

# Confiance et satisfaction des consommateurs



# ÉDITO

Gages de pérennité et de rentabilité, la confiance et la satisfaction des consommateurs sont les objectifs premiers des professionnels.

Dans une démarche de confiance et d'ouverture, et à la suite de l'adoption de diverses nouvelles réglementations, notamment la loi relative à la consommation du 17 mars 2014 et l'entrée en application du nouveau règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD) le 25 mai 2018, le MEDEF a souhaité s'adresser directement aux consommateurs afin de les accompagner au mieux dans leur acte d'achat et de leur donner des informations concrètes sur leurs droits et obligations tout au long du parcours client : avant, pendant et après la vente.

À vocation pédagogique, informative et d'accompagnement, ce guide pratique n'a pas pour ambition de répondre à l'intégralité des interrogations des consommateurs et des professionnels, mais regroupe les principales questions qu'ils se posent tout au long du parcours client dans le cadre de la vente d'un bien ou d'un service. Nous nous sommes attachés à y apporter des réponses les plus claires et précises possible, des conseils et des mises en garde à l'attention des consommateurs, dans un contexte juridique particulièrement complexe, et qui a vocation à le devenir encore davantage.

Bonne lecture !

« Le vrai patron c'est le client »

**Gérard Salomez**

*Président de la Consommation du MEDEF (2013-2018)*



# SOMMAIRE

<b>Édito</b>	<b>3</b>
<b>I. AVANT LA VENTE</b>	<b>10</b>
1. Comment choisir son vendeur ?	11
2. Comment le professionnel garantit-il des avis fiables aux consommateurs ?	12
3. Comment le professionnel m'accompagne-t-il au mieux dans le choix de mon bien ou de mon service ?	13
4. À quoi servent les informations précontractuelles et comment les obtenir ?	15
5. Quelles sont vos garanties lors de l'achat d'un bien neuf ?	16
6. Quelles sont vos garanties lors de l'achat d'un bien d'occasion ou reconditionné ?	17
7. Comment savoir si le bien est disponible et dans quel délai il sera livré ?	18
8. Comment puis-je savoir si des pièces détachées sont disponibles ?	20
9. Comment la sécurité et la conformité des produits et des services sont-elles assurées et comment éviter les produits contrefaisants ?	21
10. Quels sont mes droits en cas de démarchage ?	23

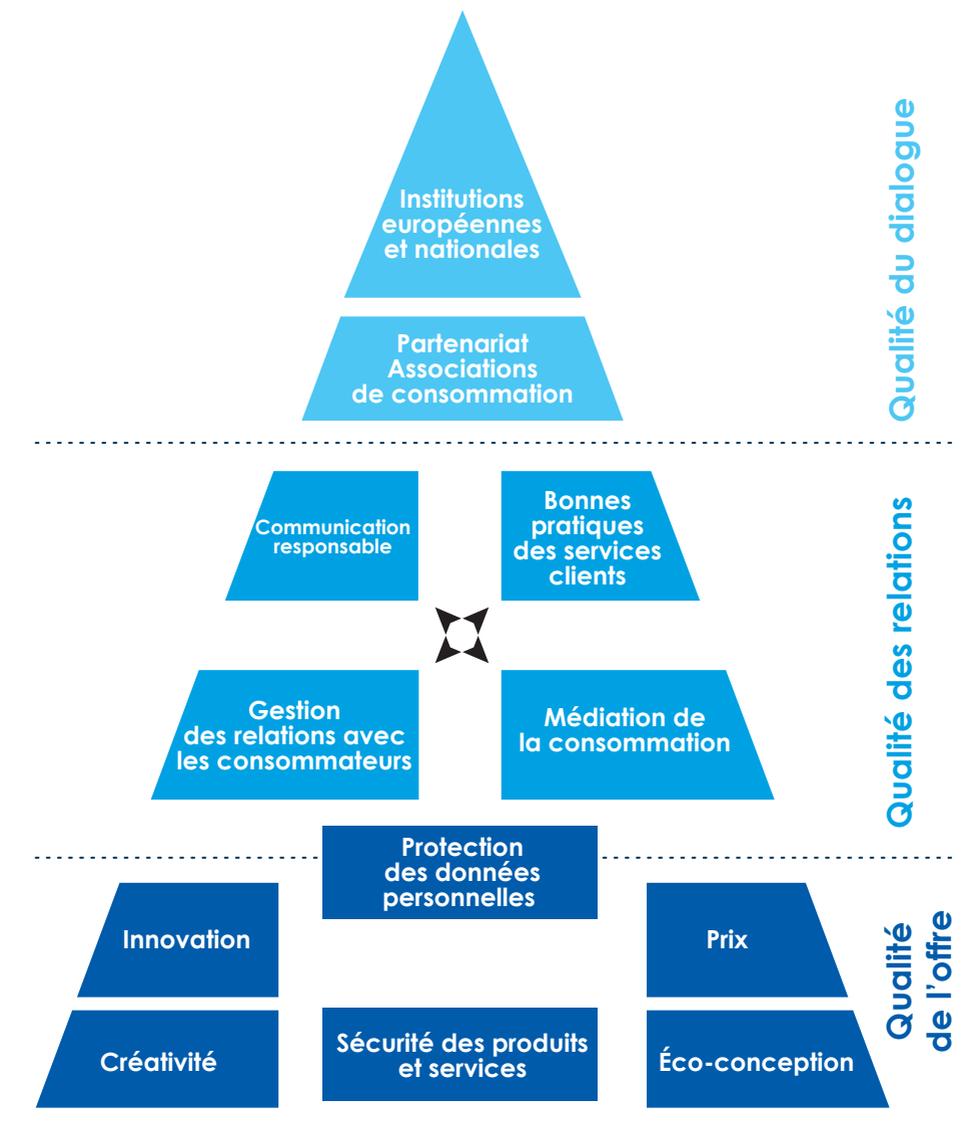
<b>II. PENDANT LA VENTE</b>	<b>25</b>
11. Le professionnel peut-il s'opposer à certains paiements et comment peut-il assurer la sécurité des paiements ?	26
12. Pourquoi transmettre mes données personnelles à un professionnel ?	29
13. Comment le professionnel protège-t-il mes données personnelles ?	31
14. Quels sont mes droits en matière de données personnelles ?	33
<b>III. APRÈS LA VENTE</b>	<b>35</b>
15. Que puis-je faire si le produit n'est pas livré, s'il arrive abîmé ou si le délai de livraison n'est pas respecté ?	36
16. Quels sont mes droits en cas d'annulation, de rétractation ou de renonciation ?	38
17. Comment les garanties légales/commerciales sont-elles mises en œuvre ?	40
18. En cas de désaccord avec le commerçant, puis-je faire opposition à un paiement par carte ou par chèque ?	42
19. Quels sont mes droits lorsque je commande sur une place de marché ?	43
20. Les services clients peuvent-ils utiliser des numéros surtaxés ?	44
21. Que puis-je faire en cas de conflit avec un professionnel ?	45
22. Que puis-je faire lorsque le professionnel fait l'objet d'une procédure collective ?	47
23. Que puis-je faire de mon bien lorsqu'il est usagé ou que je ne l'utilise plus ?	49

<b>ANNEXES - Pour aller plus loin</b>	<b>51</b>
ANNEXE I <b>Le consommateur et le parcours client</b>	<b>52</b>
ANNEXE II <b>Les influenceurs</b>	<b>55</b>
ANNEXE III <b>Les informations précontractuelles</b>	<b>56</b>
ANNEXE IV <b>Les garanties</b>	<b>58</b>
ANNEXE V <b>La sécurité et la conformité des produits, les normes, les certifications, les labels</b>	<b>64</b>
ANNEXE VI <b>Le démarchage/la prospection</b>	<b>68</b>
ANNEXE VII <b>Le paiement</b>	<b>70</b>
ANNEXE VIII <b>Les données personnelles</b>	<b>72</b>
ANNEXE IX <b>L'annulation, la rétractation, la renonciation</b>	<b>77</b>
ANNEXE X <b>Le service clients</b>	<b>80</b>
ANNEXE XI <b>La médiation de la consommation</b>	<b>81</b>
ANNEXE XII <b>L'économie circulaire</b>	<b>84</b>
<b>Glossaire</b>	<b>86</b>
<b>Sites Internet de référence</b>	<b>89</b>
<b>Remerciements</b>	<b>90</b>



# LA PYRAMIDE DE LA CONFIANCE

L'engagement des entreprises pour la satisfaction des consommateurs peut s'analyser grâce à une **pyramide à trois étages** dont aucun ne peut se substituer à l'autre.



# I. AVANT LA VENTE

# 1. Comment choisir son vendeur ?

Avoir confiance en son vendeur, en sa réputation et sa fiabilité, est essentiel. Avant de choisir votre vendeur ou la marque du produit ou du service que vous souhaitez acheter, pensez donc à vous renseigner et à vérifier :

- **son identité** : nom, adresse, coordonnées téléphoniques et électroniques, numéro de téléphone<sup>1</sup> ;
- **les Conditions générales de vente (CGV)** : sont-elles disponibles, lisibles et compréhensibles ? Sont-elles rédigées en français ? En magasin, les CGV sont également mises à la disposition des consommateurs qui le demandent ;
- si le vendeur fait ou non l'objet d'**une procédure collective** (cf. fiche 22) : cette information est disponible sur des sites Internet comme le [bodacc.fr](http://bodacc.fr), [infogreffe.fr](http://infogreffe.fr), [société.com](http://société.com) ou encore dans le Journal des annonces légales (JAL) du lieu du siège du professionnel, à partir de sa dénomination sociale ou de son numéro de Registre du commerce et des sociétés (RCS) ;
- si la **publicité autour de la marque et du vendeur** est « loyale, véridique et saine » : la publicité est une pratique commerciale courante qui doit respecter la réglementation et ne pas être déloyale ou induire les consommateurs en erreur<sup>2</sup>. En plus des règles légales, les professionnels de la publicité, réunis au sein de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP<sup>3</sup>), se fixent des règles déontologiques.

Internet peut s'avérer très utile afin de vérifier la réputation et la fiabilité d'un vendeur professionnel. Les forums de discussion, les avis en ligne, les comparateurs de prix ou encore les réseaux sociaux, en nombre suffisant, contribueront à vous renseigner sur la réputation d'un professionnel. N'hésitez pas à en consulter plusieurs. Certains sont spécialisés selon les secteurs, d'autres sont plus généralistes.

Lorsque vous consultez des **avis** et **conseils d'influenceurs**, veillez à vous renseigner sur leur niveau d'indépendance vis-à-vis de la marque qu'ils promeuvent pour savoir si leur contenu a été rédigé dans le cadre d'une collaboration avec une marque ou bien s'il est le reflet d'une opinion personnelle, sans engagement (cf. annexe II).

---

1. [Article L111-1](#) du Code de la consommation

2. [Articles L121-1 et L121-2](#) du Code de la consommation

3. [www.arpp.org](http://www.arpp.org)

## 2. Comment le professionnel garantit-il des avis fiables aux consommateurs ?

Avant de choisir votre produit, service ou professionnel, vous êtes de plus en plus nombreux à consulter les avis en ligne. Un avis en ligne<sup>4</sup> **est une opinion** d'un **consommateur** sur son **expérience de consommation**. Peu importe qu'il ait acheté le bien ou le service ; ce qui compte, c'est qu'il l'ait consommé.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018<sup>5</sup>, le professionnel qui traite (collecte, modère et publie) des avis en ligne est tenu d'être transparent vis-à-vis de vous, consommateurs, afin de garantir la fiabilité des avis. Il n'est pas pour autant obligé de contrôler les avis qui sont sur son site Internet.

Ainsi, plusieurs informations doivent figurer sur le site du professionnel sur lequel il y a des avis :

- une **page dédiée** aux avis en ligne doit exister et recenser toutes les informations utiles afin que vous sachiez si les avis sont contrôlés par le site. Si tel est le cas, les **caractéristiques principales** du contrôle sont indiquées. Il y a également des informations sur la possibilité ou non de modifier les avis, ainsi que les différents motifs de refus de publication d'avis ;
- les informations suivantes doivent également figurer à proximité des avis :
  - l'existence ou non d'une **procédure de contrôle** des avis ;
  - la **date de publication** de chaque avis, ainsi que **celle de l'expérience de consommation** concernée par l'avis ;
  - les **critères de classement** des avis parmi lesquels figure le classement chronologique.

Si vous décidez de poster un avis en ligne et que votre avis n'est pas publié, le professionnel est tenu de vous informer de cette **non-publication** et des **motifs de refus**.

---

### >> Conseil

Lorsque vous regardez des avis en ligne, pensez à consulter plusieurs sites Internet sur le même bien ou le même professionnel afin de vous faire une idée générale. Le nombre d'avis est également important, ainsi que leur caractère récent ou non.

---

4. Les parrainages, les recommandations ou encore les avis d'experts sont exclus de la notion d'avis en ligne.

5. **Décret n° 2017-1436 du 29 septembre 2017 relatif aux obligations d'information relatives aux avis en ligne de consommateurs - article D.111-16** et suivants du Code de la consommation.

### 3. Comment le professionnel m'accompagne-t-il au mieux dans le choix de mon bien ou de mon service ?

Pour vous aider à choisir au mieux un produit ou un service et à bien comprendre l'offre qui vous est proposée, que ce soit en magasin ou sur Internet, le professionnel (fabricant ou distributeur) vous délivre un certain nombre d'informations utiles et des conseils, de la manière la plus **lisible** et **compréhensible** possible, et disponibles sur différents supports : étiquetage, affichage, marquage, etc. Ces informations vous permettent également de réaliser des comparaisons avec d'autres produits ou services proposés par le même professionnel ou par un autre.

Selon le produit ou le service proposé, le professionnel pourra mettre en avant **des informations spécifiques** à même de mieux vous guider dans votre choix<sup>6</sup>.

Les informations suivantes vous sont transmises de manière transparente et objective :

- les **caractéristiques essentielles** du bien ou du service (composition, origine, conditions d'utilisation, etc.)<sup>7</sup> ;
- son **prix** (incluant les éventuels frais supplémentaires) ;
- les **modalités de paiement** et de livraison ;
- les conditions pour bénéficier de l'offre,
- les **garanties** éventuellement associées ;
- l'existence de **pièces détachées**, etc.

Pour répondre à toutes les questions non résolues que vous vous poseriez, le professionnel dispose de divers outils de relations clients : le service clients par courrier, par téléphone ou par le site Internet de la marque, les réseaux sociaux, le *chat*/la messagerie instantanée, etc.

---

6. Par exemple, il peut vous signaler lorsqu'un produit fait l'objet d'un label de qualité (Label Rouge, AB-agriculture biologique...), d'une appellation d'origine (AOP-appellation d'origine protégée, AOC-appellation d'origine contrôlée...) ou encore lorsqu'il a fait l'objet d'une certification ou respecte une norme particulière.

7. Exemple des emballages des produits alimentaires sur lesquels on peut trouver : le nom du produit, son origine, la liste des ingrédients avec la mise en évidence des allergènes éventuels, son poids/volume net, sa date de consommation, son titre alcoolémique volumique, le numéro de son lot de fabrication, son mode d'emploi et de conservation ou encore sa déclaration nutritionnelle.

Dans un souci de confiance et de satisfaction vis-à-vis des consommateurs, le professionnel cherche à être le plus complet et le plus précis possible dans les informations qu'il vous délivre afin de vous permettre de faire le meilleur choix compte tenu de vos besoins. C'est également l'une des clés de la fidélisation de sa clientèle et de sa réputation.



## 4. À quoi servent les informations précontractuelles et comment les obtenir ?

Avant l'achat, le professionnel est tenu de vous communiquer certaines informations essentielles, dites « informations précontractuelles », de manière **lisible et compréhensible**<sup>8</sup>.

Elles vous protègent, car elles engagent et responsabilisent le professionnel.

Elles vous engagent aussi, car elles précisent vos droits et vos obligations ainsi que les conditions contractuelles à respecter.

**Il est donc très important que vous en preniez connaissance.**

Pour consulter la liste des informations devant être portées à votre connaissance, voir annexe III.

En cas de litige, c'est au professionnel de prouver qu'il a bien fourni ces informations précontractuelles au consommateur.

---

### >> À noter

Les **cases précochées** sont interdites. Vous pouvez donc réclamer au professionnel le remboursement des services et biens additionnels que vous auriez ainsi pu payer sans y avoir expressément consenti.

---

---

8. [Articles L. 111-1](#) et [L.111-2](#) du Code de la consommation.

## 5. Quelles sont vos garanties lors de l'achat d'un bien neuf ?

Lorsque vous rencontrez des problèmes sur un bien acheté neuf, vous pouvez mettre en œuvre les **garanties légales et commerciales** suivantes :

### La garantie légale des vices cachés

**La preuve du vice** incombant à l'acheteur, c'est-à-dire au consommateur dans les relations BtoC, il est recommandé à ce dernier de conserver tout justificatif pour mettre en œuvre cette garantie : ticket de caisse, photographies, expertises, etc.

### La garantie légale de conformité<sup>9</sup>

Il existe une **présomption de l'existence du défaut de conformité** pendant **2 ans**. Par conséquent, en cas de refus de prise en garantie, c'est au vendeur professionnel de prouver que le bien acheté ne comportait pas de défaut de conformité.

