

A l'heure où les lecteurs découvriront le « Yearbook 2015 », le « nouveau » code de la consommation sera entré en vigueur depuis le 1er juillet 2016. La recodification de sa partie législative a en effet été opérée par l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016. Il a donc été décidé d'opérer une incursion dans l'année 2016, afin de présenter cette importante réforme des sources du droit de la consommation (I). S'agissant d'une recodification à droit constant, elle ne remet pas en cause les évolutions apportées au droit substantiel général de la consommation pour l'année 2015 (II).

I/ Les sources du droit de la consommation : l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016

Suggérée avant son 10ème anniversaire (Faut-il recodifier le droit de la consommation ?, D. Fenouillet & F. Labarthe (dir.), Economica, 2002) et ardemment souhaitée lors de son 20ème anniversaire (Les 20 ans du Code de la consommation », colloque DGCCRF, 27 mai 2013, <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/colloque-dgccrf-20-ans-code-consommation> ; Le Code de la consommation : 20 ans et après, Approche européenne & nationale, colloque INC, 15 mars 2013, <http://www.conso.net/content/colloque-les-20-ans-du-code-de-la-consommation> ; Les 20 ans du Code de la consommation – Nouveaux enjeux, C. Aubert de Vincelles & N. Sauphanor-Brouillaud (dir.), collection LEJEP, 2013), la refonte de l'ensemble du droit de la consommation n'a finalement pas eu lieu. C'est en effet à une recodification à droit constant que le législateur a procédé, conformément à l'habilitation qui lui avait été conférée par l'article 161 de la loi Hamon du 17 mars 2014, grande loi de consommation présentée dans la précédente livraison (<http://www.henricapitant-lawreview.fr/article.php?id=560>). Elle n'en est pas moins est salubre puisque comme l'indique le rapport remis au Président de la République, « l'architecture du code de la consommation était devenue inadaptée et peu accessible pour ses utilisateurs, du fait des nombreuses réformes intervenues dans le domaine du droit de la consommation et de l'important mouvement de transposition de normes communautaires depuis sa création » (Rapport au Président de la République relatif à l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation). En cela et, bien qu'à droit constant, la recodification constitue une étape importante dans la voie de l'accessibilité du droit de la consommation.

L'accessibilité de la matière est améliorée par le nouveau plan du Code de la consommation, passant de 5 à 8 livres agencés dans un nouvel ordre. L'actuel livre I (Information des consommateurs et formation des contrats) fait l'objet de deux modifications. Il est d'une part « expurgé » des dispositions sur les pouvoirs d'enquêtes, la valorisation des produits et services et la médiation qui, étant dépourvues de lien avec l'information, ont été recodifiées ailleurs. Il d'autre part scindé en deux. Le nouveau livre I, dédié à la phase de l'offre précontractuelle, est intitulé « information des consommateurs et pratiques commerciales » (L. I). Après le titre I sur l'information précontractuelle, le titre II, consacré aux pratiques commerciales, réorganise entièrement la présentation de celles-ci pour de se calquer enfin sur l'architecture de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 d'harmonisation maximale. Les pratiques trompeuses et les pratiques agressives, qui étaient auparavant éloignées matériellement, sont donc désormais regroupées au sein des pratiques déloyales. Le nouveau livre II intitulé « Formation et exécution des contrats » clarifie tant de façon formelle que conceptuelle le droit contractuel de la consommation. Une distinction est désormais opérée entre le droit général et le droit spécial, à l'image de la distinction du Code civil entre la théorie générale et le droit des contrats spéciaux. Les « conditions générales des contrats » (Titre I) rassemblent en effet les règles générales applicables à

