



Loi HAMON

Sommaire

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. Action de groupe I | 2. Contrats de vente de biens ou de services II |
|-----------------------------|---|

La loi HAMON de mai 2014 et ses décrets d'application traitent différents aspects de la consommation et visent à renforcer les droits des consommateurs. Nous vous proposons d'aborder trois de ses aspects : l'action de groupe, les contrats de vente de biens ou de services dans cette fiche pratique et la résiliation des assurances dans *la Lettre* en page 3.

1-Action de groupe

Le décret d'application concernant l'action de groupe n'a été signé que le 24 septembre 2014 et publié au Journal Officiel le 30 septembre 2014.

Qui peut tenter une action de groupe ?

Une action de groupe ne peut être déclenchée que par une des 15 associations de consommateurs dont bien entendu, l'UFC-QUE CHOISIR.

Toutefois, votre association locale (même agréée, c'est-à-dire ayant le droit d'ester en justice au nom des consommateurs en général) ne peut tenter une telle action. Les conditions sont très clairement définies dans le décret : « **au niveau national** », ou, « **avec minimum 10.000 adhérents et 2 ans d'ancienneté** ».

Dès le 1er octobre 2014, la Fédération UFC-QUE CHOISIR lançait la première action de groupe à l'encontre de FONCIA pour les 318.000 locataires que gère cette société.

Puis, ce fut la SLC-CSF qui engagea une action à l'encontre de la société d'HLM HABITAT OPH qui détient pratiquement la moitié des HLM de la ville de Paris.

Une nouvelle action a été engagée par la CLCV contre AXA et l'Association des Epargnants AGIPI.

Enfin la CNL (la Confédération Nationale du Logement) a engagé la 4^{ème} action de groupe, visant cette fois la société Immobilière 3F qui gère environ 200.000 logements sociaux.

D'autres actions de groupe semblent se profiler à l'horizon. Mais du résultat ou plutôt de l'évolution des quatre premières actions engagées dépendront obligatoirement les futures, et ce essentiellement en raison de la position des magistrats, des décisions qui seront prises et de la jurisprudence qui en découlera.

Ainsi, et sans dévoiler des secrets, sachez que d'ores et déjà le magistrat saisi au TGI de Nanterre dans le cadre de la procédure de l'UFC-QUE CHOISIR contre FONCIA, a demandé à ce que soit privilégiée la procédure de médiation. Si celle-ci présente l'avantage certain d'être plus rapide et d'éviter une procédure toujours longue et aléatoire, elle permettrait d'un côté de pouvoir éventuellement dédommager plus rapidement les consommateurs, de l'autre d'éviter de ternir l'image de marque de la société et de préserver sa notoriété.

Alors, où en est-on 1 an après la promulgation de la Loi Consommation dite « Loi HAMON » ?

Rien ne permet aujourd'hui de préciser une évolution de ce type de procédure dans un sens ou dans un autre. Les quelques remarques que nous venons de faire concernant la médiation seront, selon nous, certainement mises en application très régulièrement, d'autant que le juge pourra la proposer à n'importe quel stade de la procédure. Mais, bien entendu, rien n'empêche les parties de recourir à ce mode amiable de règlement de leur litige en amont du déclenchement des hostilités procédurales et de la médiatisation qui s'en suivra. Et les premiers intéressés seront ici les... avocats. Ces derniers sont en effet exclus du processus de déclenchement et d'organisation de la procédure, leur rôle se limitant à plaider pour les associations, voire à préparer, en amont, les dossiers de leurs clients. La grande porte de l'action de groupe leur étant fermée, c'est par la fenêtre prometteuse de la médiation qu'ils reviendront. Ils pourront assister leurs clients (association, entreprise, particuliers) tout au long du processus, ou encore agir eux-mêmes en tant que médiateurs.

Reste qu'en l'état actuel de la loi, un certain nombre de consommateurs lésés ne seront pas pris en charge. « Nombre de dossiers complexes ou lourds n'intéresseront pas les associations » constate cet ancien avocat qui se montre pessimiste quant aux opportunités d'accompagnement financier des associations de consommateurs. « En l'état actuel de la législation, il n'est pas évident que nous puissions accompagner les consommateurs, ce qui est regrettable, car le financement de litiges est un outil puissant d'accès au droit et les associations ne sont pas équipées pour financer des procès lourds et coûteux. »

En conclusion, nous dirons que si l'action de groupe n'apporte pas ce que la « class action » à l'américaine apporte généralement à ses demandeurs, elle a cependant le mérite d'ouvrir à tous les consommateurs, pour la première fois en France, une porte d'accès à des actions auparavant très difficilement imaginables (un consommateur lésé de 2,30 € / mois aurait-il en effet intenté seul une action?).

Il reste quelques gros problèmes. Et nous citerons un exemple, hélas fréquent actuellement, en parlant des arnaques répétées sur quelques dizaines voire même centaines de consommateurs, mais commises par un artisan, voire une PME. Dans un tel cas, l'action de groupe ne sera même pas envisageable par une association de consommateurs. Agir contre une banque, une compagnie d'assurance, un industriel ou une grosse entreprise, **OUI**. Contre une petite

entité qui éventuellement préférera déposer immédiatement son bilan, quitte à remonter une même activité à côté, **NON**.