Les Conditions générales de vente (CGV) doivent comporter le nom et l'adresse du vendeur professionnel garant de la conformité des biens, permettant au consommateur de formuler une demande au titre de la garantie légale de conformité ou de la garantie légale des vices cachés. Les CGV doivent aussi mentionner que le vendeur est tenu des défauts de conformité du bien au contrat et des défauts cachés de la chose vendue.

### Les garanties commerciales<sup>10</sup>

Elles sont **optionnelles** : ni systématiques, ni obligatoires pour le consommateur. C'est un engagement contractuel d'un professionnel vis-à-vis d'un consommateur.

Vous pouvez actionner une garantie légale et une garantie commerciale en même temps. La garantie commerciale ne se substitue pas à la garantie légale et inversement.

➤ Pour un descriptif des différentes garanties : [consulter l'annexe IV](#).

---

9. [Article L217-4](#) et suivants du Code de la consommation.

10. Définition : « *Tout engagement contractuel d'un professionnel à l'égard du consommateur en vue du remboursement du prix d'achat, du remplacement ou de la réparation du bien ou de la prestation de tout autre service en relation avec le bien, en sus de ses obligations légales visant à garantir la conformité du bien.* » [Article L217-15](#) et suivants du Code de la consommation.

## 6. Quelles sont vos garanties lors de l'achat d'un bien d'occasion ou reconditionné ?

Lorsque vous achetez à un professionnel un bien d'occasion ou reconditionné, vous bénéficiez des mêmes garanties légales que pour l'achat de biens neufs (**garantie des vices cachés** et **garantie légale de conformité**) et vous pouvez bénéficier d'une **garantie commerciale** (cf. fiche 5).

La garantie légale des vices cachés et la garantie commerciale pour les biens d'occasion ou reconditionnés ont les mêmes caractéristiques que pour des biens neufs (cf. fiche 5).

---

### >> ATTENTION

La garantie légale de conformité est aménagée différemment pour les biens neufs, d'occasion ou reconditionnés. En effet :

- elle est d'une **durée de 2 ans** que les biens soient neufs, d'occasion ou reconditionnés ;
- cependant, la durée de la période pendant laquelle le consommateur n'a pas à démontrer que le défaut existait au moment de la livraison est ramenée à **6 mois pour les biens d'occasion ou reconditionnés**.

---

### >> Pour aller plus loin

L'**obligation générale de sécurité** qui pèse sur le fabricant ou le distributeur d'un bien<sup>11</sup> ne s'applique pas aux biens d'occasion ou reconditionnés qui nécessitent une réparation ou une remise en état préalablement à leur utilisation, lorsque le fournisseur informe la personne à laquelle il fournit le bien de la nécessité de cette réparation ou de cette remise en état<sup>12</sup>.

---

➤ Pour un descriptif des différentes garanties : **consulter l'annexe IV**.

---

11. Au sens de l'**article L421-1** du Code de la consommation.

12. **Article L421-2** du Code de la consommation.

## 7. Comment savoir si le bien est disponible et dans quel délai il sera livré ?

### La disponibilité du bien

**En magasin**, pour connaître la disponibilité d'un bien, le vendeur vous renseignera sur l'état du stock et/ou les éventuels délais en cas de commande.

**Sur Internet**, le professionnel met à jour régulièrement l'information concernant l'état du stock des biens. Un bien qui n'est plus en stock ne doit pas pouvoir être commandé.

### La livraison du bien

Le professionnel s'engage à livrer le bien ou à exécuter la prestation de service selon les modalités adaptées et précisées à chaque type de biens ou services, sans retard injustifié et **au plus tard 30 jours après la conclusion du contrat**, sauf s'il en a été expressément convenu autrement.

Il doit :

- **informer en amont** du périmètre de livraison et de ses éventuelles restrictions<sup>13</sup> ; il indique ainsi la zone géographique dans laquelle les livraisons sont possibles ;
- **indiquer une date ou un délai** de livraison<sup>14</sup> avant la conclusion du contrat<sup>15</sup>.

Toutefois, il peut arriver qu'une hausse ponctuelle d'activité contraigne le professionnel à vous dire qu'il est en rupture de stock ou que le délai sera prolongé. Si vous avez commandé un bien qui n'est plus en stock, le professionnel peut vous proposer soit d'accepter un nouveau délai ou une nouvelle date de livraison, soit de demander l'annulation de votre commande afin d'être remboursé.

Si le professionnel ne peut livrer le bien à la date ou le délai indiqué, il doit vous en informer rapidement. À défaut d'indication, la livraison doit être effectuée sous 30 jours maximum.

---

13. **Article L221-14** du Code de la consommation

14. La date ou le délai de livraison comprend tant le délai de traitement par le vendeur que celui du transporteur, prestataire du vendeur.

15. **Article L111-1, 3°**

Le consommateur a la possibilité de choisir un **mode de livraison « express »**, plus rapide et plus coûteux que la livraison standard. En cas de rétractation, le vendeur vous remboursera les frais de livraison à hauteur de la livraison standard et non de la livraison express choisie par vous<sup>16</sup>.

## >> ATTENTION

Si vous choisissez un autre transporteur que celui que vous propose le professionnel, vous aurez à assumer le risque de perte ou de vol à partir du moment où le bien sera confié par le professionnel au transporteur de votre choix.



16. Article L221-24, alinéa 4 du Code de la consommation

## 8. Comment puis-je savoir si des pièces détachées sont disponibles ?

C'est le fabricant qui décide ou non de mettre à disposition des pièces détachées sur le marché. Le cas échéant, il doit préciser la période pendant laquelle (ou la date jusqu'à laquelle) les pièces détachées **indispensables à la réparation et à l'utilisation des biens** sont disponibles.

Il doit également informer le vendeur professionnel de cette disponibilité, à charge pour ce dernier de transmettre cette information au consommateur<sup>17</sup>.

Pendant toute la période de disponibilité mentionnée, le fabricant doit fournir aux distributeurs et/ou aux réparateurs qui le demandent lesdites pièces détachées dans un délai de 2 mois.

L'information sur la disponibilité des pièces détachées doit :

- être délivrée **avant la conclusion du contrat de manière visible et lisible**, sur tout support adapté. En magasin, elle est indiquée en rayon afin d'informer le consommateur et de l'aider à faire son choix ;
- être **stipulée par écrit à l'achat** (sur le bon de commande, le ticket de caisse ou tout support durable accompagnant la vente).

De nombreuses marques indiquent sur leur site Internet les adresses des distributeurs permettant de se procurer des pièces détachées et des réparateurs ainsi que la marche à suivre en la matière.

---

17. [Article L111-4](#) du Code de la consommation.

## 9. Comment la sécurité et la conformité des produits et des services sont-elles assurées et comment éviter les produits contrefaisants ?

Avant de mettre les produits et services sur le marché, les professionnels veillent à les soumettre à **divers contrôles** visant à **garantir leur sécurité et leur conformité** à la réglementation en vigueur.

Pour lutter contre les risques que pourraient présenter des produits pour **la santé ou la sécurité** des personnes, les professionnels doivent engager les actions nécessaires pour maîtriser et prévenir ces risques, comme :

- mettre en garde le consommateur par des communications adaptées ;
- procéder **au retrait** d'un produit sur le marché. Le retrait peut intervenir tant que le produit est toujours en vente. Les professionnels les retirent des rayons, des entrepôts ou des sites Internet ;
- **rappeler** un produit. Le rappel intervient pour les produits qui sont déjà vendus. Les particuliers doivent alors rapporter aux points de vente les produits défectueux, les renvoyer au vendeur en cas de vente à distance ou les détruire. Des campagnes d'information média (presse, radio, etc.) relaient ces mesures de rappel.

Pour pouvoir s'assurer de la conformité d'un produit ou d'un service à la réglementation, le consommateur peut se référer à des signes distinctifs comme le marquage « CE » ou encore la certification.

Avant votre achat, n'hésitez pas à vous renseigner sur le marquage et les logos affichés.

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) vérifie **la conformité et la loyauté** des signes de qualité, des mentions valorisantes et des allégations diverses sur les biens et services. Elle veille à la bonne utilisation de ces signes et contrôle qu'il n'y a pas de pratique commerciale trompeuse<sup>18</sup>.

18. Est par exemple constitutif d'une pratique commerciale trompeuse le fait d'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans en bénéficier réellement ; d'affirmer qu'un bien ou un service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ; ou de ne pas respecter les conditions de l'agrément, de l'autorisation ou de l'autorisation reçue ([article L121-4](#) du Code de la consommation). La pratique commerciale trompeuse est sanctionnée par le Code de la consommation - [article L121-2](#).

Sachez qu'à défaut de réglementation contraignante spécifique à un bien ou à un secteur, certaines professions se dotent de **codes de bonnes pratiques** ou de **chartes de bonne conduite** afin de garantir au consommateur le respect de certaines lignes directrices, plus contraignantes que les exigences légales générales.

Les professionnels luttent contre les **risques de contrefaçon**.

Si la contrefaçon nuit aux entreprises en termes d'image et sur le plan économique, c'est avant tout une **tromperie du consommateur**. En effet, pour être vendu à un prix attractif et compétitif, le produit contrefaisant est souvent fabriqué sans tenir compte des **normes de qualité, de sécurité, de protection** de l'environnement et **des contrôles** auxquels les professionnels doivent se soumettre.

---

## >> ATTENTION

En achetant un produit contrefaisant, vous vous exposez à des risques :

- qu'il soit impropre à l'usage, défectueux, voire dangereux ;
- à de lourdes sanctions pénales si vous l'avez acheté sciemment.

---

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe V](#).

## 10. Quels sont mes droits en cas de démarchage ?

Les droits des consommateurs varient en fonction de la nature du démarchage.

### En cas de démarchage à domicile

Le professionnel doit vous communiquer, de manière **claire et visible**, plusieurs informations relatives à votre contrat de vente ou de prestation de services, à savoir :

- les **caractéristiques essentielles** du bien ou du service ;
- son **prix** ;
- la **date de livraison**, si nécessaire ;
- l'**identité** et les **coordonnées** du professionnel.

S'ajoutent les informations relatives à l'existence ou non d'un droit de rétractation, les conditions, les délais et les modalités de la rétractation.

### En cas de démarchage par SMS/MMS

Un dispositif a été mis en place pour lutter contre les SMS indésirables et les appels frauduleux. Les consommateurs concernés peuvent signaler ces SMS sur la plate-forme 33700.

### En cas de démarchage téléphonique<sup>19</sup>

Le consommateur qui ne souhaite pas faire l'objet de prospection commerciale par téléphone peut s'inscrire sur la **liste d'opposition au démarchage téléphonique Bloctel** (inscription et renseignement sur le site [bloctel.gouv.fr](https://bloctel.gouv.fr)). À noter que le démarchage téléphonique reste autorisé, malgré l'inscription du consommateur sur la liste d'opposition, dans les cas suivants :

- en vue de la fourniture de journaux, de périodiques ou de magazines ;
- de la part d'instituts de sondage ou d'associations à but non lucratif ;
- en cas de communication d'un numéro de téléphone en vue d'être rappelé pour un produit ou un service déterminé (par exemple, une demande de devis) ;
- en cas de relations contractuelles préexistantes.

---

19. [Articles L. 221-16](#), [L. 221-17](#) et [L. 223-1 à L 223-4](#) du Code de la consommation.

---

## >> ATTENTION

Le « **spam vocal** », également appelé *pingcall*, est un appel indésirable visant à tromper et à soutirer de l'argent au consommateur en l'incitant à rappeler un numéro surtaxé. Il peut également être signalé sur la plate-forme 33700.

---

## En cas de prospection commerciale par courrier électronique

Les courriels de prospection commerciale que vous recevez contiennent un lien de désinscription qui vous permet de vous opposer à la réception de futurs courriels de prospection par le professionnel.

Signal spam<sup>20</sup> vous permet par ailleurs de signaler tout spam, tentative d'hameçonnage, etc. dans votre messagerie électronique afin de transmettre ensuite à l'autorité publique ou au professionnel qui saura prendre l'action qui s'impose pour lutter contre le spam signalé.

## En cas de prospection commerciale par courrier - liste Robinson

Il existe une liste de personnes physiques, dite « liste Robinson », qui souhaitent recevoir moins de publicité par courrier adressé. Cette liste est gérée par le Service national de l'adresse de La Poste (SNA). Les consommateurs peuvent s'inscrire sur cette liste sans frais<sup>21</sup>. La prospection par courrier ne nécessite pas le consentement préalable du consommateur.

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe VI](#).

---

20. [www.signal-spam.fr/](http://www.signal-spam.fr/)

21. Pour plus d'informations : [www.ufmd.org/Presentation-de-la-liste-Robinson\\_a32.html](http://www.ufmd.org/Presentation-de-la-liste-Robinson_a32.html).

## II. PENDANT LA VENTE

## 11. Le professionnel peut-il s'opposer à certains paiements et comment peut-il assurer la sécurité des paiements ?

Le professionnel ne peut en principe vous imposer un mode de paiement unique<sup>22</sup>. Ce dernier devant vous donner de nombreuses informations dont **les modalités de paiement**, vous devez pouvoir identifier facilement les moyens de paiement acceptés en magasin ou sur le site Internet.

### Le paiement en espèces

Le paiement en espèces peut parfois être **refusé ou limité** par le professionnel dans les cas suivants :

- les pièces ou les billets n'ont pas cours légal en France. Par exemple, des francs ou des devises étrangères ;
- les pièces et billets ne sont pas en bon état, en particulier si, étant gravement endommagés, ils sont susceptibles d'être rejetés par la Banque de France ;
- vous présentez plus de cinquante pièces en un seul paiement ;
- vous ne faites pas l'appoint ;
- le billet (ou la pièce) est manifestement faux.

Il est interdit aux personnes physiques ou morales résidant fiscalement en France de payer en espèces un montant supérieur à 1 000 euros pour une transaction entre professionnels ou entre un professionnel et un consommateur. Ce seuil est de 15 000 euros pour les non-résidents. Le professionnel est alors obligé d'accepter, selon les cas, le paiement par un autre moyen.

### Le paiement par chèque

Un professionnel **peut refuser le paiement** par chèque en deçà d'un certain montant. Le consommateur doit alors être **clairement informé**, par affichage, des conditions d'acceptation des moyens de paiement en vigueur dans le magasin. Le professionnel qui adhère à un centre de gestion agréé a l'obligation d'accepter le règlement par chèque quel qu'en soit le montant. Il doit même le signaler à ses clients.

---

22. Recommandation de la Commission des clauses abusives n° 03-01 du 26 septembre 2002.

## Le paiement par carte

### • En magasin

Lors des paiements en magasin, les professionnels adhérant au réseau CB et ayant affiché le logo CB ne peuvent, en principe, pas refuser un paiement par carte sauf si la transaction est d'un montant trop faible. Le minimum accepté par le professionnel doit alors être clairement affiché.

Lorsque le professionnel n'obtient pas d'autorisation pour effectuer la transaction, il vous refusera naturellement de payer par carte. Contactez alors votre agence afin de connaître la nature du problème relatif à votre carte.

Pour un paiement par carte au delà d'un montant élevé (par exemple au-delà de 1 500 euros), votre signature peut être demandée. Le commerçant vérifiera avec celle apposée au dos de la carte.

Le montant d'achat maximum pour payer avec une CB sans contact est de 30 euros.

### • À distance

Pour prévenir les fraudes, garantir la sécurité des paiements des consommateurs et s'assurer que c'est bien vous, consommateur, qui procédez au paiement, le professionnel peut avoir mis en place un procédé permettant l'authentification forte du client consommateur au moment du paiement à distance. Le procédé le plus répandu actuellement est le « **3D secure** ». De plus, la CNIL conseille aux professionnels de prendre des précautions et d'avoir recours à des **pages sécurisées** pour les transactions qui doivent utiliser une connexion sécurisée. Cela se traduit par une adresse qui commence par « <https://> » et par la présence des icônes suivantes :



---

## >> ATTENTION

Vous avez un rôle essentiel à jouer dans l'utilisation sécurisée de vos moyens de paiement.

**Soyez vigilant.** N'utilisez jamais le lien figurant dans un courrier électronique pour vous connecter à un site commerçant et y réaliser un paiement. C'est à vous de saisir l'adresse du site Internet du professionnel.

---

Le paiement par carte est sécurisé grâce au code confidentiel saisi. Composez votre code à l'abri des regards, n'hésitez pas à vous pencher au-dessus du clavier et à le cacher avec votre autre main. Ne vous laissez pas distraire par des inconnus vous posant une question sur l'article que vous achetez, proposant ou demandant de l'aide, par exemple. Veillez à ce que le commerçant n'amène pas votre carte hors de votre vue.

Certains professionnels utilisent le portefeuille électronique ou « wallet » comme moyen de paiement, qui, même simplifié, n'en reste pas moins un paiement que vous ne devez pas banaliser. Soyez prudents, comme vous l'êtes avec le code secret de votre carte bancaire.

