

ARTICLE

LITIGES DE CONSOMMATION



IT et données personnelles Droit de la propriété intellectuelle, média et art Droit de la concurrence, consommation et distribution Contrats commerciaux et internationaux | 03/06/16 | Mahasti Razavi

Litiges de consommation : nouveau droit pour les consommateurs et nouvelles obligations pour les professionnels en matière de règlement extrajudiciaire des litiges.

Comme cela avait été annoncé par le Gouvernement en mai dernier¹, la directive européenne 2013/11 du 21 mai 2013 « relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation » a été transposée en droit français par une ordonnance n°2015-1033 du 20 août 2015.

Cette ordonnance a pour objet de généraliser le recours à des mécanismes de règlement amiable des litiges entre professionnels et consommateurs.

Désormais un nouvel article L.152-1 est inséré dans le code de la consommation qui pose le principe d'un « droit à la médiation » pour les consommateurs et l'obligation qui en résulte pour les professionnels de garantir ce droit : « Tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation ».

1. Champ d'application

Il convient de relever à titre liminaire que l'ordonnance du 20 août 2015 vient compléter le dispositif introduit par la Loi Hamon du 17 mars 2014 en ce qu'elle contient et introduit dans le code de la consommation une définition légale de la notion de « professionnel ». Il s'agit de « toute personne physique ou toute personne morale, qu'elle soit publique ou privée, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une personne agissant en son nom et pour son compte, aux fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale industrielle, artisanale ou libérale » (article L.151-1 code de consommation).

A contrario et pour mémoire, le « consommateur » tel que défini par la Loi Hamon doit s'entendre comme « toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale » (article préliminaire du code de la consommation).

Les différents acteurs de la médiation sont donc désormais clairement définis et identifiables.

Ceci étant rappelé, le champ d'application de ce nouveau dispositif de médiation est relativement large puisqu'il s'applique à tous les litiges entre consommateurs et professionnels, qu'ils soient nationaux ou transfrontaliers (au sein de l'Union européenne), qu'il s'agisse de vente ou de prestation de services et ce, dans tous les secteurs d'activité, à l'exclusion toutefois des litiges concernant (a) les services d'intérêt général non économiques ; (b) les services de santé fournis par des professionnels de la santé et (c) les prestataires publics de l'enseignement supérieur.

En outre, il est précisé que les règles de la médiation ne s'appliquent pas (a) aux litiges entre professionnels, (b) aux réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel, (c) aux négociations directes entre le consommateur et le professionnel et (d) aux procédures introduites par un professionnel contre un consommateur (article L.151-3).

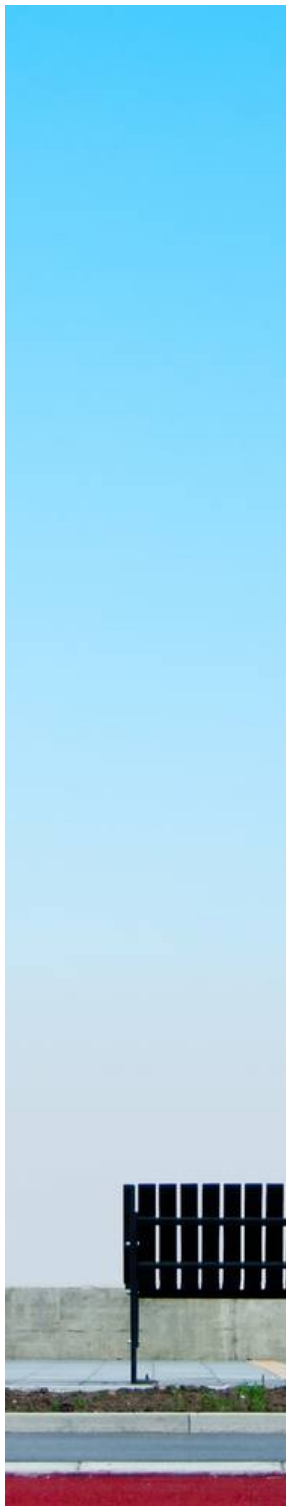
2. Modalités de la médiation

Les modalités relatives à la mise en oeuvre du processus de médiation doivent être précisées par décret en Conseil d'État (article L.152-1).

