

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N°

471

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 7

A l'alinéa 3, substituer aux mots :

« le nom »,

les mots :

« la dénomination ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

CE N°

472

ARTICLE 7

A l'alinéa 3, après la première occurrence du mot :

« et »,

insérer le mot :

« qui ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N°

473

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 7

Compléter l'alinéa 3 par les mots :

« par le cahier des charges mentionné à l'article L. 115-2-1 ».

474

Exposé sommaire

Amendement de précision.

475

476

477

478

ASSEMBLEE NATIONALE

Projet de loi renforçant les droits,
la protection de l'information des consommateurs
n°3508

Présenté par

Jean-Charles TAUGOURDEAU,
Michel RAISON, Francis SAINT-LÉGER,

ARTICLE 7

I Après l'alinéa 3, insérer les deux alinéas suivants :

« *Art. L. 115-1-2.* – Est institué un label pour les produits horticoles français, portant la dénomination de « Produit en France », destinée à informer le consommateur et garantir l'excellence des produits horticoles français ».

« Les modalités d'attribution de cette disposition sont définies par décret ».

II En conséquence, après la référence : « L. 115-1 », rédiger ainsi la fin de l'alinéa 2 :

« sont ajoutés deux articles L. 115-1 et L. 115-2 ainsi rédigés : ».

Exposé des Motifs

Cet amendement crée un label horticole de qualité française. Dans la mesure où tous les produits fabriqués en France doivent satisfaire aux normes de qualité et d'hygiène en vigueur, la moindre des choses étant, qu'au même titre que beaucoup d'autres produits, les plants et les plantes produits sur notre territoire puissent bénéficier d'un premier label de qualité et d'une certification française à l'instar de certains autres pays. Chez notre voisin européen, l'Allemagne, cette certification existe déjà.

Ce label aura pour but de différencier nos productions et à valoriser nos produits, d'autant plus que les contraintes de sécurité, de normes sont maintenant bien précises. Les exigences croissantes à l'égard de la qualité des produits sont nécessaires ; les clients devenant eux mêmes plus attentifs à la qualité des produits achetés et à leur provenance. L'horticulture française rencontre aujourd'hui des difficultés structurelles pour valoriser ses produits et affronter sereinement la concurrence des produits importés qui pour leur part ne répondent pas toujours aux mêmes normes que celles qui contraignent les productions horticoles françaises.

Aussi, à l'heure des AOC, des AOP, et des divers labels, le consommateur, mais parfois aussi le vendeur, reste sans information sur la provenance géographique du produit horticole.

C'est pourquoi, cet amendement a vocation à combler un vide existant, en suggérant une réglementation. Il s'agit de créer un label français «Produit en France» pour nos produits horticoles, afin de promouvoir nos filières du végétal.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

CE N°

474

ARTICLE 7

Après le mot :

« bénéfice »,

rédigier ainsi la fin de la première phrase de l'alinéa 5 :

« d'un produit, autre qu'agricole, forestier ou alimentaire ou de la mer ».

Exposé sommaire

Amendement de cohérence rédactionnelle avec la formulation utilisée à l'alinéa 3.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N°

475

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 7

A la dernière phrase de l'alinéa 5, après le mot :

« charges »,

insérer les mots :

« indique le nom du produit ».

Exposé sommaire

L'article 4 du Règlement communautaire 510/2006 du Conseil en date du 20 mars 2006 *relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires*, énumère les mentions qui doivent figurer dans le cahier des charges auquel doit obéir le produit faisant l'objet d'une protection particulière.

Au premier rang des éléments qui doivent figurer dans ce cahier se trouve « *le nom du produit agricole ou de la denrée alimentaire comprenant l'appellation d'origine ou l'indication géographique* ».

Le nom du produit étant bien évidemment l'élément premier de sa définition, il est proposé d'inclure cette précision dans le cahier des charges permettant à un produit de bénéficier d'une indication géographique au sens du présent article.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

CE

N°

476

ARTICLE 7

A la dernière phrase de l'alinéa 5, après le mot :

« à »,

substituer au mot :

« l' »

le mot :

« cette ».

Exposé sommaire

Amendement de cohérence rédactionnelle avec la formulation utilisée à l'alinéa 3.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)

AMENDEMENT

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 7

A la dernière phrase de l'alinéa 5, après le mot :

« production »,

supprimer les trois premières occurrences du mot :

« ou ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

CE N°

477

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N°

478

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 7

A l'alinéa 8, après le mot :

« après »,

insérer le mot :

« une ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N°

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

479

ARTICLE 7

A l'alinéa 8, substituer au mot :

« concernés »,

le mot :

« intéressés ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

CE N°

480

ARTICLE 7

A l'alinéa 8, substituer à la dernière occurrence du mot :

« les »,

le mot :

« des ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 419

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 7

Après l'alinéa 8, insérer les deux alinéas suivants :

« 5° Après l'article L. 115-7 du code de la consommation, il est inséré un nouvel article L. 115-7-1 ainsi rédigé

1. L. 115-7-1. - A défaut d'une appellation d'origine au sens de l'article L. 115-1 et d'une indication géographique au sens de l'article L. 115-1-1, une certification fondée sur l'origine d'un produit, d'un service ou d'une combinaison de produit et service peut être réalisée en application de la section V du présent chapitre. » »

Exposé sommaire

Le présent amendement vise à rappeler que les opérateurs peuvent avoir recours à la procédure de certification prévue aux articles L. 115-27 et R. 115-1 et suivants du code de la consommation pour certifier l'origine d'un produit non alimentaire.

Cette disposition permettra aux fabricants désireux de valoriser l'origine de leurs produits et ne pouvant répondre aux conditions d'une indication géographique ou d'une appellation d'origine, d'utiliser un dispositif de certification plus simple et rapide à mettre en œuvre.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)

AMENDEMENT

CE N° 420

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur
et M. Christian Jacob

ARTICLE 7

Après l'alinéa 14, insérer les deux alinéas suivants :

« Après l'article L. 721-1 du code de la propriété intellectuelle, il est inséré un nouvel article ainsi rédigé :

« *Art. L. 721-1-1. - Afin d'être en mesure de préserver sa notoriété et son image, toute collectivité territoriale est consultée préalablement à l'utilisation de son nom ou de ses signes distinctifs, notamment à des fins commerciales. » »*

Exposé sommaire

À l'instar d'une personne physique, une collectivité territoriale possède un nom et peut, dès à présent, défendre l'utilisation de son patronyme contre toute utilisation commerciale qui pourrait en être faite à son détriment. C'est ce qu'a par exemple décidé la Cour d'appel de Paris, en indiquant qu'une collectivité territoriale « *est en droit de protéger et de défendre son nom contre toute exploitation commerciale injustifiée, notamment lorsque un tiers, en déposant une marque, sera susceptible de lui causer un préjudice soit en l'empêchant de tirer profit de la commercialisation de son nom soit en nuisant à son identité, son prestige ou sa renommée* » (CA Paris, 4^{ème} chambre – section A, arrêt n° 06/20595 du 12 décembre 2007). Il en va de même pour les blasons, symboles ou autres signes distinctifs d'une collectivité.

Le code de la propriété intellectuelle permet d'ailleurs à toute collectivité qui le souhaite d'engager une procédure devant le juge afin de protéger ses caractères sous réserve que l'usage qui en est fait porte atteinte à des droits dont bénéficierait d'ores et déjà ladite collectivité (article L. 711-4-h du code de la propriété intellectuelle qui dispose que « *Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment : (...) h) Au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale* ». En outre, autre

forme possible de défense, une collectivité peut déposer son nom comme « *marque* » et en bénéficier ainsi librement.

Néanmoins, les collectivités ne peuvent agir efficacement qu'*a posteriori* : il importe donc de leur permettre de prévenir toute utilisation abusive qui pourrait être faite de leur nom ou de leurs signes distinctifs, afin qu'elles ne subissent pas, quand bien même une décision de justice viendrait ensuite les conforter dans leurs droits, de préjudice (porté à leur image, leur notoriété...). C'est une préoccupation manifestées par plusieurs parlementaires (ainsi que l'illustre, par exemple, la récente proposition de loi n° 2882 *tendant à protéger le nom des communes et des territoires* déposée sur le bureau de l'Assemblée nationale au mois d'octobre 2010) et par de nombreuses collectivités, tout spécialement lorsque celles-ci voient leur activité dépendre en partie du tourisme.

En créant un nouvel article L. 721-1-1 dans le code de la propriété intellectuelle, le présent amendement doit donc permettre aux collectivités d'avoir un droit de regard sur l'utilisation envisagée de leur appellation ou de leurs signes propres, ce droit moral pouvant éventuellement faire ensuite l'objet d'un accord avec celui ou celle qui prétend en faire usage.

ASSEMBLÉE NATIONALE
février 2011

PROJET DE LOI RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION ET
L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS
(3508)

AMENDEMENT

Présenté par

Mme Catherine VAUTRIN, MM. Michel PIRON,
Jean-Pierre DECOOL et Richard MALLIÉ

ARTICLE 7

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« III.– A l'article L. 310-4 du code de commerce, les mots « de la saison antérieure » sont remplacés par les mots « des saisons antérieures » et les mots « ou de productions similaires de qualité équivalente » sont insérés après les mots « de commercialisation ».

Exposé des motifs

Ce projet de loi a pour objectif de garantir une meilleure protection pour les consommateurs tout en garantissant une consommation de qualité et une information claire pour les consommateurs.

Cet amendement vise à mettre en conformité, pour les magasins ou dépôts d'usine, l'ensemble des textes qui définissent ces circuits de distribution particuliers, à savoir l'article L. 310-4 du Code de commerce, qui n'a jamais subi de modifications depuis son entrée en vigueur en 1996, l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur, ainsi que la circulaire du 7 juillet 2009 concernant les conditions d'application de cet arrêté.

En premier lieu, cet amendement permet de confirmer que par « la saison antérieure », l'actuel article L.310-4 du Code de commerce vise bien « des » saisons antérieures, ce qui est conforme à la pratique mais surtout aux dispositions de l'arrêté de 2008.

