

ASSEMBLÉE NATIONALE

26 mai 2008

MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE - (n° 842)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 1023

présenté par

M. Daniel Paul, M. Gosnat, M. Chassaigne, 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 l'article L. 121-15-3 du code de la consommation, il est inséré un article L. 121-15-4 ainsi rédigé :

« *Art. L. 121-15-4.* – Toute publicité faite, reçue ou perçue en France, quel que soit son support, est loyale, informative, claire et compréhensible.

« Les modalités d'application du présent article sont définies par décret. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

De nombreux litiges naissent du décalage qui existe entre le message publicitaire et le contenu du contrat réellement souscrit.

Ce décalage provient souvent de la mise en avant de certains aspects de l'offre dans la publicité et du silence ou de la relégation en bas de pages, d'autres informations essentielles à la compréhension de l'offre.

Il est donc indispensable que les offres publicitaires soient claires, informatives et loyales, comme cela est prévu aux articles 6 et 7 de la directive 2005/29/Ce sur les « pratiques commerciales déloyales », afin que les consommateurs puissent appréhender dans le même temps les caractéristiques essentielles de l'offre promotionnelle proposée par le professionnel et celles de l'offre pérenne à laquelle ils ont réellement souscrit.