lieu de travail, (même si le démarcheur vient à la demande du consommateur),...*

Les obligations en matière de démarchage à domicile

- La rédaction d'un contrat écrit comportant un certain nombre de mentions obligatoires est imposée.
- Le consommateur a la faculté de se rétracter dans un délai de 7 jours s'il souhaite renoncer à sa commande.
- Un formulaire détachable doit être intégré à l'exemplaire du contrat en la possession du consommateur.
- Avant l'expiration du délai de 7 jours, le professionnel n'a pas le droit d'effectuer une prestation de service pour le client, ni de recevoir une contrepartie quelconque (acomptes, arrhes,...).

En cas de non respect de ces règles, les peines encourues par le démarcheur ou par le commanditaire sont :

- un emprisonnement de 1 mois à 1 an
- une amende de 150 à 3 750 €

Sur le plan civil, l'omission d'une mention obligatoire entraîne la nullité du contrat.

### III. LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR LORS DE L'EXECUTION DU CONTRAT :

#### A. Définition

L'article L. 132-1 du Code de la consommation prévoit que sont abusives « les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat. »

#### B. Dispositif d'élimination des clauses abusives

- Lorsqu'un consommateur constate qu'une telle clause figure dans un contrat, il peut saisir le juge. Si la clause est reconnue abusive par ce dernier, elle est « réputée non écrite », c'est-à-dire qu'elle est écartée du contrat, les autres clauses demeurant valables.
- Le consommateur a aussi la possibilité de saisir une association de consommateurs qui peut demander la suppression des clauses abusives pour l'ensemble des contrats rédigés par un même professionnel.

*Par exemple, depuis 2003, l'UFC-Que choisir n'en finit pas de saisir les tribunaux pour des clauses abusives ou illicites contenues dans les contrats des fournisseurs d'accès à Internet (FAI). Après Wanadoo, Free, AOL et Tiscali, c'est aujourd'hui au tour de Neuf Télécom, devenu depuis Neuf Cégétel, de plier devant la justice.*

- La commission des clauses abusives  
Elle est composée de magistrats, de personnalités qualifiées en droit ou technique des contrats, de représentants des consommateurs, de représentants des professionnels.  
La commission examine les modèles de conventions habituellement proposés par les professionnels et émet des recommandations pour supprimer ou la modifier des clauses abusives.  
La commission peut être saisie par le ministre chargé de la consommation, par les associations agréées de défense des consommateurs ou par les professionnels intéressés.

### IV. LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEUR

La défense des consommateurs peut être conduite collectivement par les associations de consommateurs : elles ont pour objet la défense des intérêts des consommateurs.  
Outre leur rôle d'information des consommateurs (revue, sites Internet, émission télévisée), elles participent activement à la vie économique et peuvent agir en justice si elles sont agréées.

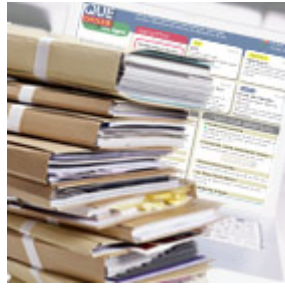
**Les associations agréées sont présentes dans de nombreuses instances** : Conseil de la Concurrence, Conseil national de la consommation, commissions de surendettement, agence française de sécurité sanitaire des aliments,...). Elles défendent le point de vue des consommateurs et tentent d'infléchir, dans le sens de leurs intérêts, les décisions qui les concernent (groupe de pression). Les consommateurs sont considérés comme une force économique et leur organisation en fait des interlocuteurs des producteurs et des pouvoirs publics.

**Les associations de consommateurs agréées peuvent agir en justice** pour :

- demander la suppression de clauses abusives dans les contrats habituellement proposés par les professionnels aux consommateurs ;
- faire réparer le préjudice porté à l'intérêt collectif du fait d'une infraction pénale ;
- appuyer un consommateur ayant intenté une action en justice ;
- exercer une action en représentation conjointe pour défendre l'intérêt d'un groupe de consommateurs.

## Orange condamné pour publicité trompeuse sur ses offres triple play

Orange va devoir modifier les



17/06/04

## La justice sanctionne AOL La société doit revoir son contrat d'accès à Internet

Suite à la procédure engagée par l'UFC-Que Choisir en février 2002 à l'encontre du fournisseur d'accès AOL, le Tribunal de Grande Instance de Nanterre vient de rendre le 2 juin

dernier une décision de principe en matière de services d'accès à Internet.

Pas moins de 21 clauses du contrat d'abonnement à Internet proposé par AOL ont été reconnues comme abusives et 10 comme illicites !