En second lieu, l'amendement permet de clarifier la nature des produits proposés au sein des magasins d'usine en s'appuyant sur la définition de produits similaires de la circulaire du 7 juillet 2009. D'après ce texte, ils correspondent *aux articles ou prestations ne se différenciant de l'article vendu que par des variations minimales, telles qu'une dénomination ou une représentation légèrement différentes, mais ne correspondant à aucune véritable modification dans la conception, l'usage ou les qualités intrinsèques*. Il est, en outre, important de préciser que ceux-ci doivent être de qualité équivalente, afin que l'acheteur soit assuré que la réduction de prix dont il bénéficie est due à l'appartenance à une saison antérieure, mais en aucun cas à une moindre qualité.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boisserie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article additionnel

Après l'article 7

Insérer l'article suivant :

« Avant le chapitre premier du titre deuxième du livre I du code de la consommation, il est inséré un article L. 121 ainsi rédigé :

« Art. L. 121. – Le consommateur ne peut jamais se voir opposer un consentement tacite. » »

Exposé des motifs

L'article 1108 du code civil pose le consentement en première condition de validité des conventions.

Les consommateurs ont vu se multiplier de nombreuses offres commerciales qui, d'abord gratuites – elles peuvent prendre la forme d'une offre de service gratuit pour un temps –, se transforment en offre à titre onéreux si le consommateur n'y met pas expressément un terme.

La protection du consommateur exige, devant de tels comportements, de poser en principe que le consentement tacite n'existe pas pour les consommateurs.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article additionnel

Après l'article 7

Insérer l'article suivant :

Après l'article L. 213-1 du Code de la Consommation, est inséré un article L. 213-1-1 ainsi rédigé :

« Art. L.213-1-1. — Est constitutive de tromperie toute fabrication spécifique d'un produit à destination de la vente par internet, vente privée, magasin d'usine, ou similaire, destinée à afficher un déstockage, ou une promotion sur un produit présenté comme identique à un autre proposé habituellement hors promotion en magasin. »

Exposé sommaire

Cet amendement vise à encadrer la pratique des ventes privées sur internet et des magasins dit d'usine qui font de plus en plus l'objet de commandes spécifiques par les marques qui s'y adonnent afin de livrer, au prétexte qu'il serait issu d'inventaires en boutique, des produits que le consommateur perçoit comme identiques, pour lesquels il pense bénéficier d'une ristourne intéressante, et qui ne sont trop souvent que des copies officielles de moindre qualité des produits vendus dans les magasins de villes des marques.

Cette pratique se développe en effet de manière insoupçonnée, comme le démontre une enquête signée de la réalisatrice Valérie Rouvière : « Ventes privées : le marché de dupes » diffusée sur la chaîne publique France 5, un représentant d'un grand site internet de vente français admet acheter des productions spéciales en Italie afin de vendre en promotion sur son site. Qualifier une telle pratique de déstockage n'apparaît guère conforme à la juste information sur la réelle qualité et la provenance des produits vendus et peut s'apparenter à de la vente de copie officielle de leurs propres produits par les fabricants.

Il convient de faire en sorte que la vente d'usine, le déstockage ou la vente privée (sur internet ou non) ne puisse faire l'objet d'aucune source de confusion sur l'identité des produits

proposés en regard des réseaux habituels de distribution des fabricants. Tel n'est plus le cas aujourd'hui.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article additionnel

Après l'article 7

Insérer l'article suivant :

✍ Après l'article L. 213-1 du Code de la Consommation, est inséré un article L. 213-1-1 ainsi rédigé :

« Art. L.213-1-1 : Est constitutive de tromperie toute fabrication spécifique d'un produit à fin d'opération dite de déstockage d'un produit présenté comme identique à un autre proposé habituellement hors promotion en magasin. »

Exposé sommaire

Cet amendement vise à encadrer la pratique des ventes privées sur internet et des magasins dit d'usine qui font de plus en plus l'objet de commandes spécifiques par les marques qui s'y adonnent afin de livrer, au prétexte qu'il serait issu d'inventaires en boutique, des produits que le consommateur perçoit comme identiques, pour lesquels il pense bénéficier d'une ristourne intéressante, et qui ne sont trop souvent que des copies officielles de moindre qualité des produits vendus dans les magasins de villes des marques.

Cette pratique se développe en effet de manière insoupçonnée, comme le démontre une enquête signée de la réalisatrice Valérie Rouvière : « Ventes privées : le marché de dupes » diffusée sur la chaîne publique France 5, un représentant d'un grand site internet de vente français admet acheter des productions spéciales en Italie afin de vente en promotion sur son site. Qualifier une telle pratique de déstockage n'apparaît guère conforme à la juste information sur la réelle qualité et la provenance des produits vendus et peut s'apparenter à de la vente de copie officielle de leurs propres produits par les fabricants.

Il convient de faire en sorte que la vente d'usine, le déstockage ou la vente privée (sur internet ou non) ne puisse faire l'objet d'aucune source de confusion sur l'identité des produits proposés en regard des réseaux habituels de distribution des fabricants. Tel n'est plus le cas aujourd'hui.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

N°

présenté par

**MM. Fernand Siré, Éric Straumann, Christian Vanneste, Bernard Gérard, Louis
Cosyns, Jean-Charles Taugourdeau, François Calvet, Dominique Dord, Francis
Hillmeyer, Christian Ménard, Philippe Vitel, Claude Gatignol, Michel Voisin, Daniel
Mach, Michel Sordi, Yanick Paternotte, Mmes Anne Grommerch, Muriel Marland-
Militello, Gabrielle Louis-Carabin, Marguerite Lamour, Josette Pons, Marianne Dubois**

ARTICLE ADDITIONNEL

Après l'article 7

Insérer l'article suivant :

« L'article L. 233-4 du code rural et de la pêche maritime est ainsi
modifié :

I.- Le premier alinéa est ainsi rédigé :

« L'ouverture des établissements de production, de transformation, de
préparation, de vente et de distribution de produits alimentaires est
subordonnée à la présence dans les effectifs de ces établissements d'une
personne justifiant d'une formation spécifique en matière d'hygiène
alimentaire ainsi qu'en matière d'élaboration, de transport et de
conservation des produits alimentaires destinés à être consommés sur place
ou à emporter, adaptée à l'activité de l'établissement concerné. »

II.- Le dernier alinéa est ainsi rédigé :

Le contenu de la formation mentionnée au premier alinéa, d'une durée
minimale de sept jours, est défini par arrêté du ministre chargé de
l'alimentation. »

Exposé sommaire

Cet amendement, qui résulte d'une large concertation avec les professionnels de la restauration, vise à renforcer les obligations de formation pesant sur l'ensemble des établissements commerciaux ainsi que sur les prestataires occasionnels de produits alimentaires. Il apparaît en effet nécessaire dans la droite ligne du « Paquet Hygiène » de renforcer la sécurité des consommateurs à l'égard du dernier maillon du secteur alimentaire. La santé des consommateurs ainsi que la pérennité de l'image de qualité de la restauration dans notre pays méritent qu'une formation initiale d'une durée limitée soit imposée à tous les établissements ou services indépendamment du caractère régulier et/ou principal de leur activité de restauration.

AMENDEMENT

CE 51

présenté par

Mmes et MM. Yanick Paternotte, Eric Straumann, Thierry Lazaro, Jean-Louis Bernard, Sauveur Gandolfi-Scheit, Franck Gilard, Michel Herbillon, Lionnel Luca, Dominique Dord, Pascale Gruny, Alain Moyne-Bressand, Fernand Siré, Christian Menard, Michel Sordi, Josette Pons, Dominique Caillaud, Marie-Hélène Thoraval, Philippe Vitel.

ARTICLE ADDITIONNEL APRÈS L'ARTICLE 7

Insérer l'article suivant :

I. – A l'article L. 133-13 du code du tourisme, après le mot:« patrimoniales » insérer les mots :
« économiques, industrielles ou technologiques ».

II. – Au 3° de l'article L. 133-14 du code du tourisme, après les mots : « cadre de vie », insérer les mots : « au tourisme de séminaires et d'affaires ou de découverte économique, industrielle ou technologique ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

La réforme juridique des stations classées initiée par la loi du 14 avril 2006 a simplifié le dispositif en ne conservant qu'une seule catégorie, la station classée de tourisme, et en renforçant les critères nécessaires à l'obtention de ce statut.

Toutefois, un certain nombre de communes ayant axé leur développement sur le tourisme d'affaires ne peuvent prétendre au classement du fait de l'absence, dans le dispositif, de critères propres au tourisme d'affaires ou économique. La proposition d'un amendement relatif aux textes en vigueur sur le classement des stations de tourisme se justifie ainsi par le fait que la France dispose d'un réseau de communes très dense et porteur en matière de tourisme d'affaires, parmi un des plus performants au monde, mais qu'il convient de renforcer et de valoriser en leur permettant d'accéder au statut de commune touristique et de station classée de tourisme.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 421

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A la première phrase de l'alinéa 4, après le montant :

« 15 000 € »,

substituer aux mots :

« selon les modalités et la procédure prévues au »,

les mots :

« en application du ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 423

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

Au début de la dernière phrase de l'alinéa 4, après le mot :

« un »,

insérer le mot :

« même ».

Exposé sommaire

Amendement de précision.

La disposition figurant dans la deuxième phrase de l'alinéa 4 vise à éviter qu'un même manquement à l'article L. 34-5 du code des postes et des communications électroniques fasse l'objet d'un cumul de sanctions administratives qui seraient prononcées par l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes), sur le fondement de l'article L. 36-11, et par l'autorité administrative en charge de la concurrence et de la consommation, sur le fondement du présent alinéa.

L'insertion du mot « même » vise à préciser que la disposition ne s'applique qu'à l'égard d'un seul fait qui serait doublement sanctionné.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)

AMENDEMENT

CE N° 422

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A la dernière phrase de l'alinéa 4, supprimer les mots :

« en application de l'article L. 36-11 ou d'une autre législation ».

