

N° 737
SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2021-2022

Enregistré à la Présidence du Sénat le 28 juin 2022

PROPOSITION DE LOI

visant à rendre obligatoire par écrit la modification des conditions contractuelles proposée par le fournisseur de services de communications électroniques au consommateur,

PRÉSENTÉE

Par Mme Christine HERZOG, M. Bruno BELIN, Mme Annick BILLON, MM. Gilbert BOUCHET, Daniel CHASSEING, Jean-Pierre DECOOL, Mmes Brigitte DEVÉSA, Nassimah DINDAR, Françoise FÉRAT, MM. Bernard FOURNIER, Christophe-André FRASSA, Mmes Joëlle GARRIAUD-MAYLAM, Frédérique GERBAUD, MM. Joël GUERRIAU, Loïc HERVÉ, Jean HINGRAY, Mme Corinne IMBERT, MM. Claude KERN, Christian KLINGER, Daniel LAURENT, Antoine LEFÈVRE, Jacques LE NAY, Hervé MAUREY, Sébastien MEURANT, Jean-Marie MIZZON, Louis-Jean de NICOLAY, Mmes Sonia de LA PROVÔTÉ, Denise SAINT-PÉ, M. Hugues SAURY, Mme Claudine THOMAS et M. Jean Pierre VOGEL,

Sénatrices et Sénateurs

(Envoyée à la commission des affaires économiques, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Les fournisseurs de services de communications électroniques ont actuellement la possibilité de modifier le contrat qu'ils détiennent avec leurs clients sans le consentement explicite de ces derniers. En effet, aujourd'hui, les Français peuvent voir leur abonnement téléphonique ou internet être modifié et accompagné d'une augmentation tarifaire, sans qu'ils n'aient donné le moindre accord par écrit. Ce qui est quand même une atteinte aux droits des contrats.

Les fournisseurs de services de communications électroniques procèdent par des méthodes de « forcing » agressives, par sollicitations répétitives et insistantes, conformes à l'article L 121.16 21 et à l'ordonnance n° 2016.301 du 14 mars 2016 et noyées au milieu de très nombreux messages que les consommateurs n'ouvrent quasiment plus.

En effet, les fournisseurs envoient des courriels ou sms, s'apparentant à un message publicitaire que la plupart des consommateurs ne lisent pas, tant ils en reçoivent chaque semaine. En réalité, ils y annoncent un enrichissement de leur forfait (par exemple, une augmentation de l'enveloppe de données allouées à l'abonnement mobile, une amélioration des débits internet au domicile ou l'ajout d'un service de streaming musical ou de télévision payante). Cette annonce d'enrichissement de l'abonnement se fait dans un délai à venir. Délai au-delà duquel, si le consommateur n'a pas explicitement exprimé son refus, l'enrichissement du forfait ainsi que l'augmentation de son tarif s'effectuent automatiquement. Son accord écrit n'est même pas demandé.

Certes, la loi prévoit un délai minimal pendant lequel le client a la possibilité de refuser l'offre et donc un délai avant que la modification du contrat soit applicable : 1 mois. Elle prévoit également un délai de 4 mois, à partir de la modification du contrat, pour que le consommateur puisse résilier son abonnement sans frais. Cependant, ces dispositions ne prévoient aucunement de mesures de remboursements ni de dédommagements.

Cette législation pose un problème majeur. D'une part, certaines personnes se rendent compte bien trop tard et donc bien après le délai de

4 mois, de l'enrichissement de leur forfait et de l'augmentation du prix qui l'accompagne. En effet, cela a été fait sans leur accord, simplement sur la base d'une acceptation tacite, puisqu'aucun refus n'a été exprimé. Revenir en arrière devient impossible sauf à résilier le contrat. Les sommes pouvant être cumulées dans le temps apparaissent non négligeables. D'autre part, la conséquence directe du dépassement du délai de 4 mois est que le consommateur doit payer les frais de résiliations habituels de l'entreprise en question pour résilier son abonnement. In fine, le client va devoir payer pour renoncer à quelque chose qu'il n'a pas demandé. Cette pratique de vente s'apparente alors à de la vente abusive/ forcée/ agressive. Par conséquent, l'objet de cette proposition de loi vise à proscrire toute modification unilatérale d'un contrat des fournisseurs de services de communications électroniques sans le consentement explicite du cocontractant, par écrit, à savoir, le consommateur titulaire du contrat.

Proposition de loi visant à rendre obligatoire par écrit la modification des conditions contractuelles proposée par le fournisseur de services de communications électroniques au consommateur

Article unique

- ① L'article L. 224-33 du code de la consommation est ainsi rédigé :
- ② « *Art. L. 224-33.* – Tout projet de modification des conditions contractuelles est notifié par le fournisseur de services de communications électroniques au consommateur, de manière claire et compréhensible, sur support durable au moins un mois avant son entrée en vigueur.
- ③ « Le consommateur en accepte la modification obligatoirement par écrit. S'il ne donne pas son accord, le contrat reste en l'état.
- ④ « Le premier alinéa ne s'applique pas lorsque les modifications envisagées :
- ⑤ « 1° Sont toutes exclusivement au bénéfice du consommateur ;
- ⑥ « 2° Ont un caractère purement administratif et n'ont pas d'incidence négative pour le consommateur ;
- ⑦ « 3° Ou découlent directement de la législation applicable.
- ⑧ « Toute pratique commerciale est abusive lorsque le consommateur n'a pas sollicité la démarche et qu'elle implique des conséquences financières dans le temps, contraire au contrat de base signé, quand le consommateur n'a pas donné suite.
- ⑨ « *a)* Elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ;
- ⑩ « *b)* Elle vicie ou est de nature à vicier le consentement d'un consommateur ;
- ⑪ « *c)* Elle entrave l'exercice des droits contractuels d'un consommateur.
- ⑫ « Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :
- ⑬ « – le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
- ⑭ « – le recours à la menace physique ou verbale ;

- ⑮ « – l'exploitation, en connaissance de cause, par le professionnel, de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;
- ⑯ « – tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;
- ⑰ « – toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible. »