tous les contrats de consommation, quel que soit le contexte dans lesquels ils ont été conclus. On y retrouve, selon une présentation qui suit le processus contractuel, l'interprétation contra proferentem (Chap. I), les clauses abusives (Chap. II), la « remise des contrats » (Chap. III), les arrhes et acomptes (Chap. IV), la « reconduction des contrats de prestations de service » (chap. V), la « livraison et le transfert des risques » (chap. VI) et la prescription (Chap. VIII). Entre ces deux derniers chapitres s'intercale un nouveau chapitre dédié à « l'obligation de conformité au contrat » (Chap. V). Ce déplacement de règles qui étaient auparavant rattachées à la conformité des produits est une excellente innovation puisque les dispositions sur la garantie de conformité font effectivement partie du droit général de la consommation commun à tous les contrats de vente de biens (N. Sauphanor-Brouillaud, E. Poillot, C. Aubert de Vincelles, G. Brunaux, Les contrats de consommation – règles communes, Traité de droit civil, J. Ghestin (dir.), LGDJ, 2013, n° 60) Les règles de formation et d'exécution de certains contrats (Titre II) accueillent désormais l'ensemble des contrats qui étaient jusqu'alors maladroitement agencés au sein des pratiques commerciales. On y trouve les contrats conclus selon un contexte particulier, c'est-à-dire les contrats conclus à distance et hors établissement (Chap. I), les contrats à distance portant sur des services financiers (Chap. II) ainsi que l'opposition au démarchage téléphonique (Chap. III). Les « règles spécifiques à des contrats ayant un objet particulier », tels que les contrats de services de communications électroniques ou les contrats d'utilisation de biens à temps partagé, ont été regroupées dans un chapitre IV. La lisibilité du droit contractuel spécial de la consommation s'est également accrue du fait de la codification dans ce chapitre des dispositions sur les contrats de courtage matrimonial et l'enseignement à distance qui évoluaient jusqu'à présent en dehors du code. Le crédit fait désormais l'objet d'un livre III, qui lui est propre, détaché du surendettement et centré sur les dispositions relatives aux opérations de crédit, à l'activité d'intermédiaire de crédit et au cautionnement. Le livre IV consacré à la « Conformité et sécurité des produits et services » est modifié du fait du déplacement des règles sur la garantie de conformité et de la création de deux nouvelles subdivisions internes. Après la conformité (Titre I) et la sécurité (Titre II), vient se greffer la valorisation des produits et services (Titre III) et les « fraudes » qui forment, avec le délit d'obsolescence programmée, un titre autonome (Titre IV). La création du livre V (Pouvoirs d'enquêtes et suites données aux contrôles) a permis de parachever l'harmonisation et l'unification des habilitations et des pouvoirs d'enquête de la DGCRRF, initiée par la loi Hamon du 17 mars 2014. Le nouveau livre VI est consacré au règlement des litiges de consommation. Il s'ouvre sur la « médiation » (Titre I) dont le contenu résulte de l'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 (V. infra, n° 11) et se poursuit sur les actions en justice des associations de consommateurs (T. II) dont la présentation reste inchangée. Le titre III dédié à « la compétence du juge » est vide car le relevé d'office du juge et l'option de compétence du consommateur figurent dans la partie réglementaire. Le traitement du surendettement fait l'objet d'un livre spécifique (livre VII). Enfin, les anciens livres IV et V ont été regroupés dans un livre VIII consacrés aux Associations de consommateurs et aux Institutions, les textes sur les actions en justice des associations étant déplacés dans le livre VI relatif au Règlement des litiges. Les sanctions pénales, civiles et administratives, aujourd'hui dispersées dans l'ensemble du code, sont regroupées dans un titre ad hoc situé à la fin de chaque livre, pour une meilleure lisibilité.