**Dans tous les cas de débit frauduleux**, vous devez contester sans tarder le paiement et au plus tard dans un délai de :

- 13 mois pour un paiement dans l'Espace économique européen (EEE),
- 70 jours, pour un paiement hors de l'EEE. Ce délai peut être prolongé contractuellement à 120 jours.

Votre banque pourra vérifier rapidement les circonstances de l'opération. Si le débit est bien frauduleux, la banque rétablira votre compte dans l'état où il serait si l'opération n'avait pas eu lieu.

En **cas de perte ou de vol** de votre carte ou de vos données bancaires, vous devez faire immédiatement opposition. Pour les paiements réalisés avant opposition, vous pouvez être amené à prendre en charge un montant maximum de 50 euros<sup>23</sup>.

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe VII](#).

---

23. Depuis le 13 janvier 2018.

## 12. Pourquoi transmettre mes données personnelles à un professionnel ?

Dans le cadre de leurs activités, les professionnels sont amenés à traiter des données dont certaines vous concernent et sont qualifiées de données personnelles. Ils sont alors soumis aux dispositions du **Règlement européen (RGPD) du 27 avril 2016 sur la protection des données personnelles**, entré en application le 25 mai 2018, et de la loi du 6 janvier 1978 modifiée.

Ces données peuvent être collectées pour diverses raisons, avec ou sans votre consentement, (livraison de votre commande, programmes/cartes de fidélité, enquête de satisfaction, gestion de clientèle, etc.), mais le professionnel doit respecter un certain nombre d'obligations pour garantir le respect de **voire vie privée** et la **sécurité de vos données**.

Les programmes ou cartes de fidélité vous permettent, par exemple, de cumuler des points, de conserver un historique des transactions ou de bénéficier d'avantages client (promotions, ventes privées, réductions, bons d'achats, etc.).

Les courriers électroniques ou SMS reçus dans le cadre de programmes de fidélité doivent tous prévoir la possibilité pour le consommateur de se désinscrire de la liste de diffusion, comme par exemple :

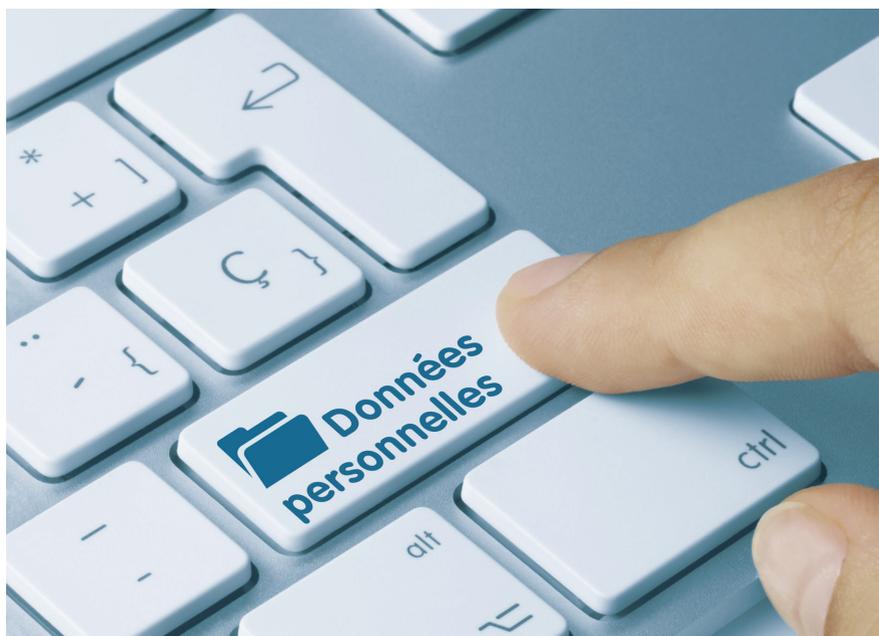
- une mention telle que « cliquez pour ne plus recevoir » dans un e-mail d'information à vocation publicitaire ;
- la possibilité d'envoyer « STOP » par SMS pour ne plus en recevoir.

Afin d'adapter les offres qui vous sont proposées, d'éviter les messages ou publicités sur un produit sans rapport avec vos centres d'intérêts, d'améliorer la qualité des services (en proposant, par exemple, des nouveautés ou d'autres produits du même type), de vous informer quand des promotions/réductions portent sur des produits susceptibles de vous intéresser et de faciliter votre expérience en tant que consommateur (gain de temps), le professionnel peut également, en utilisant vos données personnelles, définir un profil client. C'est ce que l'on appelle **le profilage**<sup>24</sup>.

24. Défini par le règlement européen comme « toute forme de traitement automatisé de données à caractère personnel consistant à utiliser ces données [...] pour évaluer certains aspects personnels relatifs à une personne physique, notamment pour analyser ou prédire des éléments concernant [...] les préférences personnelles, les intérêts, la fiabilité, le comportement, la localisation ou les déplacements de cette personne physique ».

Depuis le 25 mai 2018, les entreprises n'ont plus l'obligation systématique de déclarer leur traitement auprès de la CNIL avant de le mettre en œuvre. Elles ont en revanche l'obligation de mettre en œuvre **les mesures organisationnelles** et **techniques appropriées** pour garantir le respect des règles en la matière (recueil du consentement ou autre base légale, information du consommateur sur la finalité et la durée du traitement, sur les droits dont il dispose, etc.)

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe VIII](#).



## 13. Comment le professionnel protège-t-il mes données personnelles ?

Dans le cadre de la collecte et du traitement de vos données personnelles, les professionnels ont l'obligation de respecter des mesures strictes visant à vous protéger (procédures internes de gestion des données et mesures de sécurité informatique).

Lorsque le traitement est « susceptible d'engendrer un risque élevé pour les droits et libertés des personnes physiques » concernées par les traitements, les professionnels doivent réaliser une **analyse d'impact sur la vie privée**. Les mesures organisationnelles et techniques appropriées doivent être prises par le responsable du traitement et ses éventuels sous-traitants pour garantir la **sécurité de vos données**, leur **confidentialité**, leur **intégrité** et **l'exercice de vos droits**.

Ces mesures sont adaptées en fonction, notamment, de la nature des données collectées (sensibles ou non), de la finalité du traitement, de l'ampleur du traitement et des risques identifiés lors de l'analyse d'impact éventuellement réalisée.

Dans un souci de renforcement du principe de responsabilité des acteurs qui traitent des données personnelles, **les sous-traitants** sont également responsables des données qu'ils gèrent pour le compte des responsables de traitement.

### Que se passe-t-il en cas de faille de sécurité ?

À moins que la violation ne soit pas susceptible d'engendrer un risque pour le consommateur, le responsable du traitement doit **notifier toute violation de données personnelles** à la CNIL dans les meilleurs délais, et si possible, 72 heures au plus tard après en avoir pris connaissance. Il doit notamment informer la CNIL :

- des conséquences probables de la violation de données personnelles ;
- des mesures prises, ou que le responsable du traitement propose de prendre, pour remédier à la violation de données personnelles.

Le consommateur en est directement informé par le responsable du traitement lorsque la violation de ses données est susceptible d'engendrer un risque élevé pour ses droits et libertés<sup>25</sup>. L'information communiquée doit alors être claire et simple, et préciser notamment les mesures prises, ou que le responsable du traitement propose de prendre, pour remédier à la violation de données à caractère personnel, ou pour en atténuer les conséquences.

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe VIII](#).

---

25. Exemple : usurpation d'identité, vol des données bancaires, etc.

## 14. Quels sont mes droits en matière de données personnelles ?

Le professionnel qui collecte vos données personnelles vous garantit la maîtrise des informations vous concernant. Vous pouvez exercer de manière concrète et gratuite<sup>26</sup> les droits suivants qui sont strictement personnels et ne peuvent être exercés à la place des tiers, même s'il s'agit de membres de votre famille<sup>27</sup> :

### **Le droit d'accès**

Vous pouvez accéder aux informations personnelles vous concernant, en connaître l'origine et/ou en obtenir la copie sans avoir à motiver votre demande. Le professionnel a jusqu'à 3 mois pour répondre à votre demande. En cas de refus, il doit vous préciser le motif et vous informer des délais et voies de recours permettant de contester ce refus.

### **Le droit de rectification**

En cas d'erreur, d'inexactitude, de données incomplètes ou de changement de situation, vous pouvez demander auprès du professionnel la rectification des données vous concernant. Les corrections doivent être apportées dans un bref délai et vous devez être informé de la prise en compte des modifications.

### **Le droit de suppression**

Vous pouvez demander à tout moment, l'effacement de vos données personnelles dans certains cas spécifiques, comme par exemple lorsque ces données ne sont plus nécessaires au traitement ou encore lorsque vous avez retiré votre consentement. Le responsable du traitement doit accéder à votre demande dans les meilleurs délais, sauf motif légitime impérieux (ex : obligation légale, exécution d'un contrat, recouvrement de créance, etc.).

---

26. Sauf en cas de demande manifestement infondée ou excessive (caractère répétitif par exemple).

27. À l'exception des mineurs et des majeurs protégés.

## Le droit d'opposition

Lorsque vos données sont utilisées à des fins de prospection commerciale ou marketing, vous pouvez vous opposer à ce traitement à tout moment, sans condition et sans possibilité de refus du responsable du traitement. Vous pouvez également, dans de nombreux autres cas, vous opposer à figurer dans un fichier. Le responsable du traitement doit alors accéder à votre demande dans les meilleurs délais, sauf s'ils présentent des motifs légitimes impérieux supérieurs (ex : obligation légale, exécution d'un contrat, recouvrement de créance, etc.)

## Le droit à la limitation du traitement

Le droit à la limitation du traitement peut être obtenu dans des cas spécifiques comme par exemple : lorsque vous contestez l'exactitude des données traitées ou que le responsable du traitement n'a plus besoin des données personnelles pour l'objectif poursuivi par le traitement.

## Le droit à la portabilité des données

La portabilité des données personnelles correspond à la possibilité pour un consommateur, d'une part, de récupérer les informations personnelles qu'il a fournies à un professionnel et, d'autre part, de demander le transfert de ses données dans un « *format structuré, couramment utilisé et lisible par machine* » vers d'autres professionnels. La portabilité des données personnelles n'est ouverte que dans les cas où le traitement de vos données est basé sur votre consentement ou le contrat conclu avec le responsable de traitement.

› Pour aller plus loin : [consulter l'annexe VIII](#).

# III. APRÈS LA VENTE

## 15. Que puis-je faire si le produit n'est pas livré, s'il arrive abîmé ou si le délai de livraison n'est pas respecté ?

Le professionnel est responsable de plein droit<sup>28</sup> de la bonne exécution du contrat. Aussi, s'il ne peut livrer dans les délais annoncés ou si la livraison ne peut avoir lieu, quelle qu'en soit la raison, il est alors responsable vis-à-vis du consommateur.

Le **transporteur agit pour le compte du vendeur**. En cas de problème de livraison, vous devez contacter le vendeur et non le transporteur.

En l'absence de livraison à la date indiquée ou à défaut plus de 30 jours après avoir passé la commande, vous pouvez demander au vendeur de vous livrer dans un **délaï supplémentaire raisonnable**. Si aucune livraison n'est intervenue ou n'est possible, vous pouvez annuler la commande par LRAR ou par e-mail. Le professionnel dispose alors d'un délai de 14 jours pour vous rembourser<sup>29</sup>.

Si le produit n'est plus disponible, vous pouvez **annuler immédiatement la commande** auprès du professionnel et en demander le **remboursement**. Si les CGV le prévoient, le vendeur peut proposer de vous envoyer, à ses frais, un produit similaire au produit indisponible. Vous êtes alors libre d'accepter ou non sa proposition.

Au moment de la livraison, en présence du transporteur, veillez à vérifier l'état du colis reçu : emballage et contenu. Si le bien reçu est abîmé, vous avez la possibilité de faire vos réserves sur le bon de livraison. Vous pouvez également formuler vos remarques par LRAR, dans les 3 jours qui suivent la livraison de votre commande<sup>30</sup>.

Si le transporteur ne vous a pas laissé le temps de vérifier effectivement l'état du bien, vous avez alors 10 jours pour informer le vendeur des défauts du bien reçu<sup>31</sup>.

Si le **bien arrive abîmé**, le vendeur doit vous en faire parvenir un nouveau à ses frais ou bien vous rembourser. C'est lui qui devra agir contre son transporteur.

Dès lors que vous prenez possession physiquement du bien livré, vous en devenez pleinement propriétaire et êtes alors responsable de toute perte ou endommagement<sup>32</sup>.

---

28. [Article L221-19](#) du Code de la consommation

29. [Article L216-1](#) et suivants du Code de la consommation

30. [Article L133-3](#) du Code de commerce

31. [Article L224-65](#) du Code de la consommation

32. [Article L216-4](#) du Code de la consommation

---

## >> ATTENTION

Si vous décidez de confier la livraison à un transporteur autre que celui proposé par le professionnel, le risque de perte ou de bien endommagé vous est transféré lors de la remise du bien au transporteur<sup>33</sup>.

---

➤ Pour la fixation de la date de livraison, cf. [fiche 7](#).

---

33. [Article L216-5](#) du Code de la consommation

## 16. Quels sont mes droits en cas d'annulation, de rétractation ou de renonciation ?

### En cas d'annulation

Il n'est pas toujours possible de demander l'annulation de la commande.

En cas de retard injustifié de livraison, vous pouvez annuler votre commande et vous faire rembourser (cf. fiche 15). Bien que cela ne soit pas prévu par la loi, certains professionnels permettent commercialement l'annulation juste après la passation de la commande.

### En cas de rétractation

Le droit de rétractation existe quand l'achat se fait à distance, ou en cas de démarchage (téléphonique, etc.). Lorsque votre achat est concerné par l'existence de ce droit, le professionnel est tenu de **vous informer de votre droit de vous rétracter** en précisant les modalités (conditions, délai, frais d'envoi) et en vous fournissant un **formulaire type de rétractation**. Ce droit s'exerce librement sans que vous ayez besoin de justifier les raisons du retour et sans obligation d'utiliser le formulaire type.

Si le professionnel ne vous a pas informé de l'existence de ce droit de rétractation ou n'a pas précisé le délai de rétractation, vous disposez alors d'un délai de 12 mois pour vous rétracter et renvoyer ainsi le produit<sup>34</sup>.

En cas d'utilisation de votre droit de rétractation dans le délai indiqué, vous disposez d'un nouveau délai de 14 jours à compter de la date de la rétractation pour renvoyer le bien au professionnel.

Si le produit a fait l'objet d'une utilisation prolongée et abusive pendant la période de rétractation, le professionnel a la possibilité de procéder à la dépréciation du bien. Il doit le prévoir dans ses conditions générales de vente et vous en informer en amont.

### En cas de renonciation (secteur des assurances)

En cas de renonciation si vous avez effectué la souscription de votre contrat d'assurance à distance ou dans le cadre d'un démarchage, vous n'avez pas à justifier de motif ou à supporter de pénalité.

---

34. [Article L221-20](#) du Code de la consommation.

Dans les cas de souscription d'assurance dite « affinitaire<sup>35</sup> » en magasin ou en agence, vous pouvez renoncer à votre contrat, sans frais ni pénalité, si vous justifiez que vous êtes déjà couvert par un contrat d'assurance pour la ou les mêmes garanties.

Les délais de renonciation varient en fonction du contrat d'assurance souscrit.

**Attention**, dans certains cas, vous ne bénéficiez pas du droit de renonciation.

---

### >> À noter

Si après avoir renoncé à votre contrat, vous découvrez qu'un sinistre est survenu avant cette renonciation, l'assureur devra vous indemniser et vous serez alors tenu de payer l'intégralité de la cotisation.

---

› Pour aller plus loin : [consulter l'annexe IX](#).

---

35. Assurance vendue en complément d'un bien ou d'un service.

## 17. Comment les garanties légales/commerciales sont-elles mises en œuvre ?

### La garantie légale des vices cachés

Sa mise en œuvre est **sans frais** pour le consommateur qui peut demander :

- soit le **remboursement total** contre restitution du bien<sup>36</sup> sans que l'usure du bien soit prise en compte ;
- soit le **remboursement partiel** en cas de conservation du bien ;
- ainsi que les **frais occasionnés** par la vente, voire des dommages et intérêts si le vendeur avait connaissance du vice.

Ce choix est possible dans l'un des trois cas suivants :

- la réparation et le remplacement du bien sont impossibles ;
- la réparation ou le remplacement ne peuvent pas être mis en œuvre dans le délai d'un mois suivant la réclamation du consommateur ;
- la réparation, le remplacement ou toute autre solution entraînent des inconvénients majeurs, compte tenu de la nature du bien et de l'utilisation recherchée.

### La garantie légale de conformité

Lorsque la garantie légale de conformité est mise en œuvre, vous ne devez supporter **aucun frais**. Vous pouvez choisir la mise en conformité du bien soit par **sa réparation** soit par son **remplacement**. Si votre choix entraîne un **coût manifestement disproportionné**, compte tenu de la valeur du bien ou de l'importance du défaut, ce sera au vendeur de choisir entre la réparation et le remplacement.

Si le remplacement ou la réparation sont impossibles<sup>37</sup>, vous pouvez soit rendre le bien et être remboursé, sauf si le défaut est mineur (résolution du contrat), soit conserver le bien et avoir une réduction de prix.