Exposé sommaire

Amendement de précision.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)

AMENDEMENT

CE N° 424

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A la dernière phrase de l'alinéa 4, substituer au mot :

« global »,

le mot :

« total ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

RENFORCANT LES DROITS ET LA PROTECTION ET L'INFORMATIONS DES
CONSOUMMATEURS
(n°3508)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N°

présenté par
Jean Dionis du Séjour

ARTICLE 8

Après l'alinéa 4, insérer l'alinéa suivant :~~Le I de l'article est ainsi complété :~~

3° Après le huitième alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Tout opérateur de service de communication électronique dont les équipements ont été utilisés en vue de commettre ou de faciliter la commission d'une infraction aux dispositions du présent article peut exercer les droits reconnus à la partie civile ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'amendement proposé vise à faciliter la lutte contre les « pourriels » qui envahissent chaque jour davantage les boîtes de messagerie des internautes en véhiculant toutes sortes de contenus préjudiciables à la confiance sur Internet : publicité mensongère, contrefaçon, escroqueries, phishing, malware, virus...

Dans le prolongement de l'action de la CNIL et de Signal Spam, la mise en œuvre d'actions judiciaires par les opérateurs de communication électronique apparaît comme un complément naturel et nécessaire à la lutte contre les spams (cf. proposition 7 du Rapport d'information n°627 sur la LCEN, élaboré par J. Dionis du Séjour et Corinne Erhel en 2008).

Les professionnels de l'Internet sont, au même titre que les utilisateurs, des victimes du spam. En l'état du droit, seules les personnes physiques destinataires de messages non sollicités ont qualité à agir contre les diffuseurs de spams. En pratique, les difficultés techniques liées à l'identification de l'émetteur sont telles que les plaignants se découragent. Les professionnels de l'Internet, quant à eux, en sont rendus à des constructions juridiques indirectes en vue de poursuivre les émetteurs de spams qui encombrant les boîtes mail de leurs abonnés et leurs réseaux. Certaines juridictions au

sein de l'Union Européenne ont avancé sur le sujet (ainsi, "la Royal Court of Justice de Londres a récemment reconnu le préjudice d'un fournisseur de services de communications électroniques et la recevabilité de son action contentieuse).

Il est ainsi proposé que la qualité à agir des opérateurs de services de communications électroniques sur le fondement de l'art. L 33-4-1 du Code des postes et des communications électroniques soit reconnue de manière explicite par la loi.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

ARTICLE 8

Après l'alinéa 4, insérer les trois alinéas suivants :

« Après le premier alinéa de l'article L. 114-1 du code de la consommation, insérer deux alinéas rédigés comme suit :

« Le paiement de la commande ne peut être encaissé par le professionnel qu'après la livraison effective du bien commandé ou la prestation de service effectuée. Si le prix convenu excède les seuils mentionnés au premier alinéa, le professionnel peut encaisser une avance. Le montant maximum de cette avance est déterminé au regard du montant de la commande ou de la prestation de service. Les modalités de mise en œuvre de ces procédures sont fixées par décret en Conseil d'État. »

« Le professionnel peut procéder à l'encaissement du montant des marchandises ou prestations commandées, pour tout ou partie des moyens de paiement, s'il justifie d'une garantie financière spécialement affectée au remboursement en principal des fonds versés par les consommateurs selon des modalités fixées par voie réglementaire. »

EXPOSE SOMMAIRE

Les conséquences pour les consommateurs de la liquidation judiciaire d'un professionnel sont patentes, quels que soit le secteur d'activité.

Il convient d'instaurer un véritable système permettant d'assurer une protection des consommateurs en cas de liquidation judiciaire du vendeur ou du prestataire pour éviter de nombreuses victimes et des situations parfois dramatiques pour des consommateurs qui, ayant payé un bien ou un service, se retrouve de facto sans le bien et le service et ne peuvent malheureusement pas espérer un remboursement des sommes versées.

ASSEMBLÉE NATIONALE

2011

RENFORCANT LES DROITS ET LA PROTECTION ET L'INFORMATIONS DES
CONSOmmATEURS

(n° 3508)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N°

présenté par
Jean Dionis du Séjour

ARTICLE 8

Après l'alinéa 4, insérer les trois alinéas suivants :

« Après le troisième alinéa de l'article L. 114-1 du code de la consommation, insérer deux alinéas rédigés comme suit :

« A l'exception des entreprises de presse, le professionnel est tenu d'attendre la remise en mains propres ou, lorsque la marchandise est livrée par le biais d'un transporteur tiers au contrat, l'expédition des marchandises commandées ou la réalisation de la prestation de service, pour encaisser le paiement correspondant effectué par le consommateur. Si le prix convenu excède les seuils fixés, le professionnel pourra procéder à l'encaissement d'une avance. Le montant maximum de cette avance est déterminé au regard du montant de la commande ou de la prestation de service. Les modalités de mise en œuvre de ces procédures sont fixées par décret en Conseil d'État. »

« Le professionnel pourra néanmoins procéder à l'encaissement du montant des marchandises ou prestations commandées, pour tout ou partie des moyens de paiement, s'il justifie d'une garantie financière spécialement affectée au remboursement en principal des fonds versés par les consommateurs selon des modalités fixées par voie réglementaire. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à protéger le consommateur en différant (au moins partiellement) le paiement, encaissé au moment de la livraison de la marchandise. En effet, les conséquences pour les consommateurs de la liquidation judiciaire d'un professionnel sont patentes, quels que soit le secteur d'activité. Ainsi ces dernières années, les faillites ont touché des secteurs tels que la vente à distance (CAMIF Particuliers), les cuisinistes (Hygena), les énergies

renouvelables (AEER, concessionnaires France GEOTHERMIE). En l'état actuel de la réglementation, les clients peuvent seulement déclarer leur créance auprès du mandataire judiciaire, avec de très faibles chances de récupérer les sommes versées lors de la commande. Or, très souvent, les professionnels réclament des sommes importantes pour procéder à la livraison du bien ou à la réalisation des prestations. Il convient donc d'instaurer un véritable système permettant d'assurer une protection des consommateurs en cas de liquidation judiciaire du vendeur ou du prestataire pour éviter de nombreuses victimes et des situations parfois dramatiques, le consommateur n'ayant pas forcément les moyens financiers de recommander le bien ou de faire terminer la prestation par un autre professionnel (ex : absence d'installation de chauffage suite à des travaux non terminés). Une telle protection permettrait au contraire au consommateur de pallier la défaillance d'un professionnel en lui permettant de faire appel sans délai à un autre professionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

N°

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A la première phrase de l'alinéa 7, après les mots :

« celle-ci »,

insérer les mots suivants :

« , qui ne sont pas requises lorsque l'offre est affichée sur le service de communication publique en ligne du vendeur ou du prestataire de service. Sont également indiquées ».

Exposé sommaire

L'article L. 212-18 du code de la consommation récapitule les éléments que doit comporter toute offre de contrat ne portant pas sur des services financiers. Hormis, par exemple, le nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, le montant des éventuels frais de livraison, les modalités de paiement ou d'exécution, le 5° de cet article prescrit d'indiquer « *la durée de la validité de l'offre et du prix de* [l'offre de contrat] ».

Si cette exigence est parfaitement admissible dans le cadre d'un achat traditionnel, celle-ci s'avère, en revanche, inutile lorsqu'il s'agit d'un achat effectué sur internet.

En effet, tout consommateur qui souhaite acheter un bien ou un service sur internet prend connaissance de *l'existence* de l'offre et du prix à partir du moment où il se rend sur le site de vente ; quant à la *durée* de l'offre et du prix, celle-ci n'a pas à être spécifiquement indiquée dans la mesure où le consommateur sait pouvoir en bénéficier aussi longtemps que le prix et l'offre sont affichés sur le site.

Cet amendement a donc pour objet d'exclure cette mention sur les sites internet dans la mesure où de telles indications, consubstantielles à l'acte même d'achat, sont ici inutiles.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

N°

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A l'alinéa 7, substituer aux mots :

« définie par les articles L. 211-4 et suivants »,

les mots :

« mentionnée à la section 2 du chapitre 1^{er} du titre I^{er} du présent livre ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSUMMATEURS
(n° 3508)**

A M E N D E M E N T

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

ARTICLE 8

A l'alinéa 7, après les mots :

« L. 211-4 et suivants »,

insérer les mots :

« et à la garantie légale relative aux défauts de la chose vendue dans les conditions prévues aux articles 1641 à 1648 et 2232 du code civil »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à inclure, dans les informations appelées à figurer dans l'offre de contrat en vue d'une meilleure information du consommateur sur ses droits, des indications sur la garantie légale contre les vices cachés, prévue aux articles 1641 à 1649 du code civil. Cette mention apparaît logique, dès lors que le projet gouvernemental étend déjà les informations adressées aux consommateurs à la garantie légale de conformité.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 426

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A l'alinéa 7, substituer au mot :

« visées »,

le mot :

« mentionnées ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 427

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A la fin de l'alinéa 7, substituer aux mots :

« aux articles L. 211-19 et suivants »,

les mots :

« à la section 6 du même chapitre I^{er} ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 428

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A l'alinéa 9, substituer au mot :

« bien »,

le mot :

« produit ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 429

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A l'alinéa 9, substituer aux mots :

« du site internet »,

les mots :

« du service de communication publique en ligne du vendeur ou du prestataire de service ».

Exposé sommaire

Amendement de précision.

PROJET DE LOI
renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(n° 3508)

CE 195 rect

AMENDEMENT

Présenté par

MM. Philippe-Armand MARTIN, Alain Suguenot, Philippe Goujon, Patrice Martin-Lalande, Jean-Pierre Decool, Lionnel Luca, Michel Terrot, Mme Martine Aurillac, MM. Jean-Michel Ferrand, Jean Proriot, Mmes Geneviève Colot, Marguerite Lamour, MM. Christian Ménard, Jean Roatta, Mme Muriel Marland-Militello, M. Jean-Pierre Dupont, Mme Jacqueline Irles, M. Fernand Siré, Mme Henriette Martinez, MM. Jean-Marc Roubaud, Frédéric Reiss et Mmes Bérengère Poletti et Pascale Gruny

ARTICLE 8

Après l'alinéa 9, insérer les alinéas suivants :

« Après l'article L. 113-5 du code de la consommation, il est créé un article L. 113-6 ainsi rédigé :

4 Art. L. 113-6.-

■ Afin de renforcer l'information des e-consommateurs, il est imposé aux professionnels du commerce sur internet de faire figurer sur leur page d'accueil et au moment de la validation d'une commande les éléments suivants :

- « - l'existence d'un droit de rétractation ;
- « - l'existence d'une garantie légale de conformité sur les biens ;
- « - la date du prix de référence utilisée pour les produits de saisons précédentes ;
- « - les modalités de prise en charge des frais de livraison. » ■

EXPOSE SOMMAIRE

L'e-commerce a connu un fort développement au cours des cinq dernières années :

- il atteint 31 milliards d'€ en 2010, contre 8,4 milliards d'€ en 2005, soit une multiplication par 4 en cinq ans ;
- En 2010, 58% des personnes âgées de 18 ans et plus ont commandé des produits ou services par Internet, contre 51% 2 ans plus tôt ;
- Le montant annuel moyen dépensé par acheteur atteint 1 113€ ;
- La France se situe au 9ème rang européen sur le taux de cyberacheteurs dans la population ;
- Le nombre de sites marchands actifs est de 81 900 en 2010, il double tous les 2 ans ;
- Les sites internet emploient aujourd'hui 60 000 personnes.

