

ASSEMBLÉE NATIONALE

5 décembre 2013

CONSOMMATION - (N° 1574)

| | |
|--------------|--|
| Commission | |
| Gouvernement | |

Rejeté

AMENDEMENT

N° 245

présenté par

M. Abad, Mme Vautrin, M. Fasquelle, M. Dassault, M. Suguenot, M. Solère, M. Straumann, M. Gandolfi-Scheit, M. Hetzel, M. Cochet, M. Douillet, M. Berrios, M. Perrut, M. Bonnot, M. Furst, M. Dhuicq, Mme Duby-Muller, Mme Louwagie, M. Bénisti, M. Daubresse, M. Nicolin, M. Sturni, M. Voisin, M. Mariani, M. Decool, M. Gérard et Mme Genevard

ARTICLE 7

Supprimer les alinéas 1 à 5.

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'article 7 porte la durée de la période de présomption d'antériorité du défaut de conformité à 24 mois, au lieu de 6 mois actuellement.

La plupart des produits susceptibles de présenter un défaut de conformité ou un vice caché bénéficie d'une garantie commerciale offerte par le vendeur. Dès lors, sauf cas de mauvaise utilisation ou de mauvaise foi de la part du consommateur, le commerçant prend en charge gratuitement la réparation du bien, l'échange ou le rembourse, sans que le consommateur ait à prouver l'existence d'un défaut de conformité ou d'un vice caché.

En allongeant la durée de présomption, l'article 7 allonge la période durant laquelle la charge de la preuve de l'absence de défaut de conformité pèse sur le commerçant. Cette mesure accroît les charges des commerçants en ce qu'elle nécessite dans certains cas le recours à un expert, sans apporter de bénéfice au consommateur compte tenu de l'existence de la garantie commerciale gratuite. Il est donc proposé de supprimer cet alinéa.

La mesure risque enfin de marquer l'arrêt de certains produits sous MDD, au détriment de la stimulation de la concurrence, des emplois et du pouvoir d'achat des consommateurs. En effet, il appartiendra au distributeur de prouver que le produit est conforme pour ne pas procéder à son remplacement ou à son remboursement. Un tel développement, qui nécessite l'intervention d'un technicien, serait trop coûteux pour les produits de faible valeur.

Une telle proposition serait donc de nature à impacter fortement le business modèle d'un grand nombre d'entreprises, déjà très fragilisées par la crise.