En complément, le consommateur peut demander des dommages et intérêts en cas de préjudice causé par le défaut de conformité.

---

36. À noter que la résolution de la vente n'est pas possible si le défaut est mineur.

37. **Articles L217-9 et L217-10** du Code de la consommation.

Si le consommateur avait connaissance des défauts lors de l'achat, le professionnel est alors libéré de son obligation de garantie.

---

### >> À noter

L'obligation de réparer est une **obligation de résultat** à la charge du professionnel qui accepte la mission de la réparation. En cas de réparation, il est donc tenu de restituer le bien en bon état et réparé selon les règles de l'art.

---

## La garantie commerciale

Dans le cadre de la mise en œuvre de la garantie commerciale, toute période d'immobilisation du bien d'au moins 7 jours s'ajoute à la durée de la garantie qui reste à courir.

› Pour aller plus loin : [consulter l'annexe IV](#).

## 18. En cas de désaccord avec le commerçant, puis-je faire opposition à un paiement par carte ou par chèque ?

### NON

Faire opposition, c'est donner instruction à votre banque de ne pas payer. C'est un acte lourd de conséquence et les cas d'opposition sont donc strictement réglementés ; ils ne concernent aucunement le cas de litige commercial.

Vous ne pouvez faire **opposition au paiement par carte**<sup>38</sup> que dans les cas suivants :

- en cas de perte ou de vol de carte ;
- en cas d'utilisation frauduleuse de la carte ou de ses données ;
- en cas de redressement ou de liquidation judiciaire du professionnel ou du commerçant bénéficiaire du paiement.

Vous ne pouvez faire **opposition au paiement par chèque**<sup>39</sup> que dans les cas suivants :

- en cas de perte ou de vol de chèque ;
- en cas d'utilisation frauduleuse ;
- en cas de redressement ou de liquidation judiciaire du professionnel ou du commerçant bénéficiaire du paiement.

---

### >> ATTENTION

L'opposition est interdite dans tous les autres cas. Une opposition abusive est sanctionnée pénalement.

En cas de litige commercial, vous devrez donc dialoguer avec le professionnel pour trouver avec lui une solution appropriée (cf. fiche 21).

---

38. [Article L133-17](#) Code monétaire et financier.

39. [Article L131-35](#) Code monétaire et financier.

## 19. Quels sont mes droits lorsque je commande sur une place de marché ?

Les places de marché sur Internet<sup>40</sup> sont **des plateformes de mise en relation** entre des vendeurs<sup>41</sup> et des acheteurs qui doivent vous informer clairement des conditions de référencement des contenus et le fonctionnement du service de mise en relation. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, les plateformes doivent vous fournir une **information claire, loyale et transparente**<sup>42</sup>.

Il revient à la place de marché de mettre à disposition un espace permettant aux acheteurs et vendeurs de communiquer.

Une rubrique directement et facilement accessible à partir de toutes les pages du site doit également vous indiquer les informations suivantes<sup>43</sup> :

- si les vendeurs sont des professionnels ou non ;
- le descriptif du service proposé et le type de contrat qui peut être conclu ;
- les modalités de paiement ;
- les assurances et garanties proposées par la plateforme ;
- les modalités de règlement des litiges comme par exemple les coordonnées du médiateur de la consommation qui peut être saisi afin de régler le litige de la consommation. (cf. Annexe XI)

Les plateformes qui mettent en relation des consommateurs entre eux ou des consommateurs avec des non-professionnels indiquent également pour chaque offre :

- le prix total en prenant en compte les frais supplémentaires (livraison + commission) sur la base du prix déclaré par le vendeur ;
- l'existence ou non du droit de rétractation légal de 14 jours ;
- l'absence de garantie légale de conformité des biens vendus.

La responsabilité des plateformes ne sera pas la même si elle a un **rôle actif ou passif** dans la publication des offres. Si elle est active et contrôle les offres avant leur mise en ligne, elle pourra alors être tenue responsable. Si, au contraire, elle est passive et intervient après, elle aura une responsabilité limitée.

---

40. Ou marketplace.

41. Professionnels ou non.

42. [Article L111-7 et suivants et D111-8](#) du Code de la consommation

43. Le plus généralement, les sites Internet mettent à disposition leurs informations dans les Conditions générales d'utilisation (CGU) ou leurs Conditions générales de vente (CGV).

## 20. Les services clients peuvent-ils utiliser des numéros surtaxés ?

**NON**

**Le numéro du service clients** (réception d'appels de consommateurs en vue d'obtenir la bonne exécution d'un contrat ou le traitement d'une réclamation) doit être **mentionné dans le contrat** et dans les correspondances et ne peut être surtaxé. Sont concernés les commerçants, les prestataires de services, les opérateurs de vente à distance et tout autre professionnel mettant à la disposition du public un numéro de service clients.

Les appels vers ces numéros non surtaxés doivent être inclus dans les forfaits de téléphonie fixe et mobile des opérateurs de communications électroniques. Ainsi, les consommateurs peuvent appeler ces numéros sans crainte d'avoir de mauvaises surprises dans la facturation.

**Attention** : sont **exclus** les numéros des centres d'appels mis en place par les fournisseurs destinés à donner des **conseils aux consommateurs**.

Une **signalétique tarifaire** a été mise en place pour **les numéros dits « spéciaux »** (numéros SVA<sup>44</sup>). Cette signalétique indique au consommateur le caractère payant ou non du service. Une couleur est associée à un prix.

Tarifification gratuite

**0 800 134 426** Service & appel gratuits

Tarifification banalisée

**0 809 100 114** Service gratuit + prix appel

Tarifification majorée

**0 825 200 014** Service 0,15 € / appel + prix appel

Lorsque le tarif d'un numéro excède le coût d'une « communication normale », le consommateur doit recevoir une information sur le prix global susceptible de lui être facturé par son opérateur.

En cas de doute sur la tarification d'un numéro, le consommateur peut consulter l'**annuaire inversé des numéros SVA** sur le site [infosva.org](http://infosva.org) qui informe sur le tarif applicable, le professionnel utilisateur du numéro et la nature du service rendu. Les pratiques déloyales peuvent être signalées directement sur l'annuaire.

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe X](#).

44. SVA : service à valeur ajoutée.

## 21. Que puis-je faire en cas de conflit avec un professionnel ?

En cas de conflit avec votre professionnel (produit non conforme, problème de livraison, insatisfaction, mécontentement, etc.), voici les différentes étapes qui vous sont proposées :

### • Étape 1 - vous vous adressez directement à votre professionnel

Dans un souci de confiance, d'efficacité, de satisfaction, de fidélisation et de qualité du service, le professionnel vous proposera dans la plupart des cas une **solution technique ou commerciale rapide**.

Le professionnel pourra également vous diriger vers son **service après-vente (SAV)** qui gère la mise en œuvre de plusieurs services proposés par le professionnel au consommateur après l'achat du produit (révision, entretien, réparation, rénovation, dépannage, assistance, etc.). Cette prestation peut être incluse dans le prix du produit ou vendue séparément. La prestation de SAV doit être prévue et vous être expressément proposée par le professionnel<sup>45</sup>.

### • Étape 2 - vous formulez une réclamation au service clients du professionnel<sup>46</sup>

Dans les cas où le professionnel n'est pas en mesure de répondre favorablement à votre demande, il pourra vous réorienter vers son service clients, auprès duquel vous pourrez préciser par écrit votre réclamation et fournir des pièces justificatives y afférentes. Dans certains secteurs<sup>47</sup>, des normes professionnelles encadrent le délai de réponse dont dispose le professionnel pour répondre à votre réclamation, tous niveaux confondus.

### • Étape 3 - règlement amiable ou judiciaire du litige

Si vous n'avez pas reçu de réponse du professionnel à votre réclamation ou

---

45. Les pannes et détériorations provenant d'un usage anormal ou d'un mauvais entretien de l'appareil seront généralement exclues de la garantie SAV et les réparations afférentes vous seront alors facturées à condition que vous ayez donné votre accord pour y procéder. Au contraire, les défauts de fabrication et pannes provenant d'un composant défectueux de l'appareil seront pris en charge par le SAV qui remettra alors gratuitement l'appareil en état et vous le renverra sans frais.

46. Ne vaut que si le professionnel dispose de deux niveaux de réclamation. Il peut également être appelé « service qualité » ou « service consommateurs » ou « service réclamations ».

47. Exemple : dans le secteur de l'assurance, les professionnels sont désormais tenus de respecter des délais de traitements maximum (sauf cas particulièrement complexe) et ce, quelle que soit l'organisation interne de l'entreprise, à savoir 10 jours ouvrables à compter de la réception de la réclamation pour en accuser réception, et 2 mois entre la date de réception de la réclamation et la date de réponse définitive qui vous est faite.

si vous n'êtes toujours pas satisfait de sa réponse, vous pouvez :

- saisir le médiateur de la consommation compétent (cf. annexe XI) ;
- saisir le tribunal compétent du lieu de votre domicile, soit directement, soit à l'issue d'une médiation de la consommation qui ne vous aurait pas donné entière satisfaction.

---

## >> Conseils

Si vous avez des interrogations, n'hésitez pas à vous renseigner auprès d'une **association de consommateurs** ou de **l'administration compétente (DGCCRF<sup>48</sup>)** avant d'entreprendre toute démarche, de façon à être bien informé de vos droits et obligations. En cas de litige avec un commerçant d'un autre pays de l'Union européenne, de l'Islande et de la Norvège, vous pouvez solliciter l'intervention du **Centre européen des consommateurs France<sup>49</sup>**.

---



---

48. [www.economie.gouv.fr/dgccrf/contacter-dgccrf](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/contacter-dgccrf)

49. [www.europe-consommateurs.eu/fr/accueil/](http://www.europe-consommateurs.eu/fr/accueil/)

## 22. Que puis-je faire lorsque le professionnel fait l'objet d'une procédure collective ?

Vous venez d'acheter auprès d'un professionnel qui fait l'objet d'une procédure collective et qui est donc en difficulté financière<sup>50</sup>. Voici donc les réflexes à avoir :

- En cas de paiement par **carte bancaire, si votre compte n'a pas été débité** à la date du jugement d'ouverture d'une procédure de redressement ou de liquidation judiciaires, il vous est possible de faire opposition au paiement auprès de votre banque<sup>51</sup>.
- En cas de paiement **par chèque, si votre compte n'a pas été débité** à la date du jugement d'ouverture d'une procédure de sauvegarde, de redressement ou de liquidation judiciaires, il vous est possible de faire opposition au paiement par écrit auprès de votre banque.
- Si vous avez souscrit **un prêt personnel** ou un **crédit à la consommation** pour financer votre achat, vous devez **continuer à le rembourser**, même si la livraison n'a pas été effectuée. En cas de crédit affecté, c'est-à-dire spécialement rattaché au bien acheté, vous n'aurez rien à rembourser, car les obligations de l'emprunteur ne prennent effet qu'à compter de la livraison du bien ou de la fourniture du service<sup>52</sup>.
- En cas de paiement par **chèque** ou **par carte bancaire, si votre compte a été débité**, vous devez contacter le mandataire judiciaire ou le liquidateur<sup>53</sup> afin de déclarer votre créance dans les 2 mois à compter de la publication du jugement d'ouverture au BODACC<sup>54</sup>.
- Si le bien est en possession du professionnel et que vous avez payé l'intégralité du prix, votre commande peut encore être livrée. Vous pouvez en effet le revendiquer dans les 3 mois de la publication du jugement d'ouverture au BODACC<sup>55</sup>.
- **Si vous n'avez pas tout payé**, vous ne pouvez pas résilier le contrat du seul fait de l'ouverture de la procédure collective, mais vous pouvez mettre en demeure le mandataire judiciaire de prendre position sur l'exécution ou non du contrat.
- Si la poursuite du contrat est prononcée : l'administrateur ou le liquidateur

50. À noter que le transfert de propriété du bien se fait dès lors que l'acheteur et le vendeur ont convenu de la chose et du prix (article 1583 du Code civil).

51. **Articles L131-35** et **L133-17** du Code monétaire et financier.

52. **Article L311-31** du Code de la consommation.

53. L'identité et les coordonnées du mandataire judiciaire sont indiquées sur les sites [www.infogreffe.com/](http://www.infogreffe.com/), [www.societe.com/](http://www.societe.com/), [www.bodacc.fr/](http://www.bodacc.fr/).

54. **Bulletin officiel des annonces civiles et commerciales. Article. L622-24** du Code de commerce.

55. **Article L624-9** du Code de commerce.

doit exécuter le contrat, à savoir réaliser le service ou livrer le bien au consommateur.

À défaut de réponse dans le délai d'un mois, le contrat est résilié de plein droit et vous disposez alors d'un nouveau délai d'un mois pour déclarer votre créance auprès du mandataire ou du liquidateur.

---

### >> Attention

Les **garanties légales et commerciales** ne profitent plus au consommateur dès lors que le professionnel est en faillite. Cependant, le produit peut rester couvert par une garantie du fabricant, mais aussi par une garantie souscrite directement auprès d'un assureur.

---

## 23. Que puis-je faire de mon bien lorsqu'il est usagé ou que je ne l'utilise plus ?

**Lorsque vous ne souhaitez plus utiliser votre bien, mais qu'il fonctionne encore, vous pouvez :**

### **Le revendre**

Vous pouvez vendre votre bien soit à des particuliers (ex : braderies, brocantes, sites de vente en ligne, etc.), soit à un professionnel qui rachète vos matériels à un prix prédéterminé par des barèmes (le montant du rachat varie selon l'état du produit, son ancienneté, l'offre et la demande pour ce produit, etc.).

### **Le donner**

En donnant vos biens (vêtements, biens électriques et électroniques, jeux, etc.), par exemple, à des associations<sup>56</sup> qui collectent, réparent et revendent ou donnent les produits d'occasion, vous participez à l'Économie sociale et solidaire (ESS)<sup>57</sup> par l'aide à la création d'emploi et par la réinsertion sociale. Vous contribuez également à la prévention des déchets en permettant à ces associations de donner une deuxième vie à vos biens qui fonctionnent toujours.

**Lorsque votre bien ne fonctionne plus, vous pouvez :**

### **Le réparer**

Si votre bien est encore sous garantie (cf. annexe IV), vous pouvez demander au vendeur de le faire réparer selon les règles applicables à la garantie que vous actionnez. La réparation est effectuée aux frais du professionnel.

Si votre bien n'est plus sous garantie, vous pouvez le faire réparer à vos frais, dès lors que les pièces détachées indispensables à l'utilisation du bien sont encore disponibles (cf. fiche 8). Lorsque la réparation est possible, elle est fortement recommandée car elle contribue à la prévention des déchets.

56. Exemples : ENVIE pour l'électroménager ; Emmaüs pour les textiles, les biens électriques et électroniques ; Rejoue pour les jeux, etc.

57. L'économie sociale et solidaire regroupe des structures privées qui concilient activité économique et utilité sociale.

## Le recycler

Lorsque votre bien arrive en fin de vie et qu'il est matériellement ou économiquement irréparable, il existe, selon les types de produits dont vous souhaitez vous défaire, des points de collectes spécifiques en vue du recyclage<sup>58</sup>.

➤ Pour aller plus loin : [consulter l'annexe XII](#).

---

58. Pour aller plus loin : [www.ademe.fr/expertises/dechets/elements-contexte/filieres-a-responsabilite-elargie-producteurs-rep](http://www.ademe.fr/expertises/dechets/elements-contexte/filieres-a-responsabilite-elargie-producteurs-rep).

# ANNEXES

## Pour aller plus loin

# ANNEXE I

## Le consommateur et le parcours client

### Le Code de la consommation<sup>59</sup> distingue différentes notions :

- **le consommateur** est défini comme étant « toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ».

C'est une personne physique qui achète des produits et/ou des services pour un usage privé, sans rapport avec son activité professionnelle. Le Code de la consommation protège le consommateur dans ses relations avec le professionnel ;

- **le non-professionnel** est défini comme étant « toute personne morale qui n'agit pas à des fins professionnelles ».

La notion de non-professionnel permet d'étendre aux personnes morales agissant en dehors de leur activité professionnelle la protection accordée au consommateur. Le non-professionnel ne bénéficiera toutefois pas de l'ensemble des dispositions protectrices du Code de la consommation, mais seulement de celles qui le désignent expressément<sup>60</sup> ;

- **Le professionnel** est défini comme étant « toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel ».

Le professionnel qui agit dans le cadre de son activité professionnelle n'a pas besoin de protection particulière dans ses relations avec les consommateurs. Dans ses relations avec les professionnels, il est soumis au Code de commerce. Toutefois, pour certains secteurs d'activité (assurance, énergie, etc.), ou en fonction de leur taille, des dispositions protectrices spécifiques du Code de la consommation peuvent s'appliquer.

En pratique, il n'est pas toujours aisé de distinguer ces trois notions. Il appartient aux juridictions de se prononcer<sup>61</sup>.

---

59. Article liminaire du Code de la consommation issu de la [loi consommation du 17 mars 2014](#) et de l'[ordonnance du 14 mars 2016](#).

60. Exemple : les dispositions relatives aux clauses abusives ou celles mettant à la charge des professionnels prestataires de services l'obligation d'informer leur cocontractant sur les conditions de renouvellement du contrat de services tacitement reconduit.