La volonté de clarifier le champ d'application de la matière ressort de l'ajout, aux côtés de la définition du consommateur, de celle des autres destinataires du code. Le professionnel s'entend « 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 législateur a ainsi utilement ajouté à la définition du droit européen l'activité agricole, ajout opéré en miroir dans la définition du consommateur. Le législateur a par ailleurs souhaité combler une lacune en précisant la notion de « non- professionnel », destinataire, inconnu du droit européen, de certaines dispositions

protectrices. Cependant, la définition retenue - « toute personne morale qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole »- postule que le sujet visé exerce une activité professionnelle. Elle n'est donc malheureusement pas le reflet de l'intention du codificateur qui était certainement de restreindre l'application de la catégorie aux personnes morales agissant à des fins non professionnelles ou dépourvues d'activité lucrative, telles que les syndicats de copropriétaires (V. Infra, n° 6) et les associations caritatives.

II/ Le droit substantiel général de la consommation : 1er janv. 2015 - 31 déc. 2015

L'année 2014 avait été marquée par la grande loi Hamon relative à la consommation (v. supra, n° 2). Certaines de ses innovations ont été complétées ou corrigées par la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, dite loi Macron. Cette loi ainsi que d'autres interventions législatives ont contribué avec un certain nombre de décisions de jurisprudence à faire évoluer le droit général de la consommation. Ces évolutions seront présentées selon le nouvel ordonnancement issu de la refonte du Code de la consommation (V. supra, n° 3), puisqu'elles concernent les destinataires du droit de la consommation (A), l'information des consommateurs et les pratiques commerciales (B), le droit contractuel général de la consommation (C) et les litiges de consommation (D). Dans cette seconde partie, afin de respecter le texte original, il sera fait référence à l'ancienne numérotation du code de la consommation. Une table de concordance entre l'ancienne et la nouvelle numérotation est cependant disponible.

A – Destinataires du droit de la consommation

Les destinataires du Code de la consommation sont d'un côté les professionnels, débiteurs des obligations et de l'autre les consommateurs et, pour certaines dispositions les non-professionnels, créanciers des obligations. En 2015, le contentieux sur les notions de consommateur et professionnel a essentiellement concerné la prescription courte du Code de la consommation. L'article L. 137-2 (ancien) du Code de la consommation prévoit en effet que « l'action des professionnels, pour les biens ou les services qu'ils fournissent aux consommateurs, se prescrit par deux ans ». Le professionnel est donc soumis à une prescription plus courte que celle du droit commun lorsqu'il agit contre le consommateur. En revanche, le consommateur est, sauf disposition contraire, soumis à la prescription quinquennale du droit commun. Une première décision concerne une société civile immobilière qui avait tenté de revendiquer la qualité de consommateur afin de faire juger prescrite l'action d'une banque à son encontre. La Cour de cassation a cependant à juste titre énoncé que « la cour d'appel a retenu que la prescription biennale (...) n'avait pu s'appliquer à l'action de la banque dès lors que la SCI ne pouvait être regardée comme étant un consommateur » (Cass. civ. 2ème, 3 sept. 2015, n° 14-18287). Une société civile immobilière est en effet une personne morale, laquelle ne saurait être considérée comme un consommateur. La Cour de cassation a également été saisie sur le point de savoir si un avocat devait être qualifié de professionnel au sens de l'ancien article L. 137-2 précité et, par conséquent, soumis à la prescription biennale lorsqu'il agissait en recouvrement de ses honoraires. La deuxième chambre civile a répondu par l'affirmative dans deux décisions rendues le même jour au motif que le client avait eu « recours aux services de l'avocat à des fins n'entrant

pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale) » (Cass. civ. 2ème, 26 mars 2015, n° 14-15014 ; Cass. civ. 2ème, 26 mars 2015, n° 14-11599). Le client de l'avocat était donc dans ces affaires considéré comme un consommateur, contractant avec un professionnel.