Pour autant, une récente étude du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc) et de l'Institut français de la mode (IFM) révèle plusieurs manquements à l'information des e-consommateurs et constate, malgré un cadre juridique identique à celui du commerce physique, un défaut d'information des e-consommateurs.

Cet amendement a donc pour objet de renforcer l'information des e-consommateurs en imposant aux professionnels de l'e-commerce de faire figurer sur leur page d'accueil et au moment de la validation des commandes les éléments d'information suivants :

- l'existence d'un droit de rétractation ;
- l'existence d'une garantie légale de conformité sur les biens ;
- la date du prix de référence utilisée pour les produits de saisons précédentes ;
- les modalités de prise en charge des frais de livraison.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508**

**Amendement présenté par Jean Pierre Nicolas et Bernard Gérard, député
et Martine Aurillac, Marc Bernier, Jean Claude Bouchet, Loïc Bouvard, Dino Ciniéri,
Louis Cosyns, Jean Pierre Decool, Yannick Favennec, Philippe Gosselin, Arlette
Grosskost, Jean Claude Guibal, Françoise Hostalier, Muriel Marland Militello, Jean
Claude Mathis, Christian Ménard, Josette Pons, Daniel Spagnou, Eric Straumann,
Alain Suguenot**

Article 8

Rédiger ainsi l'alinéa 14 :

« 4° Les informations relatives à la garantie légale de conformité des biens prévues aux articles L. 211-4 et suivants ainsi que, le cas échéant, les informations relatives au service après-vente et aux garanties commerciales ; ».

Exposé des motifs

Trop souvent, les sites de vente en ligne ne mentionnent pas l'existence de la garantie légale de conformité et ne mettent en avant que les garanties « constructeur », moins avantageuses pour le consommateur. Cela permet en outre à certains professionnels d'en profiter pour proposer des extensions de garanties, payantes pour le consommateur, alors que celui-ci pourrait bénéficier des mêmes avantages par le biais de la garantie légale.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

N°

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A l'alinéa 14, substituer aux mots :

« définie par les articles L. 211-4 et suivants »,

les mots :

« mentionnée à la section 2 du chapitre 1^{er} du titre I^{er} du présent livre ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSOMMATEURS**
(n° 3508)

AMENDEMENT

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

ARTICLE 8

A l'alinéa 14, après les mots :

« L. 211-4 et suivants »,

insérer les mots :

« et à la garantie légale relative aux défauts de la chose vendue dans les conditions prévues aux articles 1641 à 1648 et 2232 du code civil »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Amendement de cohérence, visant à inclure, dans les informations appelées à figurer dans le support écrit transmis au consommateur, au plus tard lors de la livraison, des indications sur la garantie légale contre les vices cachés, prévue aux articles 1641 à 1649 du code civil.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article additionnel

Article 8

Après l'alinéa 14, insérer l'alinéa suivant :

« À l'article L.121-20-1 du code de la consommation, substituer aux mots : « Au-delà, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur » les mots « Au-delà, la somme due est, de plein droit, majorée du taux maximum du crédit à la consommation proposé par le vendeur ».

EXPOSE SOMMAIRE

L'objet de cet amendement est de créer un outil dissuasif qui permettra au consommateur d'obtenir un remboursement dans le délai légal et sans avoir besoin d'entamer une procédure judiciaire.

Les consommateurs ont régulièrement du mal à se faire rembourser les sommes versées à la commande, le paiement d'intérêts au taux légal n'étant manifestement pas dissuasif.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article 8

Après l'alinéa 14, insérer l'alinéa suivant :

« À la fin deuxième alinéa de l'article L.121-20-3 du code de la consommation, substituer aux mots : « Au-delà de ce terme, ces sommes sont productives d'intérêts au taux légal. » les mots : « Au-delà de ce terme, ces sommes sont productives d'intérêts au taux maximum du crédit à la consommation proposé par le vendeur ».

EXPOSE SOMMAIRE

Il s'agit de créer un instrument dissuasif qui permettra au consommateur d'obtenir un remboursement dans le délai légal et sans avoir besoin d'entamer une procédure judiciaire.

Les consommateurs ont régulièrement du mal à se faire rembourser les sommes versées à la commande, le paiement d'intérêts au taux légal n'étant pas dissuasif.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 431

présenté par
M. Daniel Fâsquelle, rapporteur,
MM. Hervé Novelli et Bernard Gérard

ARTICLE 8

Après l'alinéa 14, insérer les deux alinéas suivants :

« III *bis* - L'article L. 121-26 du code de la consommation est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Le premier alinéa du présent article ne s'applique pas à la vente de produits en réunion organisée par le vendeur à son domicile ou au domicile d'un consommateur ayant préalablement et expressément accepté que cette vente se déroule à son domicile. Pour ces ventes, lorsque le droit de rétractation prévu à l'article L. 121-25 est exercé, le vendeur est tenu de rembourser le consommateur, par tout moyen de paiement, de la totalité des sommes versées, dans les meilleurs délais et, au plus tard, dans les trente jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé. Au-delà, la somme due est de plein droit productive d'intérêts au double du taux légal en vigueur. »

Exposé sommaire

Le présent amendement s'applique aux ventes réalisées en réunion au domicile de consommateurs qui sont expressément consentants, et qui autorisent les vendeurs à percevoir immédiatement le paiement d'articles vendus et les acheteurs à repartir avec les achats qu'ils viennent d'effectuer. C'est ce que l'on appelle communément les ventes en réunion dites « *réunion Tupperware* », c'est à dire les ventes qui sont organisées dans un cercle restreint de connaissances ou de voisinage.

Dans le cadre d'une opération de démarchage (section III du chapitre I^{er} du titre II du Livre I^{er} du code de la consommation), le premier alinéa de l'article L. 121-26 du code de la consommation précise que le vendeur ne peut en aucun cas exiger la moindre contrepartie de la part de l'acheteur avant que ne se soit écoulé le délai de rétractation de 7 jours prévu à l'article L. 121-25 du code de la consommation.

Cet amendement vise à permettre une exception à la première partie de l'article L. 121-26, en permettant au vendeur (qui est également le démonstrateur) d'être immédiatement rétribué par l'acheteur.

Il s'agit donc à légaliser une pratique qui connaît un réel succès et qui, compte tenu des circonstances de ces ventes (qui, en général, portent sur des sommes peu élevées), nécessitent une certaine souplesse de fonctionnement. Pour autant, les droits du consommateur sont préservés puisque demeurent tant le principe du droit de rétractation que celui selon lequel, en cas de rétractation, le professionnel doit rembourser le client de la totalité des sommes qu'il a pu verser.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508**

**Amendement présenté par Jean Pierre Nicolas et Bernard Gérard, députés
et Martine Aurillac, Marc Bernier, Jean Claude Bouchet, Loïc Bouvard, Dino Ciniéri,
Louis Cosyns, Jean Pierre Decool, Yannick Favennec, Philippe Gosselin, Arlette
Grosskost, Jean Claude Guibal, Françoise Hostalier, Muriel Marland Militello, Jean
Claude Mathis, Christian Ménard, Josette Pons, Daniel Spagnou, Eric Straumann,
Alain Suguenot**

ARTICLE 8

Après l'alinéa 14, insérer les alinéas suivants :

« L'article L.121-26 du code de la consommation est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Le premier alinéa du présent article ne s'applique pas à la vente de produits en réunion organisée par le vendeur à son domicile ou au domicile d'un consommateur ayant préalablement et expressément accepté que cette vente se déroule à son domicile. Pour ces ventes, lorsque le droit de rétractation prévu à l'article L. 121-25 est exercé, le vendeur est tenu de rembourser le consommateur, par tout moyen de paiement, de la totalité des sommes versées, dans les meilleurs délais et, au plus tard, dans les trente jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé. Au-delà, la somme due est de plein droit productive d'intérêts au taux légal en vigueur. » »

Exposé des motifs

Il s'agit par cette mesure d'assouplir le dispositif du démarchage à domicile, pour les seules ventes réalisées en réunion au domicile de consommateurs expressément consentants, en permettant aux vendeurs de percevoir le paiement des articles vendus et aux acheteurs(ses) de repartir immédiatement avec leur achats.

Cette mesure ne concerne que le type de ventes en réunion dites « réunion Tupperware », c'est à dire des ventes organisées dans un cercle assez restreint de connaissances ou de voisinage. Elle vise à légaliser une pratique déjà installée de perception de chèques le jour de la commande, et de délivrance de la marchandise le jour de la vente (bijoux fantaisie, lingerie, produits cosmétiques, produits d'entretien...etc.).

Compte tenu des circonstances de ces ventes, auxquelles se rendent spontanément les clientes et qui ne portent pas sur des sommes très élevées cette souplesse peut être apportée tout en n'abandonnant pas le principe du droit de rétractation qui reste effectif et qui doit donner lieu au remboursement par le professionnel de la totalité des sommes versées par le client.