Ainsi, par exemple, doivent être supprimées des contrats de la société AOL :

- les clauses qui autorisent le fournisseur d'accès à modifier unilatéralement le contrat (contenu, services, Conditions Générales d'Utilisation, Conditions Particulières, modalités de facturation)
- les clauses qui prévoient une acceptation tacite de l'abonné des modifications de tarif, de facturation ou des conditions générales
- les clauses qui exonèrent le fournisseur d'accès de toute responsabilité pour toute interruption ou erreur de service
- les clauses qui ne prévoient pas de cas de résiliation sans frais pour motif légitime
- les clauses qui permettent au fournisseur d'accès de résilier à tout moment pour quelle que raison que ce soit
- les clauses qui permettent la transmission des données personnelles de l'abonné sans son accord

## EBP condamné pour publicité mensongère

**L'éditeur s'est faussement proclamé première marque recommandée par les experts-comptables. Il doit maintenant payer 150 000 euros à son concurrent Ciel, avec lequel les contentieux se multiplient.**

Gilbert Kallenborn , 01net., le 19/12/2007 à 16h40

Une nouvelle bataille s'est achevée dans la guerre picrocholine que se livrent EBP et Ciel depuis quelques années. Cette fois-ci, Ciel est sorti grand vainqueur. Le 28 novembre 2007, la filiale TPE de Sage a obtenu la condamnation de son ennemi juré par le tribunal de commerce de Versailles (TCV) pour publicité mensongère.

EBP, en effet, s'était prévalu d'une position de leader sur la base d'une étude TNS direct de novembre 2006, en se proclamant « première marque recommandée par les experts-comptables pour la comptabilité et la gestion commerciale auprès des petites entreprises ». Cette affirmation a été jugée fautive, trompeuse et mensongère par le TCV. Ce dernier attribue cette première place à Ciel, qui s'est empressé de faire connaître ce jugement.

### Le bobard coûte cher

EBP doit maintenant payer 150 000 euros à son homologue, à titre de dommages et intérêts. Cette peine est doublée d'une astreinte de 1000 euros par jour tant que cette contre-vérité n'a pas disparue de tous les supports de vente. Preuve que la fanfaronnade peut coûter cher.

Ce n'est pas première fois que Ciel et EBP se crèpent le chignon. En 2006, selon notre confrère *Distributique*, le premier avait accusé le second de parasitisme, car le logiciel « EBP Devis et Factures » ressemblait trop à « Ciel Devis et Factures ». Des affrontements précédents sur leurs poids respectifs sur le marché des logiciels de gestion avaient déjà donné lieu à des ordonnances en référé.

Pour les avocats, en tous les cas, ce type de conflit pourrait devenir un excellent fonds de commerce, vu le nombre impressionnant de « leaders » et autres « premières marques » sur le marché informatique.

<http://www.01net.com/editorial/367930/ebp-condamne-pour-publicite-mensongere/>

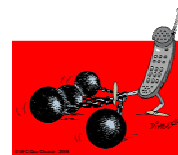
express préalable à des tiers ou des sociétés du groupe auquel appartient le fournisseur d'accès

- les clauses qui prévoient que chaque minute commencée est due dans son intégralité  
L'UFC-Que Choisir se félicite de cette décision qui, à l'instar de celles rendues en matière de téléphonie mobile, renforce les obligations des fournisseurs d'accès Internet à l'égard des consommateurs.

L'association invite tous les fournisseurs d'accès à s'inspirer de ce jugement et à revoir leurs contrats dans l'intérêt de leurs clients.

06/05/06

## Clauses abusives Une condamnation de plus



**Remake des récentes condamnations de fournisseurs d'accès à Internet (FAI), Neuf Télécom vient d'être condamné pour clauses abusives. La justice ordonne la suppression de ces clauses et le versement de 15 000 euros au titre des dommages et intérêts à l'UFC-Que Choisir.**

Depuis 2003, l'UFC-Que choisir n'en finit pas de saisir les tribunaux pour des clauses abusives ou illicites contenues dans les contrats des fournisseurs d'accès à Internet (FAI). Après Wanadoo, Free, AOL et Tiscali, c'est aujourd'hui au tour de Neuf Télécom, devenu depuis Neuf Cégétel, de plier devant la justice.

Après deux ans de procédure, le Neuf vient d'être condamné par le tribunal de grande instance de Nanterre (Hauts-de-Seine) à verser 15 000 euros au titre des dommages et intérêts à l'UFC-Que Choisir, qui avait été en justice en février 2004. Exonération de responsabilité en cas de non-fonctionnement du réseau, dispositions restreignant les possibilités de résiliation en cas d'évolution technique, possibles modifications de tarif sans acceptation préalable du client, prévalence des conditions générales du site sur celles acceptées par l'utilisateur... 26 clauses abusives ou illicites ont été retenues par les magistrats et devront être retirées des contrats du Neuf.

Force est de constater que les FAI, qui collectionnent les condamnations pour clauses abusives ou illicites, ne prennent pas conscience qu'une jurisprudence est désormais établie et qu'il est temps pour eux de s'y conformer. Cela éviterait aux usagers d'avoir systématiquement recours à une procédure judiciaire longue et fastidieuse, à l'issue aujourd'hui connue !

Ne pas rep...