61. Exemple : un syndicat de copropriétaires a été qualifié de non-professionnel dans ses rapports avec ses fournisseurs et prestataires de services.

Les dispositions du Code de la consommation ne s'appliquent que dans le cadre des **relations entre professionnels et consommateurs ou non-professionnels**.

En matière de **consommation collaborative**, le consommateur ne bénéficie de la protection prévue par le Code de la consommation que s'il achète à un professionnel ou à un particulier. Cela dépend donc de la qualité du vendeur.

## Qu'est-ce que le parcours client ?

Le parcours client est généralement composé de **quatre grandes étapes** durant lesquelles les professionnels mettent tout en œuvre pour que les consommateurs se sentent en confiance afin d'avoir une bonne expérience d'achat.

Le parcours client s'est complexifié avec la multiplication des points de contacts. Aujourd'hui, afin d'offrir une expérience continue sur l'ensemble des étapes menant à l'achat, la plupart des marques/enseignes ont retravaillé leur parcours dans une **logique multicanal et crosscanal** : elles proposent différents canaux d'achat (site Internet, site mobile, application mobile et tablette, point de vente, etc.). Ainsi, afin de s'adapter aux besoins de souplesse du consommateur, de nouveaux services comme le *click and collect* se développent dans de nombreuses enseignes, permettant de commencer le parcours client en ligne (achat) et de le terminer en magasin (récupération du produit).

### • Étape 1 : l'émergence du besoin, d'une envie

Le consommateur identifie son besoin, son envie d'un produit ou d'un service. Différentes sources d'informations s'offrent à lui pour être guidé dans ses recherches : ses proches, un vendeur en magasin, Internet (contenus éditoriaux et avis en ligne de consommateurs ou d'influenceurs, moteurs de recherche et sites comparateurs, etc.). La confiance que le consommateur a en la source à laquelle il s'adresse est essentielle pour le rassurer sur la légitimité de ses besoins et pour l'aider dans sa prise de décision.

## • Étape 2 : la sélection du produit ou du service

Le consommateur doit pouvoir s'appuyer avec confiance, sur les informations obtenues sur le bien et/ou le service afin de retenir, dans les meilleures conditions, la proposition qui lui correspond le mieux. Pour l'accompagner dans son choix, les professionnels communiquent les caractéristiques essentielles du bien ou du service, le prix et les éventuelles promotions en cours, leurs conditions générales de vente, les garanties, etc. Ils peuvent mettre à disposition des explications (ex : vidéos, tutos, etc.) quant à l'utilisation du produit, des guides spécifiques, des comparateurs avec d'autres produits équivalents, etc.

## • Étape 3 : la décision d'achat

Sur Internet ou en magasin, il est primordial que le consommateur soit rassuré au cours de cette étape, que ce soit sur la sécurisation de son paiement ou sur l'utilisation de ses données personnelles qu'il sera amené à communiquer au professionnel, par exemple.

## • Étape 4 : l'après-vente

Une fois l'achat effectué, le consommateur peut éventuellement poursuivre sa relation avec le professionnel (livraison, service après-vente, etc.). Le rôle du service clients du professionnel, en recherche d'efficacité et de fidélisation de sa clientèle, est alors prépondérant pour **informer et rassurer le consommateur**. Le professionnel met en œuvre les différents droits dont le consommateur bénéficie (droit de rétractation, garanties légales, etc.).

## ANNEXE II

### Les influenceurs

La confiance du consommateur dans les avis et conseils des influenceurs peut être liée à ce qu'il estime être leur niveau d'indépendance : agit-il en collaboration avec une marque ou bien rédige-t-il son opinion en totale indépendance ou sans engagement vis-à-vis de la marque qu'il promeut ?

#### Comment reconnaître si l'influenceur a agi en collaboration avec une marque ?

Lorsqu'un influenceur est en collaboration commerciale avec une marque, il doit le faire savoir à son public<sup>62</sup>. Cette identification apparaît, quel que soit le moyen d'accès au contenu (blogs, vlogs, réseaux sociaux, etc.). Plusieurs moyens d'identification sont à la disposition du consommateur afin de lui signaler l'existence d'une telle collaboration, notamment :

- sur YouTube, l'utilisation, par exemple, des mentions « avec le soutien de... », « vidéo sponsorisée par... » ou « inclut une communication commerciale » en superposition de la vidéo pendant les dix premières secondes ;
- sur Twitter, des *hashtags* comme « #publicité », « #sponsorisé » ;
- sur Facebook, l'utilisation, par exemple, de la mention « avec... » ;
- sur Instagram, l'utilisation, par exemple, de la mention « en partenariat payant avec... ».

Les influenceurs vivent de leurs audiences qu'ils doivent maintenir et développer. Dans le cadre d'une collaboration avec une marque, ils se doivent d'être en cohérence avec leurs propres engagements/convictions/préférences et agir en **totale transparence** sous peine de perdre leur **crédibilité**. L'association d'une marque et d'un influenceur est d'autant plus pertinente qu'elle repose sur des valeurs communes pouvant permettre à l'influenceur de s'exprimer avec franchise.

62. **Articles L.121-2 et L.121.4** du Code de la consommation, article 20 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique. Recommandation de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) « Communication publicitaire digitale ».

## ANNEXE III

# Les informations précontractuelles

Avant l'achat d'un bien ou d'un service, le professionnel est tenu de communiquer certaines informations essentielles aux consommateurs<sup>63</sup>, à savoir :

- **Les informations précontractuelles** qui portent sur :
  - les caractéristiques essentielles du bien ou du service ;
  - le prix (toutes taxes comprises) ;
  - l'identité du professionnel : ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques ;
  - la date ou le délai éventuel de livraison du bien ou de fourniture du service. Si aucun délai n'est fixé, le professionnel est tenu de vous livrer le bien ou de vous fournir le service dans les 30 jours qui suivent la signature du contrat ;
  - l'existence de garanties légales et éventuellement de garanties commerciales, ainsi que de conditions contractuelles (exemple : Conditions générales de vente (CGV), Conditions générales d'utilisation (CGU), etc.) ;
  - les fonctionnalités et l'interopérabilité des contenus numériques ;
  - s'il y a lieu, la durée du contrat. En cas de contrat à durée indéterminée ou à tacite reconduction, les conditions de résiliation ;
  - la possibilité, en cas de litige que vous n'aurez pas réussi à régler directement avec le professionnel, de recourir à un médiateur de la consommation.
  
- **Les informations précontractuelles spécifiques** qui portent sur :
  - la période pendant laquelle, ou la date jusqu'à laquelle, les pièces détachées indispensables à l'utilisation d'un bien sont disponibles. Cette information doit figurer sur tout document commercial ou sur tout support durable accompagnant la vente de biens meubles<sup>64</sup>. Elle doit être confirmée par écrit après l'achat ;
  - selon les catégories de produits, certaines informations environnementales doivent être communiquées (coût de gestion des produits en fin de vie ou « écocontribution », consommation énergétique, etc.) ;

---

63. Après recensement, il ressort que tous les professionnels, quel que soit leur secteur, doivent fournir au minimum 55 informations précontractuelles aux consommateurs. Tous secteurs confondus, on compte aujourd'hui au minimum 2 420 informations précontractuelles que les professionnels doivent fournir aux consommateurs, chiffre en constante augmentation au fil des nouvelles réglementations.

64. **Article D111-4** du Code de la consommation.

- un éventuel paiement supplémentaire venant s'ajouter au prix du bien ou du service principal ;
  - quand l'achat a lieu sur le lieu de vente : ce n'est qu'à compter du moment où vous prenez effectivement possession du bien que vous en devenez responsable en cas de perte ou de détérioration. Pour les biens vendus en libre-service en magasin, le transfert de propriété – et donc le transfert des risques – se fait lors du passage en caisse.
- **Les informations précontractuelles supplémentaires en cas de vente à distance ou de démarchage**<sup>65</sup> qui portent sur :
- les moyens de paiement acceptés ;
  - les éventuelles restrictions de livraison ;
  - les éventuelles conditions contractuelles spécifiques. Par exemple : la durée minimale d'utilisation du service, la nécessité de fournir au professionnel une caution ou une garantie financière ;
  - l'existence d'un droit de rétractation<sup>66</sup>, en précisant ses modalités (conditions, délai) et en vous fournissant un formulaire type de rétractation ;
  - les frais de renvoi en cas d'exercice du droit de rétractation et le coût de renvoi lorsque le bien pèse plus de 30 kg<sup>67</sup> ;
  - les modalités prévues pour le traitement des réclamations (coordonnées du service clients) ;
  - l'existence éventuelle d'un Code de bonne conduite.

---

## >> À noter

Certains secteurs sont soumis à des obligations supplémentaires spécifiques. Exemple : secteur financier, location de voitures, dépannage à domicile, SAV, etc.

---

---

65. **Article L221-5** du Code de la consommation.

66. L'Institut national de la consommation (INC) a élaboré un tableau récapitulatif des dispositions relatives aux différents délais de rétractation accessible à l'adresse : [www.inc-conso.fr/sites/default/files/pdf/Tableau\\_delais\\_reflexion.pdf](http://www.inc-conso.fr/sites/default/files/pdf/Tableau_delais_reflexion.pdf).

67. **Article L221-5** du Code de la consommation.

# ANNEXE IV

## Les garanties

Les garanties peuvent être **légales et/ou commerciales**.

Dans tous les cas, veillez à **garder la preuve de l'acquisition du bien** chez le professionnel concerné (ticket de caisse, etc.) et à conserver l'emballage, au moins durant le temps de la garantie, afin de renvoyer le bien dans de bonnes conditions.

### 1. Les garanties légales :

Elles sont de deux sortes :

#### La garantie légale des vices cachés<sup>68</sup>

Elle permet à un consommateur de garantir son bien des vices cachés. Cette garantie s'applique dans les relations entre un professionnel et un consommateur (BtoC), mais également dans les relations entre professionnels (BtoB) et entre particuliers (CtoC).

- Le vice doit être **caché**, le vendeur n'est pas tenu de garantir les défauts apparents du produit, c'est-à-dire ceux qu'un acheteur, même profane comme le consommateur, peut déceler en procédant à des vérifications élémentaires.
- Le vice doit être d'une **particulière gravité** au point de rendre le bien « impropre à l'usage auquel il est destiné » ou d'en réduire sensiblement l'usage<sup>69</sup>.
- Le vice doit être **antérieur à la vente**. Un défaut résultant d'un mauvais usage ou entretien par le consommateur ne peut donc pas être un vice caché.

Ces conditions sont **cumulatives**.

La preuve du vice incombe à l'acheteur (consommateur) qui dispose d'un délai de 2 ans pour agir à compter de la date de la découverte du vice<sup>70</sup> et au plus tard dans un délai maximum de 5 ans à compter de la date d'achat du bien.

---

68. **Article 1641** et suivants du Code civil.

69. Par exemple, à propos d'un véhicule, il faut entendre par « usage », l'utilisation qu'on peut raisonnablement attendre d'un véhicule compte tenu de l'âge, du kilométrage, du prix et des qualités du véhicule.

70. L'acheteur ne doit pas y avoir renoncé dans un contrat CtoC.

## La garantie légale de conformité<sup>71</sup>

Elle protège le consommateur sur l'usage, les caractéristiques, les qualités et la description indiqués pour le bien acheté. Cette garantie s'applique **uniquement** dans les relations entre un professionnel et un consommateur (BtoC).

Les défauts de conformité du bien livré, mais aussi ceux de son emballage, des instructions de montage ou de l'installation, lorsque celle-ci est sous la responsabilité du vendeur professionnel ou a été mise à sa charge par le contrat de vente, sont garantis. Les défauts ne sont couverts que s'ils existaient déjà au moment de la délivrance du bien.

Le bien doit correspondre à l'**usage habituellement attendu d'un bien semblable** et, le cas échéant :

- correspondre à la description et posséder les qualités présentées par le professionnel au consommateur ;
- présenter les qualités qu'un consommateur attend compte tenu des communications faites par le professionnel sur le bien, notamment dans la publicité ou l'étiquetage.

Lorsque le contrat a été négocié, le bien est conforme au contrat lorsqu'il présente les caractéristiques définies d'un commun accord par le professionnel et le consommateur. Dans ce cas, ce sont les stipulations contractuelles concernant les spécificités et les caractéristiques du bien, déterminées par les parties, qui vont permettre de mesurer la conformité du bien vendu.

Le consommateur dispose d'un délai de 2 ans pour agir à compter de la date de la délivrance<sup>72</sup> du bien. Il existe une **présomption de l'existence du défaut de conformité** (renversement de la charge de la preuve du défaut de conformité) qui pèse sur le vendeur professionnel en cas de refus de prise en garantie. La durée de cette présomption est de :

- **2 ans** pour les biens neufs ;
- **6 mois** pour les biens d'occasion et reconditionnés.

## 2. Les garanties commerciales

La garantie commerciale « s'entend de tout engagement contractuel d'un professionnel à l'égard du consommateur en vue du remboursement du prix d'achat, du remplacement ou de la réparation du bien ou de la prestation de tout autre service en relation avec le bien, en sus de ses obligations légales visant à garantir la conformité du bien. »<sup>73</sup>

71. **Article L. 217-4** et suivants du Code de la consommation.

72. On entend par « délivrance » la prise en possession du bien (retrait en point de vente ou en point de livraison, livraison à domicile, etc.).

73. **Article L217-15** et suivants du Code de la consommation.

La garantie commerciale n'est **ni systématique, ni obligatoire** pour le consommateur. Elle est proposée par les professionnels (fabricants et/ou distributeurs) aux consommateurs en plus des garanties légales. Elles sont nommées de plusieurs manières selon les professionnels : contractuelle, commerciale, conventionnelle, constructeur.

Elle est limitée dans le temps et généralement dans son objet (remplacement, réparation pièces et main-d'œuvre, ou pièces ou main-d'œuvre uniquement). Elle peut être **gratuite ou payante** selon le bien ou le service rendu.

C'est un engagement contractuel d'un professionnel à l'égard du consommateur en vue du remboursement du prix d'achat, du remplacement ou de la réparation du bien, en plus de ses obligations légales.

Le Code de la consommation exige le respect d'un certain formalisme<sup>74</sup>. En effet, la garantie commerciale doit :

- faire l'objet d'un contrat écrit ;
- mentionner<sup>75</sup> :
  - le contenu de la garantie,
  - les modalités de sa mise en œuvre,
  - son prix ou sa gratuité,
  - sa durée,
  - son étendue territoriale,
  - le nom et l'adresse du garant,
  - de façon claire et précise que le vendeur reste tenu des garanties légales de conformité et des vices cachés.

L'existence d'une garantie commerciale, en ce qu'elle n'est pas obligatoire, peut être un facteur déterminant dans l'achat d'un bien d'occasion ou reconditionné.

Ne pas confondre : la garantie commerciale se distingue des assurances vendues en complément d'un bien ou d'un service. En effet :

- La garantie commerciale est issue du seul engagement du vendeur professionnel à couvrir certains risques qui pèsent sur le bien vendu, il peut éventuellement en déléguer la gestion.
- Le consommateur peut souscrire une assurance dite « affinitaire » (assurances vendues en complément d'un bien ou d'un service). Le vendeur professionnel intervient alors en qualité de distributeur de contrat d'assurance. Dans ce cas, les règles protectrices du Code des assurances s'appliquent (solvabilité, information, etc.).

---

74. [Article L217-15](#) et suivants du Code de la consommation.

75. Sont également reproduites dans ce contrat les dispositions des articles [L217-4](#), [L217-5](#), [L217-12](#) et [L217-16](#) du Code de la consommation, et l'[article 1641](#) et le premier alinéa de l'[article 1648](#) du Code civil.

## >> ATTENTION

Les garanties commerciales peuvent contenir **des clauses d'exclusion**. Il convient donc de lire attentivement les conditions de garantie.

La législation opère une distinction entre, d'une part, les prestations couvertes par la garantie commerciale et, d'autre part, les « prestations de services après-vente », en général payantes<sup>76</sup>.

Tableaux récapitulatifs :

Biens neufs en BiOC					
Garanties	Durée	Caractéristiques		Preuve	Effets
<b>Vices cachés</b>	<b>2 ans</b> à compter de la découverte du vice dans la limite de <b>5 ans</b> à compter de la date de délivrance	Obligatoire	Gratuite	<b>Incombe au consommateur</b> qui doit apporter la preuve de l'existence du vice au moment de l'achat	<b>Restitution du bien et remboursement</b> du prix d'achat ou garde le bien et remboursement d'une partie du prix ; <b>sans frais</b>
<b>Légale de conformité</b>	<b>2 ans</b> à compter de la date de délivrance	Obligatoire	Gratuite	Incombe au <b>vendeur</b> qui doit apporter la preuve de la conformité du bien au moment de l'achat	Le choix entre la <b>réparation</b> ou le <b>remplacement</b> du bien appartient au consommateur sous réserve d'un coût excessif ; <b>sans frais</b> . Lorsque la réparation ou le remplacement ne sont pas possibles : remboursement intégral ou en partie du produit
<b>Commerciale ou contractuelle</b>	Dépend de la garantie proposée	Facultative	Gratuite ou payante selon les cas	Variable en fonction de ce qui est prévu dans le contrat	Variable en fonction de ce qui est prévu dans le contrat

76. **Article L. 217-17** et suivants du Code de la consommation.