À ce stade donc peu de précisions sur les modalités pratiques de la médiation si ce n'est que :

- La médiation est une procédure entièrement gratuite (article L.152-1) et confidentielle (article L.152-3).
- Le recours à la médiation ne sera possible que sous réserve notamment que (i) le consommateur ait d'abord tenté de résoudre le litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite ; (ii) que sa demande ne soit pas manifestement infondée ou abusive et (iii) que le litige n'ait pas déjà été examiné par un autre médiateur ou par un tribunal.
- Le consommateur dispose d'un délai d'un an à compter de sa réclamation écrite au professionnel pour introduire sa demande auprès du médiateur (article L.152-2).

Le professionnel peut mettre en place son propre dispositif de médiation ou proposer au consommateur le recours à tout autre médiateur de la consommation compétent pour connaître du litige. Lorsqu'il existe un médiateur dont la compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un domaine d'activité dont il relève, le professionnel doit toujours permettre au consommateur d'y recourir (article L.152-1). En outre, lorsqu'un médiateur public est compétent pour procéder à la médiation, toute autre médiation conventionnelle est en principe et sauf exception exclue (article L.152-5).



3. Statut du médiateur de la consommation

Un certain nombre de garde-fous sont prévus par l'ordonnance et codifiés aux articles L.153-1 à L.153-3 du code de la consommation afin d'assurer notamment la qualité, l'indépendance et l'impartialité du médiateur.

Une commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation est d'ailleurs créée.

Cette Commission tiendra à jour une liste des médiateurs, y compris des médiateurs publics, répondant aux critères prévus par le code de la consommation aux articles L.153-1 à L.153-3.

4. Nouvelles obligations pesant sur les professionnels: information et assistance du consommateur

Afin de garantir le droit à la médiation des consommateurs, les professionnels devront :

- Proposer systématiquement aux consommateurs la possibilité d'un règlement amiable par le biais de la médiation, sans toutefois jamais ne pouvoir l'imposer contractuellement (article L.152-1) ;
- Communiquer, selon des modalités fixées par décret en Conseil d'État, les coordonnées du ou des médiateurs dont il relève (article L. 156-1) ;
- S'agissant des professionnels de la vente en ligne, ils devront également informer les consommateurs sur les dispositions prises pour mettre en oeuvre sur leur site internet une plateforme de « Règlement des Litiges en Ligne » (RLL) en application de l'article 14 du règlement (UE) n° 524/2013 du 21 mai 2013 (article L.156-2). En vertu de l'article 14 du règlement, un lien électronique vers cette plateforme RLL devra être présent sur le site internet du professionnel avec une information spécifique à ce sujet dans les conditions générales de vente.

D'un point de vue pratique, ces nouvelles obligations pesant sur les professionnels devraient entraîner une nécessaire adaptation de leurs conditions générales de vente ainsi que de leur site de e-commerce.

Tout manquement à ces obligations sera passible d'une amende administrative de 15.000 euros pour les personnes morales (article L.156-3), étant entendu que selon nous le non-respect de ces obligations pourrait également être considéré par les tribunaux comme une pratique commerciale déloyale/trompeuse et exposer ainsi les contrevenants à des sanctions pénales (notamment à une amende pénale) plus importantes.

Les dispositions de cette nouvelle ordonnance ne rentreront toutefois en vigueur que dans un délai de 2 mois à compter de la publication du décret en Conseil d'État censé venir clarifier les modalités pratiques de la médiation et de l'information à fournir aux consommateurs à ce titre. Les professionnels disposeront donc à ce moment d'un délai afin de se mettre en conformité.

1 Communiqué de presse de Caroline Delga du 19 mai 2015

Mahasti Razavi, associé

Chloé Minet, counsel