ASSEMBLÉE NATIONALE

PROJET DE LOI RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION
ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS - (n° 3508)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

*présenté par**Mme Catherine VAUTRIN*-----
ARTICLE 8

Après l'alinéa 14, insérer les alinéas suivants :

« L'article L.121-26 du Code de la consommation est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Le premier alinéa du présent article ne s'applique pas à la vente de produits en réunion organisée par le vendeur à son domicile ou au domicile d'un consommateur ayant préalablement et expressément accepté que cette vente se déroule à son domicile. Pour ces ventes, lorsque le droit de rétractation prévu à l'article L. 121-25 est exercé, le vendeur est tenu de rembourser le consommateur, par tout moyen de paiement, de la totalité des sommes versées, dans les meilleurs délais et, au plus tard, dans les trente jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé. Au-delà, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur ».

EXPOSE SOMMAIRE

Cet amendement vise à introduire dans le projet de loi, une disposition déjà adoptée par l'assemblée nationale, le 20 janvier 2010, dans le cadre de l'examen de la proposition de loi *visant à renforcer la protection des consommateurs en matière de vente à distance*.

Il s'agit par cette mesure d'assouplir le dispositif du démarchage à domicile, pour les seules ventes réalisées en réunion au domicile de consommateurs expressément consentants, en permettant aux vendeurs de percevoir le paiement des articles vendus et aux acheteurs(ses) de repartir immédiatement avec leur achats.

Cette mesure ne concerne que le type de ventes en réunion dites « réunion Tupperware », c'est à dire des ventes organisées dans un cercle assez restreint de connaissances ou de voisinage. Elle vise à légaliser une pratique déjà installée de perception de chèques le jour de

la commande, et de délivrance de la marchandise le jour de la vente (bijoux fantaisie, lingerie, produits cosmétiques, produits d'entretien...etc.).

Compte tenu des circonstances de ces ventes, auxquelles se rendent spontanément les clientes et qui ne portent pas sur des sommes très élevées cette souplesse peut être apportée tout en n'abandonnant pas le principe du droit de rétractation qui reste effectif et qui doit donner lieu au remboursement par le professionnel de la totalité des sommes versées par le client.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 433

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur
MM. Lionel Tardy et Bernard Gérard

ARTICLE 8

Après l'alinéa 14, insérer les dix alinéas suivants :

« L'article L. 141-1 du code de la consommation est complété par un VII ainsi rédigé :

« VII. – Sont recueillies, dans les conditions fixées au I, les informations nécessaires pour apprécier la bonne exécution par un professionnel des obligations résultant du contrat conclu à distance, visée au quatrième alinéa de l'article L. 121-20-3.

« S'il apparaît, à l'issue des investigations menées, qu'un professionnel proposant la vente de biens ou la fourniture de services à distance est dans l'incapacité manifeste de respecter les obligations visées au précédent alinéa, générant ou susceptible de générer un préjudice financier pour le consommateur, l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peut, après une procédure contradictoire, interdire à ce professionnel, sur tout ou partie des biens et services proposés, de réaliser toute prise de paiement avant la livraison intégrale du bien ou l'exécution effective du service, pendant une période ne pouvant excéder deux mois. Cette mesure peut être reconduite selon la même procédure pour des périodes supplémentaires dont chacune ne dépasse pas un mois.

« En cas d'inexécution par le professionnel de la mesure d'injonction, l'autorité administrative compétente peut prononcer à l'encontre de ce dernier, dans les conditions prévues au VII, une amende administrative au plus égale à 30 000 € et peut demander au juge d'ordonner, sous astreinte, toute mesure permettant d'assurer l'exécution de l'injonction.

« Les amendes et les astreintes mentionnées au présent article sont versées au comptable public et sont recouvrées comme les créances de l'État étrangères à l'impôt et au domaine.

« Le ministre chargé de la consommation est autorisé à communiquer sur l'existence de cette mesure d'interdiction temporaire de prise de paiement avant la livraison intégrale du produit ou l'exécution effective du service.

« L'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peut imposer à tout professionnel faisant l'objet d'une interdiction de prise de paiement d'avertir le

consommateur de la mesure administrative dont il fait l'objet et du produit (bien ou service) précis sur lequel elle porte. Cet avertissement prend la forme d'un message, sur la base d'un modèle standard établi par l'administration chargée de la concurrence et de la consommation, qui doit être affiché de façon claire et non équivoque sur la page d'accueil du site internet dudit professionnel..

« L'interdiction de la prise de paiement peut être levée si le professionnel, au terme d'une procédure contradictoire, apporte la preuve qu'il est à nouveau en mesure de respecter ses obligations contractuelles.

« Les modalités de mise en œuvre du présent VII sont fixées par décret en Conseil d'État. »

Exposé sommaire

Au cours des dernières années, plusieurs affaires retentissantes de défaillance d'entreprises de vente à distance ont généré des préjudices massifs pour les consommateurs qui ont suscité émoi et colère : ce fut le cas, par exemple, de l'affaire de *Show-Room 2001* (placé en redressement judiciaire en octobre 2008), *Le Magicien des prix* (placé en liquidation judiciaire en mai 2009) et, surtout, *la CAMIF*, dont la liquidation judiciaire a été prononcée en octobre 2008.

Le présent amendement vise à prévenir les risques financiers que pourraient subir les consommateurs en cas de défaillance d'une entreprise de vente à distance, que cette défaillance soit liée à des difficultés financières ou à une pratique frauduleuse, sans pour autant faire peser une contrainte excessive sur l'activité économique des opérateurs.

Cet amendement, qui complète l'article L. 141-1 du code de la consommation, étend les pouvoirs de l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation en permettant à ses agents, après un débat contradictoire avec le professionnel, de suspendre, lors de toute nouvelle commande, pour une période déterminée (2 mois renouvelable par période de 1 mois) et pour tout ou partie des produits et services proposés à la vente, la prise de paiement par des vendeurs à distance dans l'incapacité manifeste d'honorer leur obligation de livraison dans les délais convenus avec les consommateurs.

Il ne s'agit pas d'interdire purement et simplement la prise de nouvelle commande, ce qui pourrait paraître excessif et avoir pour effet de condamner à court terme l'entreprise faisant l'objet d'une telle injonction, mais seulement de prévenir tout risque de préjudice financier conséquent pour les consommateurs.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508**

**Amendement présenté par Jean Pierre Nicolas et Bernard Gérard, députés
et Martine Aurillac, Marc Bernier, Jean Claude Bouchet, Loïc Bouvard, Dino Ciniéri,
Louis Cosyns, Jean Pierre Decool, Yannick Favennec, Philippe Gosselin, Arlette
Grosskost, Jean Claude Guibal, Françoise Hostalier, Laure de La Raudière, Muriel
Marland Militello, Jean Claude Mathis, Christian Ménard, Josette Pons, Daniel
Spagnou, Eric Straumann, Alain Suguenot**

ARTICLE 8

Après l'alinéa 14, insérer les alinéas suivants :

« L'article L. 141-1 du code de la consommation est complété par un VII ainsi rédigé :

« VII. - Sont recueillies, dans les conditions fixées au I, les informations nécessaires pour apprécier la bonne exécution par un professionnel des obligations résultant du contrat conclu à distance, visée au quatrième alinéa de l'article L. 121-20-3.

« S'il apparaît, à l'issue des investigations menées, qu'un professionnel proposant la vente de biens ou la fourniture de services à distance est dans l'incapacité manifeste de respecter les obligations visées au précédent alinéa, générant ou susceptible de générer un préjudice financier pour le consommateur, l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peut, après une procédure contradictoire, interdire à ce professionnel, sur tout ou partie des biens et services proposés, de réaliser toute prise de paiement avant la livraison intégrale du bien ou l'exécution effective du service, pendant une période ne pouvant excéder deux mois. Cette mesure peut être reconduite selon la même procédure pour des périodes supplémentaires dont chacune ne dépasse pas un mois.

« En cas d'inexécution par le professionnel de la mesure d'injonction, l'autorité administrative compétente ordonne le paiement d'une amende administrative au plus égale à 30 000 € et demande au juge d'ordonner, sous astreinte, toute mesure permettant d'en assurer l'exécution.

« Les amendes et les astreintes mentionnées au présent article sont versées au Trésor et sont recouvrées comme les créances de l'État étrangères à l'impôt et au domaine.

« Le ministre chargé de la consommation est autorisé à communiquer sur l'existence de cette mesure d'interdiction temporaire de prise de paiement avant la livraison intégrale du produit ou l'exécution effective du service.

« L'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peut imposer à tout professionnel faisant l'objet d'une interdiction de prise de paiement d'avertir le consommateur de la mesure administrative dont il fait l'objet et du produit (bien ou service) précis sur lequel elle porte. Cet avertissement prend la forme d'un message, sur la base d'un modèle standard établi par l'administration chargée de la concurrence et de la consommation,

qui doit être affiché de façon claire et non équivoque sur la page d'accueil du site internet dudit professionnel. Les modalités de mise en œuvre de la présente disposition sont fixées par décret en Conseil d'État.

« L'interdiction de la prise de paiement peut être levée si le professionnel, au terme d'une procédure contradictoire, apporte la preuve qu'il est à nouveau en mesure de respecter ses obligations contractuelles.

« Ces mesures ne sont pas applicables lorsque sont mis en œuvre les articles L. 611-3, L. 611-4, L. 620-1, L. 620-2, L. 631-1 à L. 631-22 et L. 641-1 à L. 641-15 du code de commerce.

« Les modalités de mise en œuvre de ces procédures sont fixées par décret en Conseil d'État. »

Exposé des motifs

Le présent amendement propose d'étendre les pouvoirs de l'autorité chargée de la protection des consommateurs (DGCCRF) en instaurant un dispositif administratif de suspension temporaire de toute prise de paiement avant la livraison intégrale du produit ou l'exécution effective d'un service (*avant toute prise de commande selon le texte initial*) pour les entreprises de vente à distance qui ne sont manifestement pas ou plus en mesure de livrer ses clients dans les délais convenus.