Avant l'introduction d'une définition par le législateur, la Cour de cassation avait implicitement appliqué la qualification de « non- professionnel » au syndicat de copropriétaire (Cass. 1re civ., 23 juin 2011, n° 10-30645). L'année 2015 a été l'occasion pour la haute juridiction d'affirmer explicitement qu'il est un « non-professionnel », créancier du dispositif protecteur sur la reconduction des contrats de consommation (C. consom., art. L. 136-1 ancien), qualité qu'il ne perd pas lorsqu'il est représenté par un syndic professionnel (Cass. civ. 1ère, 25 nov. 2015, n°14-21873 et n°14-20760). L'appartenance des syndicats de copropriétaires à la catégorie des « non-professionnels » se justifie dans la mesure où ils exercent une activité de conservation de l'immeuble bâti en copropriété et d'administration des parties communes (L. n° 65-557, 10 juill. 1965, art. 14) qui est d'ordre patrimonial (D. Bert, Essai sur le droit de l'activité professionnelle indépendante, préf. X. Boucobza, Fondation Varenne, coll. de thèses, vol. 55, 2011, no 220) et non lucrative.

B – Information des consommateurs et pratiques commerciales

1 – Information des consommateurs

En matière d'information, l'année 2015 a été marquée par la création de nouvelles obligations d'information à la charge des plateformes de commerce électronique. La loi Macron du 6 août 2015 a ainsi introduit dans le code de la consommation l'article L. 111-5-1 (ancien) qui impose à « toute **personne dont l'activité consiste à mettre en relation, par voie électronique, plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un bien ou d'un service** » à **délivrer à une information loyale, claire et transparente, d'une part, sur les conditions générales d'utilisation de son service et, d'autre part, sur les critères de référencement, de classement, de retrait des offres mises en ligne. Ce « principe de loyauté »** se double d'obligations spécifiques adaptées aux deux types d'activité des plateformes d'intermédiation : celles qui consistent à mettre en relation des particuliers et celles qui consistent à mettre des professionnels vendeurs ou prestataires de services en relation avec des consommateurs. Dans le cadre de la consommation collaborative, la plateforme est « tenue de fournir une information loyale, claire et transparente sur la qualité de l'annonceur et les droits et obligations des parties en matière civile et fiscale ». Il lui incombe donc désormais d'alerter les particuliers que les contrats qui seront conclus par son intermédiaire ne relèvent pas du droit de la consommation mais du droit commun. Cette innovation répond à un souhait formulé par les institutions européennes ou nationales. Il avait été constaté que les adeptes de la consommation collaborative ne perçoivent pas toujours que leur relation contractuelle évolue en dehors de la protection offerte par le droit de la consommation, et qu'à ce titre ils ne sauraient bénéficier du droit de rétractation, de la garantie de conformité, ou de la législation sur les clauses abusives. Il avait été également observé que ces mêmes particuliers ignorent généralement les règles de droit commun auxquelles ils sont soumis et les risques qu'ils encourent. La loi Macron a également réglementé l'activité de « place de marché ». L'article L. 115-1-1, alinéa 3 (ancien) du Code de la consommation prévoit que « lorsque des professionnels, vendeurs ou prestataires de services sont mis en relation avec des consommateurs », la plateforme est « tenue de mettre à leur disposition un espace leur permettant de communiquer aux consommateurs les informations » prévues en matière de contrats conclus à distance. Plus qu'une obligation d'information, il s'agit pour la plateforme d'une obligation de configurer l'architecture de son site, de manière à ce que

ses utilisateurs puissent respecter leurs obligations d'informations à l'égard des consommateurs. La sanction de ces deux nouvelles exigences pesant sur les plateformes est une amende administrative de 75 000 euros pour une personne physique et 375 000 euros pour une personne morale.

