

ASSEMBLÉE NATIONALE

14 novembre 2007

CONCURRENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS - (n° 351)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 8

présenté par
M. Pancher, rapporteur
au nom de la commission des lois
saisie pour avis

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 12, insérer l'article suivant :**

Le chapitre II du titre II du livre I^{er} du code de la consommation est complété par une section 5 ainsi rédigée :

« *Section 5*

« *Pratiques commerciales déloyales*

« *Art. L. 122-11.* – Les pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs sont interdites. Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

« Est également déloyale toute pratique commerciale accomplie sciemment par un professionnel alors même qu'elle s'avère susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement d'un consommateur particulièrement vulnérable à la pratique utilisée ou au produit qu'elle concerne, en raison d'une infirmité mentale ou physique, de son âge ou de sa crédulité.

« Sont notamment considérées comme déloyales au sens du présent article les pratiques trompeuses ou agressives définies dans les conditions fixées par les articles L. 122-12 et L. 122-13.

« Une liste exhaustive des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances est fixée par un décret pris en Conseil d'État.

« *Art. L. 122-12. – I. – Sans préjudice des dispositions prévues à l'article L. 121-1, une pratique commerciale est trompeuse, si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :*

« 1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre produit, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ou ;

« 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur portant sur l'un ou plusieurs des éléments ci-après :

« a) L'existence ou la nature du bien ou du service ;

« b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;

« c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;

« d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;

« e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de service ;

« f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;

« g) Le traitement des réclamations des consommateurs et les droits du consommateur.

« II. – Une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte.

« Dans toute communication commerciale mentionnant le prix et les caractéristiques du bien ou du service proposé sont considérées comme substantielles les informations suivantes :

« a) Les caractéristiques principales du bien ou du service ;

« b) L'adresse et l'identité du professionnel ;

« c) Le prix toutes taxes comprises et les frais de livraison à la charge du consommateur, ou leur mode de calcul, s'ils ne peuvent être établis à l'avance ;

« d) Les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations des consommateurs, dès lors qu'elles sont différentes de celles habituellement pratiquées dans le domaine d'activité professionnelle concerné ;

« e) L'existence d'un droit de rétractation, si ce dernier est prévu par la loi.

« III. – L'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation, dans les conditions fixées par l'article L. 141-1, et le ministère public peuvent demander au juge saisi sur le fond, le cas échéant sous astreinte, la cessation des pratiques mentionnées au présent article ou toute mesure de nature à mettre un terme au caractère trompeur de ces pratiques.

« Le juge des référés peut ordonner la cessation des pratiques illicites ou toute autre mesure provisoire.

« Quiconque recourt aux pratiques mentionnées au présent article est passible des sanctions prévues à l'article L. 213-1.

« *Art. L. 122-13. – I.* – Une pratique commerciale est agressive lorsque du fait de sollicitations répétées et insistantes ou d'usage de contrainte physique ou morale, elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ou lorsqu'elle vicie le consentement d'un consommateur. Le caractère agressif d'une pratique commerciale s'apprécie notamment à partir de l'un ou de plusieurs des éléments suivants :

« *a)* Le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, ainsi que sa nature et sa persistance ;

« *b)* Le recours à la menace physique ou verbale ;

« *c)* L'exploitation en connaissance de cause d'une situation de détresse propre à altérer le jugement du consommateur ;

« *d)* L'impossibilité pour le consommateur d'exercer ses droits contractuels ;

« *e)* Le recours à une menace d'action illégale ou non fondée en droit.

« II. – L'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation, dans les conditions fixées par l'article L. 141-1, et le ministère public peuvent demander au juge saisi sur le fond, le cas échéant sous astreinte, la cessation des pratiques mentionnées au présent article.

« Le juge des référés peut ordonner la cessation des pratiques illicites ou toute autre mesure provisoire.

« Quiconque recourt aux pratiques mentionnées au présent article est passible d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 37 500 € au plus. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à transposer dans le code de la consommation la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises. Cette transposition aurait dû intervenir avant le 12 juin 2007 et, quelques mois avant le début de la présidence française de l'Union européenne, il importe que la France adopte une attitude exemplaire vis-à-vis des textes de droit communautaire dérivé en souffrance.

Les dispositions des articles L. 122-11 à L. 122-13 du code de la consommation prévus par le présent amendement s'inspirent de celles inscrites à l'article 1er du projet de loi en faveur des consommateurs, dont le Parlement n'a pas pu être saisi sous la précédente législature. Elles tiennent néanmoins compte du fruit des travaux préparatoires que la commission des Lois avait réalisés sur le sujet à l'époque.

L'article L. 122-11 pose une interdiction de principe des pratiques commerciales déloyales, qu'il définit par ailleurs. L'article L. 122-12, quant à lui, définit et précise les conditions de cessation des pratiques commerciales trompeuses. Enfin, l'article L. 122-13 définit et précise les conditions de cessation des pratiques commerciales agressives.