

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

26 mai 2008

MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE - (n° 842)

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 1022

présenté par

M. Daniel Paul, M. Gosnat, M. Chassaing, Mme Amiable, M. Asensi, M. Bocquet,  
M. Braouezec, M. Brard, Mme Buffet, M. Candelier, M. Desallangre, Mme Fraysse,  
M. Gerin, M. Gremetz, M. Lecoq, M. Muzeau, M. Sandrier et M. Vaxès

-----  
**ARTICLE ADDITIONNEL****AVANT L'ARTICLE 21, insérer l'article suivant :**

Après le premier alinéa du II de l'article L. 121-1 du code de la consommation, est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« La preuve de l'absence de caractère trompeur de la pratique incombe à l'annonceur. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Il est nécessaire de clarifier les dispositions relatives aux pratiques trompeuses réalisées par le biais d'une publicité.

En effet, les articles du code de la consommation n'indiquent pas à qui incombe la charge de la preuve du caractère trompeur de la publicité.

Or, il est nécessaire de prévoir explicitement, comme le précise l'article 12 de la directive 2005/29/CE sur les « pratiques commerciales déloyales », que l'annonceur supporte la charge de la preuve afin de régler les difficultés d'appréciation par le juge du caractère trompeur ou de nature à induire en erreur de la publicité.

La chambre commerciale de la Cour de cassation a dans le cadre d'une action en concurrence déloyale déjà admis qu'il appartient à l'annonceur d'apporter la preuve de la véracité des allégations contenues dans les messages publicitaires.

Cet amendement vient préciser dans la loi cette obligation à la charge du professionnel.