Si, au cours de son enquête, l'autorité compétente en matière de concurrence et de consommation constate que le professionnel est dans l'incapacité manifeste de remplir ses obligations et que cette défaillance génère de manière effective ou potentielle un préjudice important pour un grand nombre de consommateurs, il est alors prévu que l'on passe à un niveau supérieur de responsabilité. En effet, le ministre en charge de la consommation peut alors interdire à ce professionnel, par la voie d'un arrêté et au terme d'une procédure contradictoire, la prise de toute nouvelle commande sur tout ou partie des produits proposés (qu'il s'agisse d'un bien ou d'un service) ou toute prise de paiement. Cette interdiction, subordonnée à la livraison intégrale du produit ou à l'exécution effective du service, peut être prononcée pour une durée d'un mois renouvelable ; cette précision est essentielle puisqu'elle signifie que la mesure revêt donc un caractère temporaire, en aucun cas définitif (cette caractéristique est d'ailleurs rappelée à l'alinéa 5, qui parle explicitement de « *mesure d'interdiction temporaire* »). La procédure est lourde et, par définition, relativement solennelle : il convient immédiatement de temporiser cette impression en soulignant combien sa mise en œuvre est entourée d'un certain nombre de garanties propres à rassurer le professionnel. Ainsi, outre le fait que sa défaillance peut n'être que temporaire et, de ce fait, ne pas entraîner la moindre mesure d'interdiction, elle sera en tout état de cause évaluée à l'aune d'un faisceau d'indices : compte tenu des libertés en cause (liberté du commerce et de l'industrie, liberté d'entreprendre), il allait de soi qu'une telle mesure n'allait pas pouvoir être prise de façon trop précipitée. L'incapacité du professionnel doit tout d'abord revêtir un caractère « *manifeste* » ce qui suppose au préalable un examen attentif notamment de sa situation financière (qui l'empêcherait, par exemple, de rémunérer ses éventuels sous-traitants, situation de nature à l'empêcher de fabriquer les biens qu'il a ensuite pour mission de livrer) et de sa capacité productive. Ensuite, l'éventuelle mesure d'interdiction ne peut être décidée que si la situation du professionnel génère ou, simplement, est *susceptible* de générer un préjudice financier (ce qui exclut, a contrario, les préjudices d'une autre nature) pour un grand nombre de consommateurs, cette dernière appréciation dépendant elle-même de la nature du bien ou du service en cause. Enfin, il importe de souligner que, quand bien même

tous ces éléments seraient réunis, la mesure d'interdiction revêt toujours un caractère potentiel, l'alinéa 2 précisant à cet effet que le ministre « *peut* » prononcer une mesure d'interdiction, toute compétence liée étant ici exclue.

L'alinéa 3 prévoit que si le professionnel ne respecte pas l'obligation qui lui a été signifiée par arrêté ministériel, il encourt une amende administrative dont le montant ne peut excéder 30 000 euros. Là encore, à l'instar des conditions précédemment détaillées dans lesquelles une interdiction peut être prononcée, le fait que cet alinéa fixe un montant maximal permet donc à l'autorité administrative compétente de moduler le montant de l'amende pour tenir compte de l'ampleur de la défaillance, de la situation du professionnel de la vente à distance ou, le cas échéant, d'une éventuelle récidive dans le manquement. Bien qu'applicable avec une certaine souplesse, cette mesure n'en revêt pas moins un caractère hautement dissuasif, l'autorité administrative pouvant éventuellement demander au juge d'ordonner toute mesure permettant de s'assurer du paiement effectif de l'amende.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article 8

Après l'alinéa 15, insérer les deux alinéas suivants :

« V. A – Le premier alinéa de l'article L. 114-1 du Code de la consommation est ainsi rédigé :

« Tout contrat de vente d'un bien meuble ou de fourniture d'une prestation de services à un consommateur comporte, lorsque la livraison du bien ou la fourniture de la prestation n'est pas immédiate, l'indication de la date limite à laquelle le professionnel assure la livraison du bien ou l'exécution de la prestation. Le non respect de cette échéance engage la responsabilité du professionnel. »

EXPOSE DES MOTIFS

Il est de plus en plus fréquent de voir apparaître dans les conditions générales de vente de commerçants en ligne (Internet) des clauses mentionnant des délais indicatifs de livraison à titre informatif. Le consommateur est laissé ainsi dans le plus grand flou quant à la date effective de réception de sa commande.

Dans sa rédaction actuelle, l'article L. 114-1 oblige les professionnels à indiquer la date limite de livraison mais seulement lorsque le prix excède un seuil fixé par décret.

Une telle exonération n'apparaît pas justifiable, frappant d'inégalité les consommateurs devant le droit à une information claire.

Le présent amendement vise ainsi à accorder à tous les mêmes droits et engage la responsabilité du fournisseur à l'égard du consommateur.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)

AMENDEMENT

CE N° 432

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur
et M. Bernard Gérard

ARTICLE 8

Après l'alinéa 15, insérer les deux alinéas suivants :

« IV. *ter* - La dernière phrase du premier alinéa de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation est complétée par la phrase suivante :

« Au-delà du terme prescrit par l'article L. 121-20-1, la somme est, de plein droit, productive d'intérêts au double du taux légal en vigueur ». »

Exposé sommaire

Le IV de l'article 8 du présent projet de loi tend à aggraver les pénalités dues par le professionnel en cas de non remboursement des sommes versées par le consommateur dans le délai légal de trente jours, lorsque celui-ci exerce son droit de rétractation ou lorsque le produit est indisponible. En effet, au-delà de trente jours la somme non remboursée sera productive d'intérêts *au double* du taux légal en vigueur (au lieu du taux légal actuellement) afin d'inciter les professionnels à respecter ce délai.

Par souci de cohérence, le présent amendement prévoit que ce dispositif s'applique également en cas de non remboursement des sommes dues par le professionnel dans les trente jours suivants la résolution de la vente par le consommateur dans les conditions fixées par l'article L. 121-20-3, c'est à dire en cas de non-respect de la date limite de livraison à laquelle le vendeur à distance s'est engagé à livrer le bien.

Projet de loi Droits, protection et information des consommateurs
(n°3508)

Amendement

Présenté par : Mme Annick Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Corinne Erhel, Pascale Got, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie, Mme Jacqueline Maquet, Marie-Lou Marcel, M. William Dumas et les membres du groupe SRC

Article 8

Après l'alinéa 15, insérer l'alinéa suivant :

« Après le deuxième alinéa de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation, insérer un alinéa rédigé comme suit :

« A défaut de justification du motif de non-exécution du contrat par le fournisseur, cette dernière est présumée résulter de l'indisponibilité du bien ou du service commandé. »

EXPOSE SOMMAIRE

Cet amendement vise à permettre une application effective du deuxième alinéa de l'article L. 121-20-3 pour limiter le préjudice subi par le consommateur en conséquence du non respect des engagements contractuels du fournisseur.

Trop souvent l'absence de livraison d'un bien résulte de l'impossibilité pour le fournisseur de se procurer le bien. Le consommateur ne pouvant prouver cet état de fait se voit refuser l'application du deuxième alinéa sus mentionné et doit ainsi attendre les délais prévus par l'article L. 121-20-1 pour être remboursé, soit 30 jours à compter de l'annulation de la commande et non 30 jours à compter du paiement de la commande. Il n'appartient pas au consommateur lésé d'apporter de la trésorerie aux entreprises fautives.

CE 81

ASSEMBLÉE NATIONALE

Juillet 2011

PROJET DE LOI N° 3508

RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS

1ère lecture

AMENDEMENT

Présenté par M. Thierry BENOIT

ARTICLE 8

les 5 alinéas suivants :

Après l'alinéa 17 ~~de cet article~~, insérer un VI et un VII rédigés comme suit :

« VI. - A l'article L. 121-19 du code de la consommation, insérer un nouveau point rédigé comme suit :

« IV. – En cas de vente par téléphone ou par tout autre moyen technique oral, y compris à l'initiative du consommateur, le professionnel doit adresser une confirmation écrite de l'offre. Le consommateur n'est engagé que par sa signature.

« VII. - L'article L. 121-27 du code de la consommation est rédigé comme suit :

« I. - A la suite d'un démarchage par téléphone ou par tout moyen technique assimilable, y compris à l'initiative du consommateur, le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation écrite de l'offre qu'il a faite. Le consommateur n'est engagé que par sa signature. Il bénéficie alors des dispositions prévues aux articles L. 121-18, L. 121-19, L. 121-20, L. 121-20-1 et L. 121-20-3.

« II. - Les dispositions du présent article sont applicables à tout type de ventes par téléphone ou par tout autre moyen technique oral, même à l'initiative du consommateur. »

EXPOSE SOMMAIRE

A la différence des ventes à distance ayant un support écrit (Internet, imprimé, courrier, catalogue, télécopie...), la vente par téléphone ou par tout autre moyen oral (télévision) ne permet pas au consommateur d'être pleinement informé sur les caractéristiques et conditions de l'offre à laquelle il souscrit.

Le consommateur ne connaît de l'offre que ce que lui communique oralement le professionnel qui en aucun cas n'évoque l'ensemble des caractéristiques de l'offre, les limitations de responsabilité ou encore le contenu des conditions générales ou particulières de vente ou d'utilisation. Le consommateur n'est donc pas en mesure de donner un consentement éclairé lors de la souscription du contrat par téléphone.

Il convient donc de prévoir, pour toutes les ventes par téléphone ou autre moyen technique oral, y compris à l'initiative du consommateur, une confirmation par écrit de l'offre communiquée par téléphone, le contrat n'étant alors formé qu'à la signature de cette confirmation écrite.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(1^{ère} lecture)
(n° 3508)

AMENDEMENT

Présenté par Philippe Armand MARTIN, Jean Pierre NICOLAS et Arlette Grosskost

Obligation de prévoir une confirmation écrite dans les cas de démarchage téléphonique

ARTICLE 8

insérer les 5 alinéas suivants :

Après l'alinéa 17 ~~de cet article, insérer un VI et un VII rédigés comme suit :~~

« VI. - A l'article L. 121-19 du code de la consommation, insérer un nouveau point rédigé comme suit :

“ IV. - En cas de vente par téléphone ou par tout autre moyen technique oral, y compris à l'initiative du consommateur, le professionnel doit adresser une confirmation écrite de l'offre. Le consommateur n'est engagé que par sa signature.

“ VII. - L'article L. 121-27 du code de la consommation est rédigé comme suit :

“ I. - A la suite d'un démarchage par téléphone ou par tout moyen technique assimilable, y compris à l'initiative du consommateur, le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation écrite de l'offre qu'il a faite. Le consommateur n'est engagé que par sa signature. Il bénéficie alors des dispositions prévues aux articles L. 121-18, L. 121-19, L. 121-20, L. 121-20-1 et L. 121-20-3.

