

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 juin 2008

MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE - (n° 842)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 1486 Rect.

présenté par
M. Charié, rapporteur
au nom de la commission des affaires économiques

ARTICLE ADDITIONNEL

AVANT L'ARTICLE 21, insérer l'article suivant :

I. – Après l'article L. 121-1 du code de la consommation, il est inséré un article L. 121-1-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 121-1-1.* – Sont réputées trompeuses au sens de l'article L. 121-1 les pratiques commerciales qui ont pour objet :

« 1° pour un professionnel, de se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas ;

« 2° d'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ;

« 3° d'affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ;

« 4° d'affirmer qu'un professionnel, y compris à travers ses pratiques commerciales, ou qu'un produit ou service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou sans respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue ;

« 5° de proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra fournir

lui-même, ou faire fournir par un autre professionnel, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé ;

« 6° de proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué, et ensuite :

« a) de refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité,

« ou

« b) de refuser de prendre des commandes concernant ces produits ou ces services ou de les livrer ou de les fournir dans un délai raisonnable,

« ou

« c) d'en présenter un échantillon défectueux, dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent ;

« 7° de déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;

« 8° de s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'État membre de l'Union européenne dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction ;

« 9° de déclarer ou de donner l'impression que la vente d'un produit ou la fourniture d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas ;

« 10° de présenter les droits conférés au consommateur par la loi comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel ;

« 11° d'utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur ;

« 12° de formuler des affirmations matériellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service ;

« 13° de promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un autre fournisseur clairement identifié de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit ou le service provient de ce fournisseur alors que tel n'est pas le cas ;

« 14° de déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas ;

« 15° d'affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard.

« 16° d'affirmer faussement qu'un produit ou une prestation de services est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations ;

« 17° de communiquer des informations matériellement inexacts sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver un produit ou un service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché ;

« 18° d'affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable ;

« 19° de décrire un produit ou un service comme étant « gratuit », « à titre gracieux », « sans frais » ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article ;

« 20° d'inclure dans un support publicitaire une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service commercialisé alors que tel n'est pas le cas.

« 21° de faussement affirmer ou donner l'impression que le professionnel n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur ;

« 22° de créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un État membre de l'Union européenne autre que celui dans lequel le produit ou le service est vendu.

« Le présent article est applicable aux pratiques qui visent les professionnels. »

II. – Après l'article L. 122-11 du code de la consommation, il est inséré un article L. 122-11-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 122-11-1.* – Sont réputées agressives au sens de l'article L. 122-11 les pratiques commerciales qui ont pour objet :

« 1° de donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu ;

« 2° d'effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sauf si la législation nationale l'autorise pour assurer l'exécution d'une obligation contractuelle ;

« 3° de se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance ;

« 4° d'obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels ;

« 5° dans une publicité, d'inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité ;

« 6° d'exiger le paiement immédiat ou différé de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés, ou exiger leur renvoi ou leur conservation, sauf lorsqu'il s'agit d'un produit de substitution fourni conformément à l'article L. 121-20-3 du présent code ;

« 7° d'informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés ;

« 8° de donner l'impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait :

« – soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent,

« – soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'annexe I de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur (modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil) fixe la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances.

Cette annexe n'a pas été transposée en droit français par la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, alors qu'elle constitue une partie intégrante de la directive.

La transposition de la directive est dès lors incomplète puisqu'un certain nombre de pratiques, déclarées déloyales en toutes circonstances par le droit européen, ne sont pas prohibées en tant que telles par les dispositions du code de la consommation (à titre d'exemple, la pratique consistant pour un professionnel à donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu – prévue au point 24 de l'annexe I de la directive 2005/29/CE).

Cet amendement vise à intégrer dans notre législation l'intégralité de la liste des pratiques commerciales interdites en toutes circonstances par la directive.