

NEWSLETTER

CONCURRENCE ET DISTRIBUTION



A LA UNE

Protection du pouvoir d'achat : le consommateur au cœur du dispositif d'urgence de la rentrée 2022

[LOI n° 2022-1158 du 16 août 2022 portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat](#)

Impacts de la guerre en Ukraine, conséquences de la crise sanitaire, sécheresse... : la gravité du contexte économique de cette rentrée 2022, soulignée par le Président de la République lors de son discours du 24 août, n'aura échappé à personne. L'ensemble des acteurs de la chaîne de distribution, du producteur au consommateur en passant par les maillons intermédiaires, est concerné par ces tensions (v. [notre Lettre d'information n° 161 de juin-juillet 2022](#)) et une hausse de l'inflation qui a atteint, en juillet, 6,1% sur un an selon l'Insee. La réponse juridique n'a pas tardé, ainsi qu'en témoigne l'adoption à la fin de l'été de la loi du 16 août 2022 (n°2022-1158) portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat qui constitue avec la loi de finances rectificative 2022, ce que l'on nomme désormais le « paquet « pouvoir d'achat » ».

Au-delà des mesures emblématiques portées par le texte, telles que l'évolution de la « remise carburant », le maintien du « bouclier tarifaire sur les prix de l'énergie », l'instauration de dispositifs d'aides exceptionnelles, la revalorisation de certaines prestations sociales, la mise en place de la « prime de partage de la valeur », la possibilité d'une interdiction de la publicité lumineuse en cas de défaut d'approvisionnement en électricité, le texte apporte aussi un lot de modifications, plus discrètes mais néanmoins importantes, en matière de droit de la consommation.

L'entier Titre II de la loi portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat porte ainsi sur la protection du consommateur. Deux types de leviers sont, à cette fin, utilisés : le premier vise à faciliter la résiliation de certains contrats conclus par le consommateur, le second à renforcer la lutte contre les pratiques commerciales déloyales.

Faciliter la résiliation des contrats conclus en ligne

Le nouveau dispositif (art. 15 à 19 de la loi n°2022-1158) vise à faciliter la résiliation par le consommateur de ses abonnements à certains services conclus par voie électronique (ex. gaz, électricité, internet). L'effet attendu de cette mesure est de permettre « *dans un contexte inflationniste, aux consommateurs de résilier facilement leur contrat pour choisir un contrat plus avantageux, notamment en termes de prix (...)* » et donc d'augmenter leur « *capacité à faire jouer la concurrence* » ce qui constitue « *une condition déterminante* » du maintien de leur pouvoir d'achat (v. [Etude d'impact sur le projet de loi portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat, 6 juill. 2022](#)).

Sous peine d'une amende administrative de 15 000 euros pour une personne physique et 75 000 euros pour une personne morale, le nouvel article L. 215-1-1 du Code de la consommation instaure ainsi, de manière générale, pour certains contrats de prestation de services conclus par voie électronique (mais aussi pour ceux conclus par un autre moyen (ex. en magasin) si le professionnel, à la date à laquelle le consommateur souhaite résilier le précédent contrat, propose la souscription en ligne de ses contrats) l'obligation de mettre à disposition du consommateur une fonctionnalité gratuite lui permettant d'accomplir, par voie électronique, la notification et les démarches nécessaires à la résiliation du contrat. Le professionnel devra également confirmer la réception de la notification et informer le consommateur sur support durable et dans des délais raisonnables de la date à laquelle le contrat prend fin et des effets de la résiliation.

Les modalités techniques de ce « bouton résiliation » et les informations devant être fournies au consommateur doivent être fixées par décret. Ces nouvelles dispositions entreront en vigueur, à une date fixée par décret au plus tard le 1^{er} juin 2023 et seront applicables aux contrats en cours à cette date.

On relèvera que la loi prévoit également une série de mesures spécifiques pour certains contrats en particulier, tels que des contrats dits « télécoms », abonnements à des services audiovisuel et de vidéos à la demande, abonnement internet, ou encore contrats d'assurance.

Renforcer la lutte contre les pratiques commerciales déloyales

Le nouveau dispositif (art. 20 à 22 de la loi n°2022-1158) renforce également la lutte contre les pratiques commerciales déloyales (ex. pratiques trompeuses, pratiques agressives) lesquelles « *ont un impact négatif sur le pouvoir d'achat des victimes contractantes dans la mesure où elles se retrouvent engagées financièrement, parfois de manière significative* » (v. Etude d'impact sur le projet de loi portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat, 6 juill. 2022).

Deux circonstances aggravantes des pratiques commerciales trompeuses (L. 121-2 à L. 121-4 C. consom.) et agressives (L. 121-6 à L. 121-7 C. consom.) sont instaurées. La première réside dans le fait que les pratiques « *ont été suivies de la conclusion d'un ou de plusieurs contrats* » (art. L. 132-2-1 et L. 132-11-1 C. consom. nouv.) c'est-à-dire qu'elles ont effectivement conduit le consommateur à s'engager. Dans ce cas, le nouveau texte prévoit que la peine d'emprisonnement est portée à 3 ans (au lieu de 2 ans). La seconde circonstance aggravante est caractérisée par la commission de la pratique en « *bande organisée* » (art. L. 132-2-2 et L. 132-11-2 C. consom. nouv.) et la peine d'emprisonnement est alors portée à 7 ans. Le cas visé ici, par le législateur, est celui de « *certain types d'« arnaques » organisées, qui portent une atteinte significative et manifeste aux intérêts économiques des consommateurs* » : par exemple, des « *arnaqes à la rénovation énergétique (...)* organisées par un groupe de personnes et associant plusieurs personnes physiques et morales tout au long de la chaîne de

commercialisation des dispositifs d'économie d'énergie » ou encore des « *fraudes au compte personnel de formation (CPF)* » (v. Etude d'impact sur le projet de loi portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat, 6 juill. 2022).

Le dispositif de communication sur les procédures de sanction est également renforcé. On relèvera, notamment, qu'un nouvel article L. 512-22-2 du Code de la consommation est instauré afin de permettre au Procureur de la République (art. 11 du Code de procédure pénale) de « *rendre public* » par l'intermédiaire des agents de la DGCCRF, « *des éléments objectifs tirés de la procédure ne comportant aucune appréciation sur le bien-fondé des charges retenues contre les personnes mise en cause* » et que les articles L. 521-1 et 2 du Code de la consommation sont modifiés pour permettre la publication des injonctions faites au professionnel de cesser des pratiques illicites comme celles de se conformer à ses obligations.

Le législateur a d'ailleurs profité de l'occasion pour renforcer également le dispositif de « *name and shame* » en matière de pratiques anticoncurrentielles et restrictives de concurrence. L'article L. 464-9 du Code de commerce est modifié pour permettre, dans des conditions fixées par décret, la publication des injonctions de mettre un terme à des pratiques anticoncurrentielles, prononcées par le ministre chargé de l'économie. L'article L. 470-1 du Code de commerce est également modifié pour permettre, dans des conditions fixées par décret, la publication de la décision d'injonction en cas de manquements aux dispositions du droit de la transparence et des pratiques restrictives de concurrence (Titre IV du Livre IV du Code de commerce) dès leur prononcé et non pas uniquement, postérieurement, en cas d'inexécution totale ou partielle ou d'inexécution tardive de l'injonction.

La protection du consommateur comme celle de la liberté de la concurrence sur le marché sont deux leviers essentiels dans la protection du pouvoir d'achat. Ces nouvelles mesures doivent être dès à présent intégrées par les entreprises qui doivent adapter leurs pratiques, leurs contrats et documents commerciaux en conséquence.