Source Que Choisir

H. N. □

2- Contrats de vente de biens ou de services

Ci-dessous quelques points importants à connaître :

1) Les mentions obligatoires dans tout contrat de vente d'un bien ou d'une prestation de service

Le professionnel doit indiquer au consommateur, de manière lisible et compréhensible :

- *les caractéristiques essentielles du bien ou du service,*
- *le prix,*
- *la date à laquelle il s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ou le délai dans lequel le contrat sera exécuté, en l'absence d'exécution immédiate,*
- *les informations relatives à son identité et ses coordonnées.*
- *les informations relatives aux garanties légales*
- *s'il y a lieu, la durée du contrat ou, s'il s'agit d'un contrat à durée indéterminée ou à tacite reconduction, les conditions de sa résiliation.*

Depuis le 1er mars 2015, les distributeurs sont en outre tenus d'indiquer, pour chaque produit vendu, la période pendant laquelle le fabricant ou l'importateur s'engage à fournir les pièces détachées nécessaires à sa réparation.

Malheureusement pour les consommateurs, le décret d'application ne respecte pas totalement l'esprit de la loi. Que Choisir regrette que ce décret n'indique pas précisément où l'information devra apparaître et surtout dans quelles conditions les pièces détachées devront être fournies. Au-delà de leur disponibilité, encore faut-il que ces pièces soient disponibles dans un délai raisonnable et à un prix suffisamment attractif pour que la réparation vaille le coup. La loi se contente d'imposer un délai maximum de livraison de 2 mois. Un peu long...

L'UFC-Que Choisir est bien décidée à continuer le combat pour fournir aux consommateurs une meilleure information en matière de pièces détachées.

2) La garantie légale de conformité du bien

Le vendeur est tenu de livrer un bien conforme au contrat de vente et répond des défauts de conformité existant lors de la délivrance.

Il répond également des défauts de conformité résultant de l'emballage, des instructions de montage ou de l'installation lorsque celle-ci a été mise à sa charge par le contrat ou a été réalisée sous sa responsabilité.

Cette garantie légale de conformité ouvre au consommateur qui constate la non-conformité de son produit, la possibilité d'agir pendant deux ans à compter de la délivrance de ce produit afin d'obtenir (au choix du consommateur, en fonction de ce qui est possible et raisonnable) la réparation ou le remplacement du produit sans frais. Si réparation ou remplacement sont impossibles, le consommateur peut demander la résolution du contrat ou la réduction du prix du produit.

Pendant six mois, le consommateur bénéficie en outre d'une présomption d'antériorité du défaut, c'est-à-dire que le défaut est supposé avoir existé avant la délivrance du produit, et donc il n'a donc pas à en apporter la preuve.

A partir du 18 mars 2016, cette période de six mois actuellement passera à deux ans.

3) Dans les foires et salons : pas de droit de rétractation

Les offres de contrat faites dans les foires et les salons doivent mentionner l'absence de délai de rétractation, en des termes clairs et lisibles, dans un encadré apparent...

Les foires et salons sont des lieux habituellement destinés à la vente, où les règles protectrices du consommateur, notamment le droit de rétractation, ne s'appliquent pas.

Depuis des années, on constate une pratique récurrente de nombreux professionnels installés dans des foires et salons, qui laissent croire aux consommateurs qu'ils bénéficient d'un délai de rétractation, alors que tel n'est pas le cas.

Cependant, l'acheteur dispose d'un droit de rétractation pour le crédit affecté servant à financer son achat.

Le contrat de vente ou de prestation de services est alors résolu de plein droit, sans indemnité, si l'emprunteur, dans le délai de quatorze jours, exerce son droit de rétractation relatif au crédit affecté dans les conditions prévues à l'article L. 311-36 du code de la consommation.

Dans ce cas, le vendeur (ou le prestataire de services) est tenu de rembourser, sur simple demande, toute somme que l'acheteur aurait versée d'avance sur le

prix. A compter du huitième jour suivant la demande de remboursement, cette somme est productive d'intérêts, de plein droit, au taux de l'intérêt légal majoré de moitié.

Toutefois, les abus de faiblesse ou d'ignorance ainsi que les ruses ou artifices déployés par le vendeur restent sanctionnés par le Code de la Consommation.