**Biens d'occasion en BtoC**

<b>Garanties</b>	<b>Durée</b>	<b>Caractéristiques</b>		<b>Preuve</b>	<b>Effet</b>
<b>Vices cachés</b>	<b>2 ans</b> à compter de la découverte du vice et <b>5 ans</b> à compter de la date de délivrance	Obligatoire	Gratuite	<b>Incombe au consommateur</b> qui doit apporter la preuve de l'existence du vice au moment de l'achat	<b>Restitution du bien et remboursement</b> du prix d'achat ou garde le bien et remboursement d'une partie du prix ; <b>sans frais</b>
<b>Légale de conformité</b>	<b>2 ans</b> à compter de la date de délivrance	Obligatoire	Gratuite	<p>Dans les <b>6 premiers mois suivant la délivrance</b> : incombe au <b>vendeur</b> professionnel qui doit apporter la preuve de la conformité du bien au moment de la délivrance</p> <p><b>Après 6 mois et jusqu'à 2 ans à compter de la délivrance</b> : incombe au <b>consommateur</b> qui doit apporter la preuve de l'existence du vice au moment de la délivrance</p>	<p>Le choix entre la <b>réparation</b> ou le <b>remplacement</b> du bien appartient au consommateur sous réserve d'un coût excessif</p> <p>Résolution du contrat ou réduction du prix du bien si la réparation ou le remplacement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ne sont pas réalisables ;</li> <li>- ne peuvent être mis en œuvre dans le délai de 1 mois suivant la réclamation ;</li> <li>- crée un inconvénient majeur</li> </ul> <p>Annulation impossible si le défaut est mineur</p> <p><b>Aucun frais</b> ne peut être demandé au consommateur pour le remplacement, la réparation, la résolution ou la réfaction du contrat</p>
<b>Commerciale ou contractuelle</b>	Dépend de la garantie proposée	Facultative	Gratuite ou payante selon les cas	Variable en fonction de ce qui est prévu dans le contrat	Variable en fonction de ce qui est prévu dans le contrat

## Biens neufs et d'occasion en C1\*toC2

Garanties	Durée	Caractéristiques		Preuve	Effet
<b>Vices cachés</b>	<b>2 ans</b> à compter de la découverte du vice et <b>5 ans</b> à compter de délivrance	Obligatoire	Gratuite	Incombe à <b>l'acheteur consommateur</b> qui doit apporter la preuve de l'existence du vice au moment de l'achat	<b>Restitution</b> du bien et <b>remboursement</b> du prix d'achat ou garde le bien et remboursement d'une partie du prix ;  <b>sans frais</b>
<b>Légale de conformité</b>	Applicable <sup>77</sup> auprès du vendeur professionnel si la garantie légale de conformité est toujours en cours**  Non applicable si le bien n'est plus sous garantie				
<b>Commerciale ou contractuelle</b>	À voir au cas par cas auprès du vendeur professionnel si la garantie est toujours en cours**  Non applicable si le bien n'est plus sous garantie				

\* Le vendeur consommateur C<sup>1</sup> n'est pas tenu de la garantie légale de conformité et commerciale directement auprès de l'acheteur consommateur C<sup>2</sup>.

\*\* Attention : l'acquéreur consommateur C<sup>2</sup> doit penser à être en possession des documents afférents à cette garantie et être en mesure de prouver la propriété du bien.

› Pour compléter ces informations :

[www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/dgccrf/documentation/publications/depliants/tout-savoir-sur-les-garanties.pdf](http://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/documentation/publications/depliants/tout-savoir-sur-les-garanties.pdf)

77. **Arrêt de la 1<sup>re</sup> chambre civile de la Cour de cassation du 6 février 2013** : « En statuant ainsi, alors que le sous-acquéreur jouit de tous les droits et actions attachés à la chose qui appartenait à son auteur de sorte qu'il dispose, le cas échéant, de l'action en responsabilité contractuelle dont le vendeur aurait bénéficié s'il avait conservé la propriété de ladite chose, la juridiction de proximité a violé par refus d'application les articles 1134 et 1147 du Code civil et par fausse application ensemble les articles 1315, alinéa 1<sup>er</sup> du Code civil et 32 du Code de procédure civile. »

## ANNEXE V

# La sécurité et la conformité des produits, les normes, les certifications, les labels

### La sécurité

Le Code de la consommation pose le **principe de sécurité générale des produits**<sup>78</sup>. Le professionnel doit prendre toutes mesures utiles pour respecter ces obligations de sécurité et est tenu de communiquer au consommateur les informations utiles lui permettant d'évaluer les risques inhérents au produit lorsqu'ils ne sont pas perceptibles sans avertissement<sup>79</sup>.

Certains biens doivent être accompagnés d'instructions et d'informations de sécurité compte tenu de leur nature et des dangers qu'ils peuvent présenter.

Les produits faisant l'objet d'une **procédure de retrait ou de rappel** sont visibles sur le site de la DGCCRF ([www.economie.gouv.fr/dgccrf/Securite/Alertes/Avis-rappels-de-produits](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Securite/Alertes/Avis-rappels-de-produits)) qui centralise les signalements des produits dangereux qui lui sont remontés par :

- ses services déconcentrés qui peuvent constater des problèmes de sécurité des produits, dans le cadre de leur mission de surveillance du marché ;
- les professionnels<sup>80</sup> qui doivent informer les autorités administratives compétentes ;
- les consommateurs, ou associations de consommateurs, qui peuvent également alerter la DGCCRF en signalant des effets ou anomalies constatés sur certains produits ;
- les autorités de surveillance des autres États membres de l'Union européenne.

La DGCCRF peut aussi prendre des mesures réglementaires de prévention ou d'interdiction à l'encontre de tout produit ou service qui présenterait un danger pour la santé et la sécurité du consommateur.

---

78. **Article L421-3** du Code de la consommation. En effet, il impose que « Les produits et les services doivent présenter, dans des conditions normales d'utilisation ou dans des conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes. »

79. **Article L423-1** du Code de la consommation.

80. **Article L423-3** du code de la consommation.

Au niveau européen, le **système d'alerte RAPEX** consiste en un réseau d'échanges et d'informations entre chaque pays membre de l'UE. Il facilite le signalement rapide de produits dangereux et la prise de mesures appropriées dans tous les états membres de l'Union européenne. Ce système concerne l'ensemble des produits, à l'exception de l'alimentation, des produits pharmaceutiques et des appareils médicaux qui bénéficient de systèmes d'alerte spécifiques. En France, c'est la DGCCRF qui est le point de contact et qui informe la Commission européenne lorsqu'un produit se révèle dangereux pour le consommateur. Elle précise les mesures prises en France pour prévenir les risques et accidents.

Si, en tant que consommateur, vous avez identifié un produit présentant un risque de sécurité, vous devez contacter les services administratifs de votre département ou de votre région sans délai. Il s'agit généralement de la Direction départementale de la protection des populations (**DDPP**), de la Direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations (**DDCSPP**) ou encore de la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (**DIRECCTE**). Le service saisi déclenchera alors une enquête.

## La conformité

Dès leur première mise sur le marché, les produits et les services doivent répondre aux dispositions relatives à la **sécurité** et à la santé des personnes, à la **loyauté des transactions commerciales** et à la **protection des consommateurs**<sup>81</sup>. À ce titre, il existe plusieurs signes distinctifs auxquels le consommateur peut se référer, comme la certification ou encore le marquage « CE ».

## Qu'est-ce que la certification ?

La certification<sup>82</sup> est un processus qui permet de démontrer qu'un bien, service ou système répond aux exigences d'une norme, d'un référentiel donné. Elle implique la remise d'un certificat par un organisme certificateur tiers indépendant. Si la démarche n'est pas obligatoire, elle peut apparaître comme un gage de confiance pour les consommateurs, car elle donne le plus souvent une meilleure visibilité aux bonnes pratiques.

Les organismes certificateurs sont accrédités par le Comité français d'accréditation (Cofrac) ou par l'instance nationale d'accréditation d'un autre État membre de l'Union européenne.

---

81. [Article L411-1](#) du Code de la consommation.

82. [Article L433-3](#) du Code de la consommation.

## Qu'est-ce qu'un marquage « CE » ?

Le marquage « CE » matérialise la conformité de certains produits circulant sur le marché européen à la législation européenne et aux exigences communautaires auxquelles ils sont soumis. Ce marquage obligatoire doit être **apposé sur le bien lui-même**, à défaut sur son **emballage** ou **sa notice**.



Destiné aux contrôleurs de la surveillance du marché, ce marquage traduit un véritable engagement du fabricant puisque, pour en bénéficier, il doit réaliser des contrôles et des essais assurant la conformité du bien aux différentes exigences.

## Qu'est-ce qu'une norme ?

Une norme définit des critères à respecter permettant de démontrer qu'un bien ou un service répond à des exigences en termes de qualité. Ces référentiels sont élaborés et validés par des organismes de normalisation officiels comme l'Afnor (au niveau national) ou l'ISO (au niveau international)<sup>83</sup>.

Les normes payantes pour les professionnels sont, généralement, d'application volontaire. Mais elles peuvent être rendues obligatoires par les pouvoirs publics, lorsque la référence à la norme est faite dans un texte réglementaire comme moyen unique de satisfaire aux exigences du texte.

## Qu'est-ce qu'un label ?

C'est un signe, souvent matérialisé par un logo, destiné à garantir l'origine, la qualité, le mode de fabrication ou de production d'un produit. Il existe différents types de labels :

- les labels publics ou privés ;
- les labels certifiés ou non.

Certains de ces labels ont la particularité d'être garantis par l'État. Ces signes officiels ont été créés conjointement avec les pouvoirs publics et sont encadrés par l'Institut national de l'origine et de la qualité, et font l'objet de contrôles réguliers. On les retrouve notamment dans le secteur alimentaire<sup>84</sup>.

---

83. Exemples : Norme NF, ISO... (9001, etc.).

84. Exemples : Appellation d'origine contrôlée (AOC), Appellations d'origine protégée (AOP), Indication géographique protégée (IGP).

Le professionnel ne peut pas se prévaloir d'une marque de confiance s'il ne répond pas aux exigences auxquelles celle-ci fait référence (exemple : label reconnu par l'État).

## Qu'est-ce que la contrefaçon ?

La contrefaçon est un **délit** portant atteinte au droit de propriété intellectuelle dont bénéficie l'auteur d'une œuvre, d'un brevet d'invention, des dessins et modèles ou d'une marque déposée. Ce droit de propriété intellectuelle protège son titulaire en interdisant toute reproduction non autorisée de la chose ou de la technique protégée, quelle que soit la qualité de cette reproduction.

Il faut bien distinguer les deux notions suivantes :

- le produit d'origine (le produit copié) qui fait l'objet d'une contrefaçon est un « **produit contrefait** » ;
- son imitation (la copie) est quant à elle appelée « **produit contrefaisant** ».

# ANNEXE VI

## Le démarchage/la prospection

Il existe différentes formes de démarchage et de prospection.

### Le démarchage à domicile

Le démarchage à domicile consiste pour un professionnel à contacter un consommateur à domicile afin de conclure un contrat portant sur la vente d'un bien ou la fourniture d'un service. Il est soumis aux mêmes règles que les ventes hors établissement<sup>85</sup>.

### Le démarchage téléphonique<sup>86</sup>

À la suite d'un démarchage par téléphone, le consommateur n'est engagé qu'après avoir accepté l'offre du professionnel par écrit ou par voie électronique.

### La prospection commerciale par SMS/MMS

Il s'agit de la prospection directe au moyen d'un SMS/MMS reçue sur le téléphone mobile du consommateur. Ce type de prospection nécessite le plus souvent votre consentement préalable (hors promotion de produits ou services analogues) et vous bénéficiez en toute circonstance d'un droit à vous y opposer pour l'avenir<sup>87</sup>. Elle doit pouvoir être identifiée comme telle par le consommateur<sup>88</sup>.

### La prospection commerciale par courrier électronique

C'est de la prospection directe au moyen d'un courrier électronique. Elle nécessite le plus souvent le consentement préalable du consommateur ainsi que la possibilité pour lui de s'y opposer à l'avenir<sup>89</sup> (hors produits analogues). Elle doit pouvoir être identifiée comme telle par le consommateur<sup>90</sup>.

---

85. Articles L221-1 à L221-10 et L221-18 à L221-29 du Code de la consommation.

86. [Articles L221-16](#), [L221-17](#) et [L223-1 à L223-4](#) du Code de la consommation.

87. Article L34-5 du Code des postes et des communications électroniques, cité par l'article L223-7 du Code de la consommation.

88. Article L122-8 du Code de la consommation.

89. Article L34-5 du Code des postes et des communications électroniques, cité par l'article L223-7 du Code de la consommation.

90. Article L122-8 du Code de la consommation.

## La prospection commerciale par courrier

C'est de la prospection par voie postale. Il existe une liste de personnes physiques, dite « liste Robinson », qui souhaitent recevoir moins de publicité par courrier. Cette liste est gérée par le Service National de l'Adresse de la Poste (SNA). Les consommateurs peuvent s'inscrire sur cette liste sans frais <sup>91</sup>.

---

91. Pour plus d'informations : [www.ufmd.org/Presentation-de-la-liste-Robinson\\_a32.html](http://www.ufmd.org/Presentation-de-la-liste-Robinson_a32.html).

# ANNEXE VII

## Le paiement

Lorsque vous achetez un bien ou un service auprès d'un professionnel, **plusieurs moyens de paiement** s'offrent à vous : espèces, chèque, carte de paiement ou de crédit, virement ou autre titre de paiement (ex : ticket restaurant), etc.

### Le paiement en espèces

Payer par pièces et billets en euro vous libère immédiatement de votre dette. Lorsque le billet ou la pièce sont manifestement faux, le commerçant est tenu de prévenir immédiatement la police. En cas de simple doute quant à l'authenticité du billet ou de la pièce, il pourra relever votre identité pour le cas où, par la suite, la pièce ou le billet s'avérerait effectivement faux.

### Le paiement par chèque

En cas de paiement par chèque, le professionnel peut exiger la présentation d'une ou deux pièces d'identité. On entend par pièce d'identité un document officiel portant une photographie (carte nationale d'identité, passeport, éventuellement permis de conduire). Sachez que la non-réclamation d'une pièce d'identité pourrait constituer une faute de la part du professionnel si le chèque émis se révélait être un chèque volé ou un chèque sans provision.

Vous devez être vigilant quant à sa date d'encaissement. Un chèque est **valable 1 an et 8 jours**, le professionnel peut donc l'encaisser n'importe quand pendant ce délai. Quand le chèque se présente au paiement à votre banque, vous devez avoir la provision nécessaire en compte pour permettre son paiement. À défaut, le chèque peut être rejeté pour défaut de provision et vous risquez d'être interdit bancaire (vous devrez alors restituer votre chéquier à la banque).

### Le paiement par carte (CB)

Lorsque vous payez par carte auprès d'un professionnel, il vous est conseillé de conserver le ticket de CB qui doit vous être remis jusqu'à réception de votre relevé de compte. Un ticket de caisse doit également vous être remis.

Le paiement CB sans contact permet de payer rapidement dans les magasins, sans taper son code confidentiel, des sommes inférieures ou égales à 30 euros (au-delà vous devrez insérer votre carte et taper votre code). Il suffit d'approcher votre carte bancaire du terminal du commerçant si celui-ci est compatible (le logo sans contact y figure).

Les informations comme le code confidentiel, le cryptogramme visuel (les 3 chiffres au verso de la carte), votre nom et votre prénom ne sont pas transmis lors d'une transaction sans contact. La capture frauduleuse de données est impossible du fait de la très grande proximité nécessaire entre la carte et le terminal (moins de 3-4 centimètres).

De plus, au-delà d'un certain montant cumulé de paiements sans contact consécutifs (variable selon les banques, mais généralement compris entre 50 et 100 euros), le terminal vous demandera d'introduire votre carte et de saisir votre code confidentiel.

En **cas de fraude ou de perte**, vous bénéficiez de la même protection que pour les cartes bancaires sans la fonctionnalité « sans contact ». Néanmoins, la franchise de 50 euros ne s'applique pas pour les transactions sans contact et sans code confidentiel.

Lors d'un paiement à distance, le professionnel peut vous demander un code additionnel aux données de votre carte bancaire afin de finaliser le paiement<sup>92</sup> (le plus répandu est le « 3D secure »). Ce code additionnel peut par exemple vous être envoyé par SMS.

Pour le paiement à distance, certains professionnels utilisent le portefeuille électronique ou « Wallet » comme moyen de paiement. Il s'agit de confier à un « tiers de confiance » vos données personnelles et de paiement, qui sont stockées en vue de réaliser des opérations de paiement. Vous n'avez plus à saisir ni le cryptogramme visuel ni le code additionnel. Les données de votre carte ne sont pas communiquées au site marchand.