2 – Pratiques commerciales déloyales

La réglementation du Code de la consommation en matière de pratiques commerciales déloyales est issue de la transposition de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005. Le législateur français ne s'était cependant pas immédiatement conformé aux exigences d'harmonisation maximale posée par le texte. A la suite d'une question posée par la chambre criminelle de la Cour de cassation (Cass. crim. 9 sept. 2014, n° 13-85927), la Cour de justice avait ainsi jugé que l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur n'était pas conforme à la directive 2005/29/CE. Le texte réglementaire posait une obligation de mentionner dans la publicité un prix de référence, lui-même réglementé. La Cour avait considéré que cette obligation revenait à une « interdiction générale, sans évaluation au cas par cas permettant d'établir le caractère déloyal, des annonces de réduction de prix qui ne font pas apparaître le prix de référence lors du marquage ou de l'affichage des prix ». Or, une telle interdiction n'est pas conforme au droit européen (CJUE, ord., 8 sept. 2015, aff. C-13/15, Cdiscount). Cette solution était prévisible au regard de la condamnation d'une réglementation belge similaire (V., par ex., CJUE 10 juill. 2014, aff. C-421/12, Commission c/ Belgique). Elle se fonde sur le degré d'harmonisation totale qui empêche le législateur national d'interdire automatiquement une pratique n'entrant pas dans la liste de celles réputées déloyales par l'annexe I de la directive. Le législateur français avait cependant, sans attendre la réponse de la CJUE, abrogé le texte litigieux par un arrêté du 11 mars 2005 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur (JORF 24 mars).

L'article 1er énonce désormais que « toute annonce de réduction de prix est licite sous réserve qu'elle ne constitue pas une pratique commerciale déloyale » au sens de l'article L. 120-1 (ancien) du code de la consommation et qu'elle soit conforme à un certain nombre d'exigences posé par l'arrêté. Désormais, en droit français l'annonce d'un prix réduit sans mention du prix de référence est licite, sauf à prouver judiciairement qu'elle altère le comportement du consommateur et qu'elle est contraire aux diligences professionnelles. L'un des principaux contentieux français en matière de pratique commerciale déloyale concerne celui des ordinateurs pré-équipés de logiciels. La jurisprudence de la Cour de cassation ne semblait pas tout à fait fixée. Certaines décisions avaient en effet envisagé la qualification de pratique trompeuse par omission « lorsque le fabricant (...) a fourni (...) des informations sur chacun des logiciels préinstallés, mais n'a pas précisé le coût de chacun de ces éléments » (Voir not. Cass. civ. 1re, 6 oct. 2011, n° 10-10.800). D'autres décisions avaient considéré qu'une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 120-1 (ancien) peut être caractérisée « lorsque le consommateur se trouve dans l'impossibilité de se procurer auprès du même fabricant un ordinateur non équipé de logiciels » (Voir not. Cass. civ. 1re, 5 févr. 2014, n° 12-25748). Or, le choix de la qualification est important puisqu'en droit français les pratiques déloyales sont uniquement interdites, alors que les pratiques trompeuses et agressives, qui sont des types de pratiques déloyales, sont des délits assortis de sanctions pénales. On observera donc avec attention la réponse qui sera faite aux trois questions préjudicielles posées en la matière par la première chambre civile de la Cour de cassation : "1°) Les articles 5 et 7 de la directive n° 2005/29 (...) doivent-ils être interprétés en ce sens que constitue une pratique commerciale déloyale trompeuse l'offre conjointe consistant en la vente d'un ordinateur équipé de logiciels préinstallés lorsque le fabricant de l'ordinateur a fourni, par l'intermédiaire de son revendeur, des informations sur chacun des logiciels préinstallés, mais n'a pas précisé le coût de chacun de ces éléments ? 2°) L'article 5 de la directive n° 2005/29 doit-il

être interprété en ce sens que constitue une pratique commerciale déloyale l'offre conjointe consistant en la vente d'un ordinateur équipé de logiciels préinstallés, lorsque le fabricant ne laisse pas d'autre choix au consommateur que celui d'accepter ces logiciels ou d'obtenir la révocation de la vente ? 3°) L'article 5 de la directive n° 2005/29 doit-il être interprété en ce sens que constitue une pratique commerciale déloyale l'offre conjointe consistant en la vente d'un ordinateur équipé de logiciels préinstallés, lorsque le consommateur se trouve dans l'impossibilité de se procurer auprès du même fabricant un ordinateur non équipé de logiciels ? » (Cass. civ. 1re, 17 juin 2015, n° 14-11437).