4) Démarchage et vente à distance

Le commerce électronique fait désormais partie intégrante de la vie des consommateurs. Il faut :

- *assurer une protection efficace du consommateur ;*
- *et permettre ainsi aux professionnels de préserver la confiance, importante avec ce mode d'achat.*

a) Quelques définitions : (Article L121-16 du code de la consommation)

- *La vente à distance est un contrat conclu entre un professionnel et un consommateur sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur.*
- *Le démarchage ou contrat hors établissement est un contrat conclu entre un professionnel et un consommateur*
- *soit dans un lieu qui n'est pas celui où le professionnel exerce son activité de manière habituelle,*
- *soit dans un lieu où le professionnel exerce habituellement son activité mais immédiatement après avoir sollicité le consommateur dans un lieu différent de son lieu d'exercice habituel (à son domicile par ex.)*
- *La loi assimile également au « contrat hors établissement » le contrat conclu pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but de vendre des biens ou services au consommateur.*

b) Dispositions communes à ces deux types de contrat :

- *Une meilleure information du client, le professionnel doit préciser de manière lisible et compréhensible avant la conclusion du contrat à distance ou par voie de démarchage les caractéristiques essentielles du bien ou du service, l'existence d'un droit de rétractation.*
- *Un délai de rétractation : dès qu'il conclut un contrat à distance ou par voie de démarchage, le consommateur a la possibilité de se rétracter durant 14*

jours (contre 7 avant la loi), par lettre recommandée avec accusé de réception, sans avoir à motiver sa décision.

Cela vaut aussi pour les prestations de services : le consommateur pourra se rétracter, même s'il a déjà demandé la mise en œuvre de ces prestations. Il sera alors redevable de la somme correspondant au service fourni jusqu'à la communication de sa décision de se rétracter.

- *Certains produits et prestations de services ne bénéficient pas du droit de rétractation et ne peuvent être remboursés :*

Le droit de rétractation ne peut être exercé en raison de la nature des biens ou des services (contrats de fourniture de denrées alimentaires, biens confectionnés spécialement pour le consommateur, cassettes vidéo, CD, DVD s'ils ont été ouverts par le consommateur, travaux d'entretien ou de réparation à réaliser en urgence au domicile du consommateur, presse...)

- *Livraison : Obligation d'indiquer une date de livraison. Le consommateur a la possibilité de résilier le contrat si la date est dépassée de plus de 7 jours (par LR + AR) : la demande de résolution du contrat doit être précédée par une première injonction du consommateur au vendeur de livrer dans un autre délai raisonnable.*

c) Dispositions particulières applicables aux contrats conclus hors établissement

(Par exemple, démarchage au domicile du consommateur ou sur son lieu de travail).

Un exemplaire du contrat, daté et signé par le client, doit lui être remis au moment de sa conclusion, mentionnant les informations obligatoires.

Le professionnel ne peut recevoir aucun paiement avant l'expiration du délai de rétractation qui commence à la conclusion du contrat. Sollicité à son domicile, le consommateur ne dispose souvent pas des moyens de réflexion pour apprécier tous les aspects du contrat qu'on lui propose. Cette interdiction de paiement est indispensable à un véritable exercice de son droit de rétractation. Les pratiques de démarchage abusives ou peu scrupuleuses génèrent sur tout le territoire national de nombreuses plaintes. Attention à ne jamais signer un contrat antidaté ou non daté !

d) Dispositions particulières applicables aux contrats conclus à distance ou vente en ligne

Le professionnel doit indiquer clairement les moyens de paiement acceptés et les éventuelles restrictions de livraison. Celle-ci doit intervenir au plus tard 30 jours à compter de la commande en ligne.

5) Dispositions particulières applicables au démarchage téléphonique

La règle : le consommateur n'est engagé par l'offre faite par téléphone qu'après avoir donné son consentement par voie électronique ou par écrit. Le professionnel, qui a l'obligation de s'identifier, adresse au consommateur sur papier ou par voie électronique, une confirmation de l'offre qui a été faite ; il est interdit de faire usage de numéros masqués en matière de démarchage téléphonique (Art. L. 121-34-2).

Rappel des dispositions en vigueur : les abonnés au téléphone ne souhaitant pas figurer dans les annuaires peuvent demander à être inscrits sur la liste rouge. De même, il existe une liste orange pour les abonnés refusant que leurs coordonnées soient communiquées à des fins commerciales.

Les numéros de téléphone utilisés dans des opérations de prospection téléphonique sont cependant issus d'abord des fichiers détenus par les entreprises. La liste « Pacitel » fondée sur l'inscription volontaire des consommateurs qui ne souhaitent plus être démarchés, n'a pas atteint son but car elle s'est heurtée à l'absence d'adhésion des entreprises au dispositif.

La loi prévoit une nouvelle disposition pour lutter contre ces pratiques. Une liste d'opposition au démarchage téléphonique s'imposera aux professionnels, qui ne pourront démarcher un consommateur inscrit sur cette liste, sous peine d'amendes administratives.

Un décret a précisé les modalités de fonctionnement de cette liste, les conditions dans lesquelles les entreprises concernées y ont accès, ainsi que les modalités du contrôle exercé par l'Etat sur l'organisme chargé de gérer la liste.

L'entrée en vigueur effective du texte (prévue à l'automne 2015) est subordonnée à la désignation, par arrêté du ministre chargé de l'économie, et après procédure de mise en concurrence, de l'organisme chargé de la gestion de la liste d'opposition.

Pour une information plus détaillée, vous pouvez consulter le site <https://www.service-public.fr/> ou sur <http://www.legifrance.gouv.fr/> le code de la consommation.

N'hésitez pas également à contacter votre association locale Que choisir de Versailles si vous avez des questions ou en cas de litiges.

M-N. L. □