### Recommandation n°05-03

**relative aux contrats de formation à titre onéreux à la conduite automobile (permis B) proposés par les établissements d'enseignement agréés (BOCCRF du 16/12/2005)**

#### La Commission des clauses abusives,

Vu les dispositions du Code de la Consommation et notamment les articles L. 132-1 à L. 132-5,

Vu les dispositions du code de la route et notamment des articles L.213-1 et suivants et R. 213-3 et suivants ;

Entendu les représentants des professionnels concernés ;

Considérant que certains contrats de formation à la conduite automobile des établissements d'enseignement à titre onéreux contiennent des clauses de nature à déséquilibrer significativement les relations entre les professionnels et les consommateurs, au détriment de ces derniers ;

1° - Considérant que certains contrats de formation comportent des stipulations relatives à l'évaluation préalable obligatoire, sans mentionner que le contrat n'entre en vigueur ou ne devient définitif qu'après cette évaluation ; que de telles stipulations sont sources d'abus, dès lors que le contrat devient définitif avant l'issue de la phase d'évaluation ;

2° - Considérant que certains contrats de formation prévoient que toute leçon non décommandée par l'élève dans le délai contractuel est considérée comme prise ou perdue ; que dans la mesure où ces contrats ne réservent pas la possibilité pour l'élève d'un motif légitime pour obtenir un report de leçon, en cas de forfait, ou un remboursement de celle-ci, un déséquilibre significatif est caractérisé ;

3° - Considérant que certains contrats de formation donnent à l'établissement d'enseignement un pouvoir d'appréciation unilatéral pour présenter l'élève aux examens du permis de conduire ; qu'ils sont de nature à créer un déséquilibre significatif au détriment de l'élève ;

4° - Considérant que certains contrats qui excluent, en cas d'abandon de la formation par l'élève, toute possibilité de remboursement des sommes versées par celui-ci au prorata des leçons prises, ont pour effet d'attribuer à l'établissement d'enseignement une rémunération sans contrepartie ;

5° - Considérant que certains contrats contiennent des clauses de résiliation de plein droit au profit de l'établissement d'enseignement, qui ne définissent pas précisément les motifs de résiliation, ce qui est de nature à déséquilibrer le contrat ;

6° - Considérant qu'une clause qui prévoit la facturation à l'élève de frais administratifs de restitution de son dossier sans préciser la prestation effectuée par l'établissement d'enseignement à ce titre est de nature à créer une rémunération sans contrepartie ;

7° - Considérant que certains contrats fixent un nombre d'heures de formation pour un prix global forfaitaire et obligent l'élève à accepter par avance un supplément éventuel de formation et son prix ; que ces stipulations, qui confèrent à l'établissement d'enseignement la faculté d'imposer une prestation supplémentaire et de fixer unilatéralement le prix, créent un déséquilibre significatif au détriment de l'élève ;

8° - Considérant qu'un contrat prévoit qu'après une tentative de règlement amiable, le différend sera obligatoirement soumis à une " commission des litiges " et subordonne la recevabilité de la réclamation à un délai qualifié de délai de forclusion ; qu'une telle clause est de nature à faire croire à l'élève qu'aucun autre moyen juridique n'est à sa disposition ;

9° - Considérant que certains contrats prévoient que le tribunal compétent en cas de litige est celui du siège de l'établissement ; que de telles clauses sont illicites, que maintenues dans les contrats, ces clauses sont abusives ;

### **Recommande que soient éliminées des contrats de formation à la conduite automobile des établissements d'enseignement à la conduite à titre onéreux les clauses ayant pour objet ou pour effet**

1° - de donner un caractère définitif aux contrats de formation avant l'issue de la phase d'évaluation préalable ;

2° - d'exclure toute possibilité de report ou de remboursement d'une leçon qui n'aurait pas été décommandée par l'élève dans le délai contractuel, alors même que celui-ci justifierait d'un motif légitime ;

3° - de conférer à l'établissement d'enseignement un pouvoir d'appréciation de l'aptitude de l'élève à être présenté aux examens du permis de conduire sans motivation écrite ni possibilité de contestation ;

4° - d'exclure, en cas d'abandon de la formation par l'élève, toute cause permettant le remboursement des sommes versées au prorata des leçons prises, alors même que cet abandon serait justifié par un motif légitime ;

5° - de ne pas définir avec précision les causes de résiliation de plein droit que le contrat stipule au profit de l'établissement d'enseignement ;

6° - de prévoir une facturation de frais administratifs de restitution du dossier à l'élève sans en justifier la nécessité et le montant ;

7° - de laisser à l'établissement d'enseignement la capacité de déterminer l'opportunité et le prix d'une prestation supplémentaire acceptée d'avance par l'élève ;

8° - de soumettre, dans un délai sanctionné par la forclusion, tous les différends survenus à l'occasion de l'exécution du contrat à une " commission des litiges " ;

9° - de déroger aux règles légales de compétence territoriale des juridictions.

Recommandation adoptée le 23 juin 2005 sur le rapport de Mme Gabrielle Rochmann.

Annexe :

La commission a relevé que certains contrats ne précisent pas la situation de l'établissement d'enseignement au regard de la souscription d'un dispositif de garantie financière. Cette absence d'information constitue une infraction à l'obligation instituée à l'article R 213-3, 11° du code de la route disposant que les contrats de formation précisent si l'établissement d'enseignement a ou non souscrit un dispositif de garantie financière.



**Commission des clauses abusives - 2005**