“ II. - Les dispositions du présent article sont applicables à tout type de ventes par téléphone ou par tout autre moyen technique oral, même à l'initiative du consommateur. »

EXPOSE SOMMAIRE

A la différence des ventes à distance ayant un support écrit (Internet, imprimé, courrier, catalogue, télécopie...), la vente par téléphone ou par tout autre moyen oral (télévision) ne permet pas au consommateur d'être pleinement informé sur les caractéristiques et conditions de l'offre à laquelle il souscrit.

Le consommateur ne connaît de l'offre que ce que lui communique oralement le professionnel qui en aucun cas n'évoque l'ensemble des caractéristiques de l'offre, les limitations de responsabilité ou encore le contenu des conditions générales ou particulières de vente ou d'utilisation. Le consommateur n'est donc pas en mesure de donner un consentement éclairé lors de la souscription du contrat par téléphone.

Il convient donc de prévoir, pour toutes les ventes par téléphone ou autre moyen technique oral, y compris à l'initiative du consommateur, une confirmation par écrit de l'offre communiquée par téléphone, le contrat n'étant alors formé qu'à la signature de cette confirmation écrite.

RENFORCANT LES DROITS ET LA PROTECTION ET L'INFORMATIONS DES
CONSOUMMATEURS
(n° 3508)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N°

présenté par
Jean Dionis du Séjour

ARTICLE 8

*les 5 alinéas suivants :*Après l'alinéa 17 de cet article, insérer un ~~VI et un VII~~ rédigés comme suit :

- ~~« VI. - A l'article L. 121-19 du code de la consommation, insérer un nouveau point rédigé comme suit :~~
- « IV. — En cas de vente par téléphone ou par tout autre moyen technique oral, y compris à l'initiative du consommateur, le professionnel doit adresser une confirmation écrite de l'offre. Le consommateur n'est engagé que par sa signature.
- ~~« VII. - L'article L. 121-27 du code de la consommation est rédigé comme suit :~~
- « I. - A la suite d'un démarchage par téléphone ou par tout moyen technique assimilable, y compris à l'initiative du consommateur, le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation écrite de l'offre qu'il a faite. Le consommateur n'est engagé que par sa signature. Il bénéficie alors des dispositions prévues aux articles L. 121-18, L. 121-19, L. 121-20, L. 121-20-1 et L. 121-20-3.
- « II. - Les dispositions du présent article sont applicables à tout type de ventes par téléphone ou par tout autre moyen technique oral, même à l'initiative du consommateur. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

A la différence des ventes à distance ayant un support écrit (Internet, imprimé, courrier, catalogue, télécopie...), la vente par téléphone ou par tout autre moyen oral (télévision) ne permet pas au consommateur d'être pleinement informé sur les caractéristiques et conditions de l'offre à laquelle il souscrit.

Le consommateur ne connaît de l'offre que ce que lui communique oralement le professionnel qui en aucun cas n'évoque l'ensemble des caractéristiques de l'offre, les limitations de responsabilité ou encore le contenu des conditions générales ou particulières de vente ou d'utilisation. Le consommateur n'est donc pas en mesure de donner un consentement éclairé lors de la souscription

du contrat par téléphone.

Il convient donc de prévoir, pour toutes les ventes par téléphone ou autre moyen technique oral, y compris à l'initiative du consommateur, une confirmation par écrit de l'offre communiquée par téléphone, le contrat n'étant alors formé qu'à la signature de cette confirmation écrite.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(1^{ère} lecture)
(n° 3508)

AMENDEMENT

Présenté par Philippe Armand Martin, Jean Pierre Nicolas et Arlette Grosskost

ARTICLE 8

les suivants :
 Après l'alinéa 17 de cet article, insérer ~~trois~~ *trois* alinéas ~~rédigés comme suit~~ :

« VI. – 1° L'article L. 121-20-2 du code de la consommation est rédigé comme suit :

« Le droit de rétractation ne peut être exercé, sauf si les parties en sont convenues autrement, pour les contrats :

- « a) De fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou qui, du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou de se périmer rapidement ;
- « b) De fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques ne constituant pas l'accessoire d'un bien ou d'un service lorsqu'ils ont été descellés par le consommateur ;
- « c) De fourniture de journaux, de périodiques ou de magazines ;
- « d) De service de paris ou de loteries autorisés ;
- « e) De prestation de services d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs qui doivent être fournis dans un délai inférieur à 30 jours suivant la passation de la commande.
 Dans tous les autres cas, le droit de rétractation peut être exercé même si le bien ou la prestation de services ont été utilisés dans des conditions normales et raisonnablement prévisibles par le professionnel. »
- « 2° Les deux derniers alinéas de l'article L. 121-20-4 sont supprimés. »

EXPOSE SOMMAIRE

Les professionnels imposent au consommateur qui souhaite se rétracter le retour du produit dans son emballage d'origine non endommagé ou encore interdisent toute utilisation du bien. De telles dispositions, insérées dans les conditions générales, qui interdisent toute ouverture du paquet (qui endommage forcément l'emballage), empêchent toute vérification et donc ont pour effet de priver le consommateur de l'exercice de son droit de rétractation. Ces clauses sont d'autant plus critiquables que le droit de rétractation est d'ordre public.

Le présent amendement entend donc préciser que l'utilisation du bien ou de la prestation de services ne peut remettre en cause le droit de rétractation du consommateur, dès lors bien évidemment qu'aucun dommage du fait du consommateur n'en résulte.

Par ailleurs, pour assurer la cohésion avec la nouvelle rédaction de l'article L. 121-20 du code de la consommation, il convient de supprimer la première hypothèse visée, à savoir la fourniture de services dont l'exécution a commencé, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de sept jours francs.

Par ailleurs, l'article L. 121-20-4 exclu le droit de rétractation pour les ventes à distance de voyages ou de prestations simples d'hébergement, de transport, de restauration et de loisirs, alors qu'aucune justification ne permet de faire la distinction entre ces prestations et les autres prestations de service bénéficiant elles du droit de rétractation.

Certaines sociétés (easybycoach.com pour la vente de billets d'avion, hotel.at pour les réservations de chambres d'hôtel, SNCF pour certains billets de train, vols réguliers plein tarifs pour les billets d'avion), dans le cadre d'une démarche commerciale, offrent déjà une telle possibilité ce qui démontre la faisabilité de la rétractation sur ces questions.

Etant donné les opérations auprès des tiers qu'engendre une commande de voyage par un voyageur, il paraît équitable de ne permettre cette faculté de rétractation que pour les voyages à réaliser à plus de 30 jours, laissant ainsi le temps au voyageur, passé ce délai de 7 jours, d'effectuer les démarches nécessaires auprès de ses différents prestataires.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508

Amendement présenté par Jean Pierre Nicolas et Bernard Gérard, députés

et Martine Aurillac, Marc Bernier, Jean Claude Bouchet, Loïc Bouvard, Dino Ciniéri,
Louis Cosyns, Jean Pierre Decool, Yannick Favennec, Philippe Gosselin, Arlette
Grosskost, Jean Claude Guibal, Françoise Hostalier, Laure de La Raudière, Muriel
Marland Militello, Jean Claude Mathis, Christian Ménard, Josette Pons, Daniel
Spagnou, Eric Straumann, Alain Suguenot

Article 8

Après l'alinéa 17 de cet article, insérer ^{les 2} ~~trois~~ ^{suivants} alinéas ~~rédigés comme suit~~ :

« Le 4° de l'article L. 121-20-2 du code de la consommation est ainsi rédigé :

« 4° De fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques ne constituant pas l'accessoire indissociable d'un bien ou d'un service, lorsque le consommateur a la possibilité d'accéder à l'oeuvre enregistrée ou au logiciel, notamment par descelllement ou téléchargement. »

Exposé des motifs

L'article L.121-20-2 du Code de la Consommation détermine les produits ou services pour lesquels le droit de rétractation ne peut être exercé par le consommateur, sauf accord des parties.

Son écriture n'est plus adaptée aux produits et services nouveaux, en particulier au téléchargement d'oeuvres immatérielles.

Il s'agit pas cet article de compléter l'alinéa 5 de l'article L.121-20-2 du Code de la Consommation, qui visait dans les exceptions au droit de rétractation la fourniture d'enregistrement audio ou vidéo ou de logiciels informatiques lorsqu'ils ont été descellés par le consommateur, et de l'étendre au téléchargement d'oeuvres immatérielles.

Il s'agit aussi dans cet article de préciser que ne sont visés que les logiciels qui ne sont pas indissociables d'un autre bien ou service, ce qui ne fait pas entrer dans les exceptions au droit de rétractation la vente d'ordinateurs, par exemple.

RENFORCANT LES DROITS ET LA PROTECTION ET L'INFORMATIONS DES
CONSUMMATEURS
(n° 3508)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N°

présenté par
Jean Dionis du Séjour

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17 ^{les} ~~de cet article~~, insérer ^v trois alinéas ^{suivants :} ~~rédigés comme suit :~~

« VI. - Après le premier alinéa de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation, insérer deux alinéas rédigés comme suit :

« En cas de paiement par carte de paiement telle que définie à l'article L. 132-1 du code monétaire et financier et à l'exception des entreprises de presse, le professionnel est tenu d'attendre l'expédition des marchandises commandées pour encaisser le paiement correspondant effectué par le consommateur. »

« Le professionnel pourra néanmoins procéder sans délai à l'encaissement du montant des marchandises s'il justifie d'une garantie financière spécialement affectée au remboursement en principal des fonds versés par les consommateurs selon des modalités fixées par voie réglementaire. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à protéger le consommateur en différant le paiement, encaissé au moment de l'expédition de la marchandise, sauf si le professionnel dispose d'une garantie financière. Qu'il s'agisse de vente par correspondance ou de vente par Internet, lorsqu'un professionnel de la vente à distance fait l'objet d'un redressement ou d'une liquidation judiciaire, ce sont des milliers de consommateurs qui se trouvent lésés. Les exemples récents de la Camif ou du site Internet Showroom 2001 l'ont montré : le client n'a aucune solution légale pour obtenir le remboursement du paiement acquitté lors de la commande, alors que la marchandise commandée et payée ne lui a jamais été livrée. En l'état actuel de la réglementation, ce client peut seulement déclarer sa créance auprès du mandataire judiciaire, avec de très faibles chances de récupérer les sommes qu'il a versées lors de la commande.