C – Droit contractuel général de la consommation

1 – Règles applicables à tout contexte contractuel

L'année 2015 a été fructueuse dans le domaine des clauses abusives puisque toutes les sources d'éradication de ces stipulations ont été mobilisées, qu'il s'agisse des sources contraignantes ou de la soft law. C'est en premier lieu le législateur qui est intervenu, par le biais de la loi Macron du 6 août 2015, pour élargir le champ d'application de l'action en cessation de clauses abusives, lorsqu'elle est initiée par la DGCCRF (direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes). L'action peut désormais viser les contrats proposés à des « non-professionnels » (C. consom., art. L. 141-1, VIII, 1° ancien). Elle est donc plus large que l'action octroyée aux associations qui ne concerne que les contrats proposés aux consommateurs, à l'exclusion par conséquent des modèles de contrats destinés à un syndicat de copropriétaires (Cass. 1re civ., 4 juin 2014, nos 13-13779 et 13-14203), laquelle n'est pas un consommateur personne physique (V. supra, n° 6). La Cour de cassation a quant à elle eu l'occasion d'éclairer le critère du déséquilibre significatif. Elle a ainsi jugé, qu'une clause qui déroge aux règles supplétives peut entraîner un déséquilibre significatif. L'affaire concernait un contrat de bail portant sur un logement meublé conclu par un professionnel avec un consommateur. A l'époque des faits, ce contrat relevait en partie des dispositions supplétives du Code civil relatives au contrat de bail. La Cour d'appel de Paris avait jugé que la clause stipulant que « le locataire remboursera au bailleur toutes les charges, quelle qu'en soit la nature, y compris les frais d'entretien ou de réparation des parties communes, afférentes tant aux biens loués » n'est pas abusive car « il était loisible aux parties (...) de convenir de stipulations particulières » en la matière. L'arrêt a été cassé pour violation de l'article L. 132-1 ancien du Code de la consommation au motif que « la clause litigieuse qui fait peser sur le locataire la quasi-totalité des dépenses incombant normalement au bailleur et dispense sans contrepartie le bailleur de toute participation aux charges qui lui incombent normalement en sa qualité de propriétaire, a pour effet de créer, au détriment du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat » (Cass. 3e civ., 17 déc. 2015, n° 14-25523). L'arrêt se situe dans le droit fil de la jurisprudence de la Cour de justice qui avait jugé que la dérogation aux règles supplétives peut entraîner un déséquilibre significatif dès lors qu'elle a pour effet de « placer le consommateur dans une situation juridique moins favorable par rapport à celle prévue par le droit national en vigueur » (CJUE 14 mars 2013, Mohamed Aziz, aff. C-415/11). L'appréciation du caractère abusif d'une clause suppose cependant que la stipulation litigieuse ne porte ni sur la définition de l'objet principal du contrat, ni sur l'adéquation du prix au bien ou au service (art. L. 132-1, al. 7, c. consom.). Dans deux importantes décisions, la Cour de cassation a eu l'occasion de préciser que relève de l'objet principal du contrat la stipulation des offres de cartes prépayées de téléphonie mobile, par laquelle l'opérateur met à la disposition du consommateur un crédit de communication, dont la durée de validité expire quand bien même le crédit n'aurait pas été épuisé. Elle en a déduit que la limitation de durée du crédit ne pouvait être considérée comme abusive contrairement à ce que tentait de faire valoir une association de consommateurs (Cass. civ. 1re, 3 juin 2015, n° 14-13193 & 14.13194). Enfin, la Commission des clauses abusives qui