## La délivrance d'une facture

L'obligation de vous délivrer une facture est différente suivant l'objet de la vente :

- pour la vente de biens, la délivrance d'une facture est obligatoire si le client le demande ;
- la délivrance d'une facture est obligatoire en cas de vente à distance intracommunautaire<sup>93</sup> ;
- pour les prestations de services, la délivrance d'une facture est obligatoire lorsque le montant TTC dépasse 25 euros ou si le client le demande.

92. La réglementation européenne va généraliser l'authentification forte d'ici fin 2019 : directive services de paiement 2.

93. Voir fiche service public dans « obligation de facture » : [www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23208](http://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23208).

## ANNEXE VIII

# Les données personnelles

### Qu'est-ce qu'une donnée à caractère personnel<sup>94</sup> ?

Il s'agit de toute donnée permettant de vous identifier ou qui vous rend identifiable, directement ou indirectement (ex : nom, prénom, adresse, numéro de Sécurité sociale, référence client, numéro de téléphone, adresse IP, etc.).

### Qu'est-ce qu'un traitement de données à caractère personnel ?

C'est une opération portant sur vos données personnelles. Ces traitements ont des formes multiples : fichiers clients, *mailing lists*, vidéosurveillance, contrôle d'accès, biométrie, géolocalisation, etc.

### Quelles conditions doivent respecter les professionnels pour la collecte de données personnelles ?

Vos données personnelles ne peuvent être collectées que pour des objectifs déterminés, encore appelés finalités. La finalité d'un traitement doit être claire et compréhensible. Elle permet de définir la durée de conservation du traitement et limite la manière dont vos données peuvent être utilisées. En effet, pour utiliser vos données à d'autres fins, le professionnel sera tenu de revenir vers vous.

Préalablement à la mise en œuvre d'un traitement, vous devez être informé notamment :

- de l'identité du responsable du traitement ou de son représentant ;
- des finalités du traitement ;
- des données collectées ;
- des coordonnées du délégué à la protection des données lorsqu'il en existe un, désigné par le responsable du traitement ;
- des destinataires ou catégories de destinataires des données ;
- de la durée de conservation des données ou des critères utilisés pour déterminer cette durée ;
- de vos droits.

---

94. Pour une meilleure compréhension, le générique « données personnelles » sera utilisé dans le texte au lieu de « données à caractère personnel ».

Pour mettre en place un traitement de données personnelles, le responsable du traitement doit s'assurer qu'il repose sur **une des six bases juridiques suivantes** :

- votre **consentement**<sup>95</sup> (ex : prospection commerciale par voie électronique vers de nouveaux clients, transmission des données à des tiers à des fins de prospection commerciale par voie électronique) ;
- **l'exécution d'un contrat** auquel vous êtes partie (ex : gestion des fichiers clients, facturation) ;
- le respect d'une **obligation légale ou réglementaire** (ex : conservation des factures) ;
- la sauvegarde des **intérêts vitaux** des personnes (ex : gestion des urgences) ;
- l'exécution d'une **mission de service public** (ex : gestion des risques naturels) ;
- **l'intérêt légitime** du responsable du traitement (ex : détection des fraudes).

Votre consentement est notamment requis en cas :

- de collecte de **données sensibles** (ex : santé, opinions politiques ou religieuses...) ;
- d'utilisation de **cookies** pour certaines finalités ;
- d'utilisation des données à des fins de **prospection commerciale vers de nouveaux clients** par voie électronique.

Vos données ne peuvent être réutilisées à d'autres fins qu'avec votre consentement ou sur une nouvelle base juridique.

## Quand et comment mon consentement peut-il être recueilli ?

Lorsque le traitement des données repose sur votre consentement, le professionnel doit le recueillir préalablement à la collecte de vos données. Le Règlement européen<sup>96</sup> apporte des précisions sur la forme que doit prendre votre consentement qui doit être :

- **libre** ;
- **spécifique**, c'est-à-dire, pour un traitement en particulier, il ne vaut que pour la finalité présentée (si les données sont réutilisées à d'autres fins que celles initialement prévues, votre consentement est à nouveau requis) ;

---

95. Selon le RGPD, le consentement est défini comme « Toute manifestation de volonté, libre, spécifique, informée et explicite par laquelle la personne concernée accepte, par une déclaration ou un acte positif univoque, que des données personnelles la concernant fassent l'objet d'un traitement. »

96. **Règlement européen du 27 avril 2016** sur la protection des données personnelles ; entrée en application le 25 mai 2018.

- **éclairé**, c'est-à-dire informé ;
- **non-équivoque**.

En pratique, votre consentement pourra indifféremment prendre la forme d'un écrit ou de tout autre acte positif. À titre d'illustration, le fait de cocher des cases, de poursuivre votre navigation ou encore de paramétrer les options d'un site constitue une action positive claire. En revanche, le silence, l'inactivité et l'inaction (comme les cases pré-cochées) ne peuvent pas valoir consentement.

## Focus : Qu'est-ce qu'un cookie ?

Les cookies sont des petits fichiers qui sont déposés sur votre navigateur lorsque vous consultez un site Internet, ouvrez un courrier électronique ou installez un logiciel. Ils requièrent le plus souvent votre consentement préalable et se déposent ensuite sur les ordinateurs, Smartphones, tablettes, consoles de jeux connectées à Internet ou encore liseuses numériques.

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) recommande un délai de validité du consentement au cookie de 13 mois maximum, à l'issue duquel le consentement devra être renouvelé. Le seul fait de retourner sur le site en question ne vaut pas renouvellement de votre consentement<sup>97</sup>.

---

### >> Bon à savoir :

La CNIL est une autorité administrative indépendante chargée de veiller à la protection des utilisateurs en matière de données personnelles. Elle aide les particuliers à préserver leurs libertés individuelles et à maîtriser leurs données, tout en accompagnant les professionnels dans l'innovation. En tant que régulateur, elle dispose d'un pouvoir de sanction en cas de non-respect des exigences par les organismes qui traitent des données personnelles.

---

97. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site de la CNIL : [www.cnil.fr/fr/cookies-traceurs-que-dit-la-loi](http://www.cnil.fr/fr/cookies-traceurs-que-dit-la-loi).

## Chartes et codes de bonne conduite en matière de données personnelles : qu'est-ce que cela signifie ?

Dans un objectif de confiance et de satisfaction du consommateur, certains professionnels développent des chartes ou des codes de bonne conduite. Ils comprennent des engagements pris librement par le professionnel pour répondre aux attentes des consommateurs et formalisent ainsi une promesse de fiabilité et de qualité.

Ces chartes ou codes de bonne conduite n'ont *a priori* pas de valeur contraignante sauf lorsqu'il y est fait référence dans les CGV ou les CGU de l'entreprise et que leur non-respect peut entraîner la résiliation de la relation contractuelle entre le professionnel et le consommateur.

Exemples de mesures organisationnelles mises en place par les professionnels pour protéger vos données personnelles :

- les données collectées sont accessibles par un nombre limité et identifié de personnes au sein de l'entreprise, dont l'activité est tracée (identifiant et code d'accès) ;
- une personne chargée de la protection des données ou un DPO<sup>98</sup> est désigné pour contrôler le respect de la réglementation ;
- les fichiers dans lesquels vos données sont regroupées ne sont utilisés que pour la ou les finalités déterminées, pour lesquelles vous avez été informé en amont, et auxquelles vous avez consenti ;
- les données traitées peuvent faire l'objet d'un chiffrement, être anonymisées ou regroupées sous un pseudonyme pour assurer leur sécurité ;
- elles ne peuvent être conservées au-delà d'une certaine durée (variable en fonction du type de donnée) et sont supprimées à l'issue de ce délai ;
- les données de santé doivent être hébergées auprès d'un hébergeur agréé, etc.

Complément sur les droits des consommateurs en matière de données personnelles (cf. fiche 14) :

- **le droit d'accès** : il s'exerce directement auprès de l'organisme détenteur des informations. En pratique, le responsable de traitement peut fournir les informations par tout moyen (courrier, e-mail, etc.) ou vous permettre une consultation sur place. Dans tous les cas, il vous faudra prouver votre identité. Les éléments d'information communiqués devront être aisément compréhensibles ;

98. DPO : « Data Protection Officer » ou délégué à la protection des données. Le DPO est obligatoire dans certains cas [www.cnil.fr/fr/devenir-delegue-la-protection-des-donnees](http://www.cnil.fr/fr/devenir-delegue-la-protection-des-donnees). Lorsque sa désignation n'est pas obligatoire, il est néanmoins fortement recommandé d'avoir une personne référente, au sein de l'organisme, en charge de la protection des données.

- **le droit de rectification** : dans l'éventualité où vos données auraient été transmises à des tiers (ex : prestataire), le responsable de traitement doit aviser le tiers, destinataire des informations, de la modification des données afin que ce dernier procède sans délai à la rectification ;
- **le droit de suppression** : attention, le professionnel peut avoir besoin de conserver certaines données (identité, adresse postale, etc.) nécessaires à l'exécution du contrat. Ces dernières ne pourront alors pas être supprimées. En outre, lorsque les données ont été rendues publiques, le responsable du traitement devra prendre les mesures « raisonnables » (compte tenu des technologies disponibles et des coûts de mise en œuvre) pour informer les autres responsables auxquels vos données ont été communiquées, que vous avez demandé leur effacement ;
- **le droit d'opposition** : en matière de prospection, notamment commerciale, vous pouvez vous opposer à ce que vos données personnelles soient réutilisées, transmises ou conservées à des fins de sollicitations commerciales lorsque vous passez commande ou signez un contrat, par exemple. Le droit d'opposition n'existe pas pour de nombreux fichiers du secteur public (ex : services fiscaux, Sécurité sociale).
- **le droit à la limitation du traitement** : il peut être obtenu dans l'un des cas suivants :
  - vous pouvez contester l'exactitude des données traitées,
  - le traitement est illicite et vous vous opposez à leur effacement et exigez à la place la limitation de leur utilisation,
  - le responsable du traitement n'a plus besoin des données personnelles pour l'objectif poursuivi par le traitement, mais celles-ci lui sont encore nécessaires pour la constatation, l'exercice ou la défense de droits en justice (exemple : réclamation d'un client résilié),
  - vous vous êtes opposé au traitement basé sur l'intérêt légitime du responsable ;
- **le droit à la portabilité des données** : la portabilité se fonde sur le même principe que la portabilité des numéros de téléphone.

## ANNEXE IX

# L'annulation, la rétractation, la renonciation

### Qu'est-ce que l'annulation ?

L'annulation est la possibilité de faire comme si le contrat n'avait jamais existé. Généralement, l'annulation est prononcée par les juges.

### Qu'est-ce que la rétractation ?

Quand l'achat se fait à distance ou en cas de démarchage (téléphonique, etc.), vous bénéficiez d'un droit de rétractation<sup>99</sup>, même si le bien est soldé ou déstocké. Il s'agit d'un droit de changer d'avis.

---

### >> ATTENTION

Ce droit de changer d'avis ne saurait entraîner une utilisation prolongée et abusive du bien. Aussi, pour établir la nature, les caractéristiques et le bon fonctionnement des produits, il faut uniquement les manipuler et les inspecter d'une manière qui serait également permise en magasin. Par conséquent, il est nécessaire de manipuler et d'inspecter les biens avec toute la précaution nécessaire au cours de la période de rétractation.

---

Le professionnel peut mettre à votre disposition, sur son site Internet, le formulaire type de rétractation ou toute déclaration que vous pourrez remplir et transmettre en ligne. Pour ce dernier, il sera alors obligé de vous adresser un accusé de réception après validation du formulaire en ligne de rétractation<sup>100</sup>.

Le délai de rétractation est de 14 jours à compter du lendemain de la réception du bien ou de la signature du contrat en cas de prestation de services. Si ce délai expire un samedi, un dimanche ou un jour férié ou chômé, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant<sup>101</sup>.

---

99. [Article L221-18](#) du Code de la consommation.

100. [Article L221-21](#) du Code de la consommation.

101. [Article L221-19](#) du Code de la consommation.

Le délai de rétractation n'est pas un délai de réflexion<sup>102</sup>. Pour la rétractation, la commande est définitivement passée.

---

## >> ATTENTION

Il n'y a pas de droit de rétractation, notamment, dans les cas suivants :

- pour les achats réalisés lors de **foires et salons**, car les foires et salons sont assimilés à des établissements commerciaux. Toutefois, le vendeur est tenu de vous le rappeler préalablement à l'achat, notamment par un panneau d'affichage obligatoire ;
- pour **les CD, DVD, logiciels ou les produits d'hygiène ou de santé** qui ont été **descellés** (film plastique protecteur ôté)<sup>103</sup>. Il en est de même pour les contenus numériques non fournis sur un support durable dans le cas où vous n'avez pas donné votre accord exprès pour commencer son téléchargement et que vous avez expressément renoncé à exercer votre droit de rétractation ;
- pour les **voyages achetés à distance**, les **biens achetés à des particuliers**, les biens **périssables** ou nettement personnalisés. Vous devez en être informé avant de passer commande.

---

## Qu'est-ce que la renonciation ?

Dans le domaine de l'assurance, on ne parle en général pas de droit de rétractation, mais de droit de renonciation.

Vous en bénéficiez si vous êtes un consommateur particulier et que vous avez effectué la souscription de votre contrat d'assurance à distance, ou dans le cadre d'un démarchage. Vous disposez alors d'un délai de 14 jours calendaires révolus pour renoncer à votre contrat, sans avoir à justifier de motif ou à supporter de pénalité<sup>104</sup>.

Lorsque vous souscrivez en magasin ou en agence un contrat d'assurance vendu en complément d'un bien ou d'un service (assurances dites « affinitaires »), vous disposez également d'un délai de renonciation de 14 jours qui vous permet d'éviter une situation de doublon d'assurances. Ce délai vous permet ainsi, sans frais ni pénalité, de renoncer à votre contrat si vous justifiez que vous êtes déjà couvert par un contrat d'assurance pour la ou les mêmes garanties<sup>105</sup>.

---

102. Pour le délai de réflexion, il s'agit, pour certains contrats, de vous laisser le temps de réfléchir si vous acceptez ou non l'offre proposée. Exemples : crédit immobilier ou en matière de démarchage téléphonique où le consommateur peut avoir un délai de réflexion puis un délai de rétractation une fois qu'il a dûment signé et renvoyé le contrat.

103. [Article L221-28](#) du Code de la consommation.

104. [Article L112-9](#) du Code des assurances.

105. [Article L112-10](#) du Code des assurances.

Le délai de renonciation est de 30 jours calendaires révolus pour les contrats d'assurance vie. Ce délai peut être prorogé en cas de non remise des documents d'information précontractuels et contractuels<sup>106</sup>.

Le délai de renonciation commence à courir :

- soit à compter du jour où le contrat à distance est conclu ;
- soit à compter du jour où vous recevez les informations précontractuelles et contractuelles (si cette date est postérieure à la première).

---

## >> ATTENTION

Il n'y a pas de droit de renonciation dans les cas suivants :

- contrats d'assurance voyage ou de bagage ;
  - contrats dont la durée est inférieure à 1 mois ;
  - assurance responsabilité civile automobile obligatoire ;
  - si vous avez fait jouer le contrat pour indemniser un sinistre, avant d'exercer votre droit de renonciation. En effet, le droit de renonciation dont vous bénéficiez ne remet pas en cause la prise d'effet immédiate de la garantie. Mais dans la mesure où l'assureur est appelé à vous indemniser, il ne vous sera plus possible d'exercer ensuite votre droit à renonciation.
- 

106. Article L132-5 du Code des Assurances.

# ANNEXE X

## Le service clients

Le service clients est un élément essentiel de la relation entre un professionnel et son client consommateur **avant, pendant et après un achat**. Il permet de répondre aux spécificités de ses demandes, de l'accompagner dans son achat et de répondre à ses éventuelles questions et insatisfactions après l'achat.

C'est plus largement un outil de **fidélisation** qui répond aux attentes de personnalisation des consommateurs.

**L'image de marque** passe aussi par le service clients ; le consommateur jugeant une prestation dans sa globalité. Les professionnels y attachent donc un intérêt tout particulier.

Traditionnellement, les services clients sont accessibles par téléphone et/ou par voie postale (les coordonnées téléphonique et postale font d'ailleurs partie des informations contractuelles).

Toutefois, avec l'avènement d'Internet, les attentes et les comportements des consommateurs ont évolué. Pour répondre à cette tendance sociétale, les professionnels ont développé une relation dématérialisée vous permettant ainsi de les joindre à tout moment, par Internet ou téléphone mobile ou par un outil de chat ou encore par tout autre dispositif d'échanges instantanés. Il vous est ainsi possible d'avoir des conversations en ligne avec du personnel technique, d'avoir accès à des bases de données de suivi de préférences individuelles des clients, etc., le tout afin de vous renseigner au mieux tout au long de votre parcours d'achat.

Les numéros des services clients peuvent notamment avoir les formats suivants :

- numéros fixes à dix chiffres (géographique ou non) commençant par 01, 02, 03, 04, 05 ou 09 ;
- numéros mobiles à dix chiffres commençant par 06 ou 07 ;
- numéros à dix chiffres commençant par 080 ;
- numéros à quatre chiffres commençant par 30 ou 31.

# ANNEXE XI

## La médiation de la consommation

En tant que consommateur, vous pouvez recourir **gratuitement** à un médiateur de la consommation si vous n'avez pas réussi à régler votre litige directement avec le professionnel concerné. À tous les stades du processus de médiation, vous pouvez vous faire représenter par un avocat ou assister par la personne de votre choix. Attention, ces frais de représentation et d'assistance sont à votre charge.

Le médiateur de la consommation est un tiers indépendant. Il ne représente ni le professionnel ni le consommateur. Il agit de manière **impartiale et indépendante** tout au long du processus de la médiation.

Le processus de médiation est **confidentiel**. Les documents que vous transmettez ou les déclarations que vous pourriez être amenées à faire ne pourront donc pas être divulgués sauf accord de votre part.

Tout professionnel, quel que soit son secteur d'activité, sa taille et son chiffre d'affaires, doit vous communiquer les coordonnées du ou des médiateur(s) de la consommation dont il dépend<sup>107</sup>. Cette information doit notamment être visible et lisible sur son site Internet, sur les CGV, sur les bons de commande et en magasin. Ce processus est applicable pour les litiges nationaux et transfrontières.

### Comment se déroule une médiation de la consommation ?

#### La saisine

Vous pouvez saisir le médiateur par voie postale (courrier simple) ou sur son site Internet, en utilisant le formulaire en ligne qui est disponible ; des documents justificatifs pourront alors vous être demandés.

#### La recevabilité de la saisine

Une fois saisi, le médiateur de la consommation examinera la recevabilité de votre demande en tenant compte des **conditions de recevabilité cumulatives** suivantes :

- votre demande doit rentrer dans le **champ de compétence** du médiateur

---

107. [Article R616-1](#) du Code de la consommation.

de la consommation. Il est donc nécessaire de vous adresser au médiateur dont les coordonnées ont été communiquées par le professionnel. Si votre demande n'entre pas dans le champ de compétence du médiateur, il vous réorientera, si possible, vers le médiateur compétent ;

- vous devez avoir tenté, au préalable, de résoudre votre litige directement auprès du professionnel par une **réclamation écrite** ;
- votre demande ne doit pas être **manifestement infondée ou abusive** (ce qui serait par exemple le cas si votre demande est sans rapport avec votre achat ou si vos propos sont injurieux) ;
- votre litige **ne doit pas avoir été examiné** ou être en cours d'examen par un autre médiateur de la consommation ou par un tribunal ;
- votre demande doit être formulée dans un délai n'excédant **pas 1 an** à compter de votre dernière réclamation écrite auprès du professionnel.

Le médiateur de la consommation dispose d'un délai de **3 semaines maximum** après réception de votre demande complète pour vous informer de la recevabilité de votre saisine :

- si votre demande n'est pas jugée recevable, le médiateur vous en informera par écrit ;
- si votre demande est jugée recevable, il examinera votre dossier.

## L'examen du dossier

Une fois votre demande recevable, le médiateur de la consommation prévient le professionnel concerné de votre saisine. Ce dernier est libre d'accepter ou non « d'entrer en médiation ».

Le médiateur de la consommation dispose d'un **délai de 90 jours** pour proposer une solution aux parties. Au cours de ce délai, il examine tous les éléments du dossier qui lui a été soumis et peut être amené à vous demander des éléments complémentaires. En cas de litige complexe, et à condition de vous en informer, le médiateur peut prolonger ce délai.

La médiation de la consommation est un processus **amiable, libre et non contraignant** (contrairement aux procédures judiciaires). Le consommateur et le professionnel gardent leur liberté totale d'accepter ou non de recourir à ce mode de règlement du litige. Par conséquent, à tous les stades de la médiation, vous pouvez, ainsi que le professionnel, décider de vous retirer du processus.

## La solution proposée par le médiateur de la consommation

La solution rendue par le médiateur de la consommation repose sur des arguments juridiques et, sur son analyse de la situation. La solution proposée peut donc être différente de celle qui serait rendue par un juge pour un même litige.

La solution proposée par le médiateur n'est pas contraignante : vous êtes libre, tout comme le professionnel, de l'accepter ou de la refuser dans un délai d'acceptation préalablement fixé par le médiateur.

Si la solution rendue vous est défavorable, vous gardez la possibilité de porter les litiges devant les tribunaux, dans la limite du délai de prescription de votre action en justice.

L'avis étant confidentiel, vous ne pourrez pas vous en prévaloir dans le cadre d'une procédure judiciaire ultérieure, sans l'accord préalable et écrit du professionnel.

› Pour aller plus loin : [Guide pratique du MEDEF sur la médiation de la consommation](#).

# ANNEXE XII

## L'économie circulaire

Basée sur la prise de conscience des ressources limitées de la planète et du besoin de les économiser, l'économie circulaire se définit comme un système économique visant à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement à tous les stades du cycle de vie des produits. Par ailleurs, les **nouveaux modèles de production et de consommation** liés à l'économie circulaire peuvent être générateurs d'activités et de création d'emplois durables et non délocalisables.

Ainsi, les enjeux de l'économie circulaire sont à la fois environnementaux, économiques et sociaux.

La transition vers l'économie circulaire est un des enjeux du développement durable, et nécessite de progresser dans les domaines suivants<sup>108</sup> :

- l'**approvisionnement durable** : prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux des ressources utilisées, en particulier ceux associés à leur extraction et exploitation ;
- l'**éco-conception** : prendre en compte les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit et les intégrer dès sa conception ;
- l'**économie de la fonctionnalité** : privilégier l'usage à la possession, vendre un service plutôt qu'un bien ;
- la **consommation responsable**<sup>109</sup> : prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux à toutes les étapes du cycle de vie du produit dans les choix d'achat et d'utilisation des produits avec une maintenance et un entretien adaptés du produit ;
- l'**allongement de la durée d'usage** des produits par le recours à la réparation, à la vente ou à l'achat d'occasion, par le don, dans le cadre du réemploi et de la réutilisation ;
- l'**amélioration de la prévention, de la gestion et du recyclage des déchets**, y compris en réinjectant et réutilisant les matières issues des déchets dans le cycle économique ;
- l'**écologie industrielle et territoriale** qui est un mode d'organisation interentreprises par des échanges de flux ou une mutualisation des besoins.

108. Pour aller plus loin : [www.ecologique-solidaire.gouv.fr/leconomie-circulaire](http://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/leconomie-circulaire) et [www.ademe.fr/expertises/economie-circulaire](http://www.ademe.fr/expertises/economie-circulaire).

109. [www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politiques/consommation-et-production-responsables](http://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politiques/consommation-et-production-responsables)

Tous les acteurs sont concernés.

Depuis août 2015, d'importantes avancées en matière de production durable, de consommation durable et de gestion des déchets ont été réalisées<sup>110</sup>.

Tous les acteurs sont donc concernés.

Exemples : le recyclage des équipements électriques, électroniques et des véhicules hors d'usage :

Les Équipements électriques et électroniques - EEE (aspirateur, téléviseur, jouets pour enfants, panneaux photovoltaïques, ordinateurs, produits high-tech, etc.), mais aussi les câbles et connectiques utilisés avec ces appareils, les piles et les batteries sont recyclables.

Les sites Internet des éco-organismes tels que, par exemple, Eco-systèmes/Récylum (ESR)<sup>111</sup> ou Ecologic<sup>112</sup>, agréés par les pouvoirs publics<sup>113</sup> vous permettent de trouver facilement un point de collecte près de chez vous.

Les éco-organismes sont la voie officielle pour les produits usagés qui ne peuvent plus être réemployés.

Si vous achetez un EEE neuf, vous pouvez aussi vous adresser à votre vendeur : il a l'obligation légale de reprendre gratuitement votre ancien appareil lors de l'achat d'un appareil neuf équivalent. C'est **la reprise « 1 pour 1 »** : un appareil recyclé pour un appareil acheté.

Les magasins de grande surface vous reprennent également vos petits appareils gratuitement : c'est **la reprise « 1 pour 0 »**.

Dans le secteur automobile, les détenteurs de Véhicules hors d'usage (VHU), à savoir les particuliers, les garagistes ou encore les sociétés et mutuelles d'assurance, etc., sont tenus de remettre leurs véhicules destinés à la destruction uniquement à des centres VHU agréés. Ces derniers ont l'obligation de reprendre gratuitement les VHU auprès des détenteurs pourvu qu'ils soient complets (des éventuels frais de remorquage peuvent être appliqués)<sup>114</sup>.

---

110. Interdiction des sacs plastiques, pénalisation de l'obsolescence programmée, lutte contre le gaspillage alimentaire, réduction de la quantité de déchets, augmentation du recyclage, etc.

111. [www.eco-systemes.fr/](http://www.eco-systemes.fr/)

112. [www.ecologic-france.com/](http://www.ecologic-france.com/)

113. Liste disponible à l'adresse : [www.ecologique-solidaire.gouv.fr/dechets-dequipements-electriques-et-electroniques](http://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/dechets-dequipements-electriques-et-electroniques).

114. [Article R543-153](#) et suivants du Code de l'environnement.

# Glossaire

**L'ARPP** : c'est l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité. Elle veille au respect des règles déontologiques dans les publicités tous supports confondus (radio, télévision, Internet, affichage, etc.)<sup>115</sup>. Si vous estimez qu'une publicité ne respecte pas ces règles, vous pouvez saisir le jury de déontologie publicitaire<sup>116</sup>.

**Biens d'occasion** : un bien d'occasion est un produit qui a déjà été utilisé et qui est vendu en l'état. Ce n'est pas un produit considéré comme neuf. Les biens d'occasion sont définis par l'article L321-1 du Code de commerce comme suit : « *Sont considérés comme d'occasion les biens qui, à un stade quelconque de la production ou de la distribution, sont entrés en la possession d'une personne pour son usage propre, par l'effet de tout acte à titre onéreux ou à titre gratuit, ou ont subi des altérations qui ne permettent pas leur mise en vente comme neufs.* »

**Biens reconditionnés** : un bien reconditionné (ou « reconditionné à neuf ») est un produit qui a déjà été utilisé et qui entre dans un processus de remise en état, de contrôles et de tests méticuleux pour le remettre dans ses conditions de fonctionnement d'origine (deuxième vie). C'est un bien d'occasion remis à neuf.

**BODACC** : Bulletin officiel des annonces civiles et commerciales.

**Consommation collaborative** : désigne un modèle économique où l'usage prédomine sur la propriété : l'usage d'un bien, service, privilège, peut être augmenté par le partage, l'échange, le troc, la vente ou la location de celui-ci.

Source : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Consommation\\_collaborative](https://fr.wikipedia.org/wiki/Consommation_collaborative)

**Contrat hors établissement** : un contrat hors établissement s'entend de tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur « *dans un lieu qui n'est pas celui où le professionnel exerce son activité en permanence ou de manière habituelle (par exemple au domicile du consommateur, à son lieu de travail ou dans un espace accessible au public), [...]* » ou « *dans le lieu où le professionnel exerce son activité en permanence ou de manière habituelle ou au moyen d'une technique de communication à distance, immédiatement après que le consommateur a été sollicité personnellement et individuellement dans un lieu différent de celui où le professionnel exerce en permanence ou de manière habituelle son activité [...]* » ou encore « *pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but ou pour effet de promouvoir*

---

115. [www.arpp.org](http://www.arpp.org)

116. [www.jdp-pub.org/](http://www.jdp-pub.org/)

et de vendre des biens ou des services au consommateur ». **Articles L221-5 à L221-7** du Code de la consommation. Source :

[www.economie.gouv.fr/dgccrf/demarchage-a-domicile-ou-contrats-hors-etablissement](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/demarchage-a-domicile-ou-contrats-hors-etablissement)

**CGV** : Conditions générales de vente.

**CGU** : Conditions générales d'utilisation.

**Influenceur** : un influenceur est un individu qui, par son statut, sa position ou son exposition médiatique, peut influencer les comportements de consommation dans un univers donné. Ce pouvoir ou cette influence potentielle sur la consommation justifie le fait que les marques et organisations cherchent à toucher ou à collaborer plus ou moins directement avec les influenceurs dans le cadre d'actions et dispositifs marketing spécifiques.

Source : [www.definitions-marketing.com/definition/influenceur/](http://www.definitions-marketing.com/definition/influenceur/)

**Infogreffe.fr** : site Internet des greffes des tribunaux de commerce.

**Marketing multicanal** : le marketing multicanal est un ensemble d'actions marketing combinant plusieurs canaux de sollicitation et de réponses consommateurs.

Tout l'art du marketing multicanal consiste à choisir le canal le plus approprié pour une action (coût et efficacité), à dégager des synergies entre les canaux et à centraliser et historiser les données marketings collectées sur l'ensemble des canaux.

Le marketing multicanal n'est qu'une composante d'une démarche multicanale plus globale dont l'importance est surtout apparue avec l'apparition d'Internet, qui a constitué pour beaucoup d'acteurs un nouveau canal marketing/vente.

Source : [www.definitions-marketing.com](http://www.definitions-marketing.com)

**Marketing crosscanal** : le crosscanal est une technique de marketing utilisée dans le commerce donnant aux clients de nouveaux comportements d'achats. Lors de leur processus de décision pour l'achat d'un bien ou d'un service, les clients opèrent un changement de canal (moyen d'information) alors même qu'ils étaient tenus auparavant de réaliser l'ensemble des étapes de ce processus (identification du besoin, recherche des informations, évaluation des alternatives de choix, choix, évaluation post-achat) auprès du seul canal disponible, le magasin.

Source : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Cross\\_canal](https://fr.wikipedia.org/wiki/Cross_canal)

**Procédures collectives** : il peut s'agir d'une procédure de sauvegarde décidée à l'initiative du professionnel qui n'est pas encore en cessation de paiement, d'un redressement judiciaire ou d'une liquidation judiciaire, sur décision du juge, lorsque le professionnel est en état de cessation des paiements. Une procédure collective fait l'objet d'une publicité, notamment sur des sites spécialisés comme [Infogreffe](#) ou [Societe.com](#).

**Relation BtoB** : relation contractuelle entre professionnels.

**Relation BtoC** : relation contractuelle entre un professionnel et un consommateur.

**Relation CtoC** : relation contractuelle entre consommateurs.

**Consommation collaborative** : la consommation collaborative désigne le phénomène par lequel les consommateurs partagent sous une forme gratuite ou payante l'usage de biens ou services.

**Résolution du contrat** : la résolution consiste dans l'anéantissement des effets obligatoires d'un engagement en raison principalement de l'inexécution fautive par l'une des parties, des obligations mises à sa charge par la loi ou par le contrat. La résolution a un effet rétroactif. Il en découle que les parties sont remises dans l'état où elles se trouvaient à la date de la conclusion du contrat. De ce fait, elles doivent se restituer les prestations que chacune d'elles a reçues de l'autre.

# Sites Internet de référence

Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation - CECMC

[www.economie.gouv.fr/mediation-conso](http://www.economie.gouv.fr/mediation-conso)

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes - DGCCRF

[www.economie.gouv.fr/dgccrf](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf)

Commission nationale informatique et libertés - CNIL

[www.cnil.fr/professionnel](http://www.cnil.fr/professionnel)

Le service public de la diffusion du droit

[www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)

Le portail national de l'éducation économique budgétaire et financière de la banque de France

[www.mesquestionsdargent.fr](http://www.mesquestionsdargent.fr)

Le site « les clés de la banque »

<https://lesclesdelabanque.com>

Institut national de la consommation - INC

[www.inc-conso.fr](http://www.inc-conso.fr)

Guide pratique MEDEF sur la médiation de la consommation

[www.medef.com/fr/content/guide-pratique-la-mediation-de-la-consommation](http://www.medef.com/fr/content/guide-pratique-la-mediation-de-la-consommation)

# Remerciements

Le MEDEF remercie les membres du comité de rédaction qui ont activement contribué à son élaboration, ainsi que les relecteurs dans leurs domaines de compétence :

**Laure Baëté**, responsable juridique, FEVAD

**Christine Barattelli**, directrice de mission, direction droit de l'entreprise, MEDEF

**Anne de Beaumont**, chef du service des affaires juridiques, européennes et fiscales, CNPA

**Béatrice Durand**, responsable du programme « les clés de la banque », FBF

**Clémentine Furigo**, juriste, direction droit de l'entreprise, MEDEF

**Laurence Le Sassier**, responsable Régulation, direction des relations externes, consommateurs et solidarité, EDF

**Julie Macaire**, chef de service affaires juridiques, FIEEC

**Yasaman Montesinos**, chargée de mission affaires juridiques, FIEEC

**Agnès Parent**, responsable juridique franchise et commerce, FFF

**Pierre Perroy**, responsable juridique et fiscal, FICIME

**Sarah Rachi**, chargée de mission environnement, direction développement durable, MEDEF

**Christine Rampin**, juriste chargée de mission, direction juridique, CCFA

**Athénaïs Rigault**, directrice relation et expérience clients, UDA

**Marine Toque**, juriste, CGI

**Géraldine Vial de La Villeguerin**, directeur adjoint, responsable relation consommateurs, FFA





**MEDEF**

**MEDEF**  
55, avenue Bosquet  
75007 Paris  
Tél. : 01.53.59.19.19

**[www.medef.com](http://www.medef.com)**