participe à l'élaboration de la soft law en matière de clauses abusives à travers l'édition de recommandations qui ne lient pas les professionnels et d'avis qui ne lient pas le juge a précisément été saisie pour avis sur une stipulation insérée dans un contrat de regroupements de crédits. Elle a considéré que l'interdiction faite aux emprunteurs d'accepter de nouvelles charges financières susceptibles d'aggraver leur endettement, sauf accord exprès de la banque est abusive notamment parce qu'elle concerne tous les actes susceptibles d'être conclus par les débiteurs, y compris les actes d'administration et conservatoires (CCA, avis n° 15-01 relatif à un contrat de restructuration de crédit, <http://www.clauses-abusives.fr/avis/15a01.html>). Elle aggrave en effet les obligations de l'emprunteur par rapport aux règles légales prévues pour des débiteurs qui seraient placés dans une situation plus obérée (V. art. L. 333-2 ancien c. consom. qui ne vise que les actes de disposition effectués par le débiteur surendetté).

2 – Règles applicables selon le contexte contractuel : contrats à distance et hors établissement

Lors de la transposition de la directive relative aux droits des consommateurs par la loi Hamon, le législateur français avait fait le choix de réintroduire les contrats portant sur les biens immobiliers dans le champ d'application des règles relatives aux contrats conclus hors établissement alors même que la directive était, en la matière, d'harmonisation totale ciblée. Un certain nombre de difficultés en résultant avaient été mises en lumière par les praticiens. Pour mettre un terme à celles-ci, la loi Macron a purement et simplement « sorti » « les contrats portant sur la création, l'acquisition ou le transfert de biens immobiliers ou de droits portant sur des biens immobiliers, la construction d'immeubles neufs, la transformation importante d'immeubles existants ou la location d'un logement à des fins résiduelles » de l'ensemble du dispositif protecteur applicable en matière de contrats conclus à distance et hors établissement. Par ailleurs, la loi Macron a modifié l'exercice du droit de rétractation dans les contrats conclus à distance portant sur des biens. Désormais, il court à compter de la réception des biens et non plus dès la conclusion du contrat, contrairement à ce qui est prévu en matière de contrats conclus hors établissement (C. consom., art. L. 121-21, 2° ancien).

D – Litiges du droit de la consommation

S'agissant des litiges, l'année 2015 a été marquée par la transposition en droit français de la directive 2013/11/UE du 21 mai 2013 relative au RELC (Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation) et par la mise en œuvre du règlement 524/2013/UE relatif au RLLC (Règlement en ligne des litiges de consommation du même jour). L'ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation et le décret d'application n° 2015-1382 du 30 octobre 2015 ont inséré dans le code de la consommation un dispositif spécifique à la médiation dite de consommation (<http://www.economie.gouv.fr/mediation-conso>). Ce mode de résolution amiable, par lequel les parties tentent de parvenir à un accord en vue de la résolution amiable de leurs différends, avec l'aide d'un tiers choisi par elles, s'applique aux litiges contractuels nationaux et transfrontaliers opposant un consommateur à un professionnel, à l'exclusion des services d'intérêt général non économiques, des services de santé, et des prestataires publics de l'enseignement supérieur. Il existe donc désormais un droit pour tout consommateur de recourir « gratuitement » à un « médiateur de la consommation ». La clause imposant la médiation préalablement à la saisine du juge, est cependant interdite, le consommateur pouvant toujours se tourner vers ce dernier. Le professionnel est tenu de garantir au consommateur le recours effectif à un médiateur, lequel peut public, sectoriel ou d'entreprise. Les textes ont adapté à la matière les règles du procès équitable parmi lesquelles l'impartialité et l'indépendance, en interdisant pour les médiateurs employés ou rémunérés exclusivement par le

professionnel l'existence d'un lien hiérarchique ou fonctionnel entre eux pendant leur mission. Enfin, a été instituée et rattachée à la DGCCRF, une commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de consommation, dont les principales missions sont d'établir la liste des médiateurs, de procéder à sa notification auprès de la Commission européenne, d'évaluer l'activité des médiateurs et d'en contrôler la régularité.