C'est la raison pour laquelle il convient d'imposer aux professionnels de la vente à distance d'attendre l'expédition des marchandises commandées pour encaisser le paiement correspondant effectué par le client, ce que font déjà un certain nombre d'entreprises. Cette obligation légale permettrait d'éviter des milliers de victimes lors de la fermeture d'une entreprise de vente à distance.

ASSEMBLÉE NATIONALE

Juillet 2011

PROJET DE LOI N° 3508

RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS

1ère lecture

AMENDEMENT

Présenté par M. Thierry BENOIT

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17 ~~de cet article~~, insérer ~~un~~ ^{suivant} alinéa rédigé comme suit :

« VI. - Au deuxième alinéa de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation, remplacer le mot « trente » par le mot « quinze ». »

EXPOSE SOMMAIRE

En matière de vente à distance, le délai de remboursement d'un consommateur qui annule sa commande pour non-respect des délais de livraison est extrêmement long alors même que la faute de l'absence de livraison revient au professionnel. Cela n'est pas sans poser de difficulté puisque le consommateur voit ainsi son argent bloqué, l'empêchant de se procurer le produit auprès d'un autre marchand.

La réduction (de 30 à 15 jours) du délai de remboursement des sommes versées par le consommateur serait très favorable au consommateur. Par ailleurs, il favoriserait une saine concurrence entre les acteurs de la vente à distance puisqu'aujourd'hui, en raison de délais de remboursement importants, le client est captif du professionnel fautif et hésitera à annuler sa commande.

CE 201

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(n° 3508)**

AMENDEMENT

Présenté par

Mme Annick Le Loch, Frédérique Massat, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme
Pascale Got, Corinne Erhel, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le
Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boissérie et les
membres du groupe socialiste

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17 ~~de cet article~~, insérer ^{un} ~~un~~ alinéa ^{suivant} ~~rédigé comme suit~~ :

« VI. - Au deuxième alinéa de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation, remplacer le
mot « trente » par le mot « quinze ». »

EXPOSE SOMMAIRE

En matière de vente à distance, le délai de remboursement d'un consommateur qui annule sa
commande pour non-respect des délais de livraison est extrêmement long alors même que la
faute de l'absence de livraison revient au professionnel. Cela n'est pas sans poser de difficulté
puisque le consommateur voit ainsi son argent bloqué, l'empêchant de se procurer le produit
auprès d'un autre marchand.

La réduction (de 30 à 15 jours) du délai de remboursement des sommes versées par le
consommateur serait très favorable au consommateur. Par ailleurs, il favoriserait une saine
concurrence entre les acteurs de la vente à distance puisqu'aujourd'hui, en raison de délais de
remboursement importants, le client est captif du professionnel fautif et hésitera à annuler sa
commande.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(1^{ère} lecture)
(n° 3508)

AMENDEMENT

Présenté par Arlette Grosskost et Jean Pierre NICOLAS

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17 ~~de cet article~~, insérer ^{les} deux alinéas ^{suivants} ~~redigés comme suit~~ :

« VI. - Après le deuxième alinéa de l'article L. 121-20-3 du code de la consommation, insérer un alinéa rédigé comme suit :

« A défaut de justification du motif de non-exécution du contrat par le fournisseur, cette dernière est présumée résulter de l'indisponibilité du bien ou du service commandé. »

EXPOSE SOMMAIRE

Cet amendement a pour objet de permettre une application effective du deuxième alinéa de l'article L. 121-20-3, et ainsi de limiter le préjudice subi par le consommateur, résultat d'une violation des engagements contractuels du fournisseur.

En effet, dans de nombreux cas, l'absence de livraison d'un bien résulte de l'impossibilité pour le fournisseur de se procurer le bien. Pour autant, le consommateur n'étant pas en mesure de la prouver, il doit, pour être remboursé, attendre les délais prévus par l'article L. 121-20-1, soit 30 jours à compter de l'annulation de la commande et non 30 jours à compter du paiement de la commande.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSOUMMATEURS
(n° 3508)**

AMENDEMENT

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17, insérer l'alinéa suivant :

« V. *bis* .— Au deuxième alinéa de l'article L. 121-21 du même code, les mots : « ou dans le cadre de foires ou de salons » sont insérés après les mots : « service proposé ». »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Pour de nombreux consommateurs, la vente en foire ouvre une faculté de résiliation dans les 7 jours suivant l'achat. Il n'en est rien et pourtant les achats ainsi réalisés peuvent porter sur des biens à forte valeur.

Le présent amendement vise à étendre le délai de rétractation ouvert aux consommateurs aux foires et salons.

PROJET DE LOI RENFORCANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES
CONSUMMATEURS
N° 3508

AMENDEMENT

Présenté par

M Lionel TARDY,

Article 8

Après l'alinéa 17, insérer ^{le} ~~un~~ alinéa rédigé comme suit :

Vbi ~~VI~~ - A l'article L.121-21 du code de la consommation, insérer un troisième alinéa rédigé comme suit :

Sont également soumises aux dispositions de la présente section les opérations visant à proposer la vente, la location, la location vente ou la location avec option d'achat de biens ou de fournitures de services, délivrées à l'occasion d'une foire ou d'un salon tel que définis par les décrets n° 69-948 du 10 octobre 1969 et n° 2006-85 du 27 janvier 2006. »

EXPOSE SOMMAIRE

Cet amendement vise à étendre le droit de rétractation de 7 jours aux ventes réalisées au cours de foires ou de salon. En effet, la loi 92-60 du 18 janvier 1992, tenant compte de l'évolution des techniques commerciales devenues plus « agressives », a renforcé la protection des consommateurs en étendant le délit d'abus de faiblesse à des situations autres que le démarchage à domicile (seule pratique de vente incriminée par la loi du 22 décembre 1972), et notamment aux transactions effectuées dans le cadre de foires ou de salons. Cependant, elle n'a pas étendu à ces ventes le délai de rétractation de 7 jours qui s'applique pourtant aux mêmes types de situation que ceux visés en matière d'abus de faiblesse.

Depuis des années, on constate une pratique récurrente de nombreux professionnels qui laissent croire aux consommateurs qu'ils bénéficient d'un délai de rétractation alors que tel n'est pas le cas. Au vu de ces éléments il serait nécessaire de prévoir un régime unique de protection des consommateurs.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(1^{ère} lecture)
(n° 3508)

AMENDEMENT

Présenté par Philippe Armand Martin, Jean Pierre Nicolas et Arlette Grosskost

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17 de cet article, insérer deux alinéas rédigés comme suit :

« VI. - Compléter l'article L. 141-3 du code de la consommation par un III rédigé comme suit :

« III – Par exception aux dispositions de l'article 11 du code de procédure pénale ou à celles relatives au secret professionnel, l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation devra informer les associations de consommateurs agréées au niveau national et justifiant d'une activité procédurale dans l'intérêt collectif des consommateurs, des procès-verbaux transmis au parquet à la suite de la constatation d'infractions au titre des articles L. 141-1 et suivants du code de la consommation. Cette information s'accompagnera de la transmission d'une copie des procès verbaux. »

EXPOSE SOMMAIRE

Les services de la DGCCRF sont aujourd'hui soumis au secret de l'enquête qui leur interdit de communiquer aux associations de consommateurs une quelconque information sur les enquêtes qui débouchent sur la transmission au parquet de procès-verbaux d'infraction.

Or, informées d'une transmission du procès-verbal aux services du parquet, les associations de consommateurs pourraient utilement compléter ses constations par le biais des expertises et enquêtes qu'elles réalisent et les témoignages et dossiers reçus des consommateurs. Elles seraient par ailleurs mieux à même de remplir leur mission de défense des consommateurs en accompagnant les consommateurs tout au long de la procédure judiciaire et en étant en capacité de demander réparation du préjudice à l'intérêt collectif des consommateurs.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
(n° 3508)**

AMENDEMENT

Présenté par Philippe Armand Martin, Jean Pierre Nicolas et Arlette Grosskost

ARTICLE 8

Après l'alinéa 17, insérer les deux alinéas suivants :

« A l'article L. 211-4 du code de la consommation, ajouter un troisième alinéa rédigé comme suit :

« Lors de la soumission de l'offre commerciale au consommateur, le vendeur devra indiquer que la durée de la garantie est de deux ans au titre de la garantie légale de conformité et que cette dernière lui ouvre le choix d'un remplacement ou d'une réparation en cas de défectuosité de l'appareil. »

EXPOSE SOMMAIRE

En mai 2009, les autorités nationales (coordonnées par la Commission européenne) ont vérifié la conformité des sites de vente de biens électroniques à trois actes fondamentaux du droit européen de la consommation : la directive sur la vente, la directive sur le commerce électronique et la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Au terme de cette étude, la Commission a notamment pu constater que les sites de vente en ligne oublient également de mentionner « le droit de faire remplacer ou réparer un produit défectueux dans un délai de deux ans à compter de l'achat (le délai mentionné est par exemple d'un an) » (ndlr : la garantie de conformité est transposée aux articles L. 211-1 et suivants du code de la consommation).

Les sites Internet français n'affichent régulièrement que la garantie constructeur (limitée à un an) qui est bien moins intéressante pour le consommateur puisque ne pouvant comprendre que les pièces. En effet, la réglementation n'impose pas au professionnel d'informer le consommateur de l'existence de garanties légales et notamment de la garantie légale de conformité que dans le contrat de vente et le contrat de garantie. Grâce à cette absence d'obligation de mentionner que le consommateur dispose d'une garantie légale de deux ans sur les offres commerciales, ils vendent au consommateur des garanties complémentaires (garanties prévoyant lors d'une panne la première année un échange du produit plutôt que l'envoi en réparation) ou des extensions de garanties pour assurer deux ans ou plus de garantie.

Or la garantie légale de conformité permet au consommateur de demander l'échange d'un produit défectueux pendant deux ans. Par ailleurs, elle doit s'appliquer sans frais pour le

consommateur (c'est-à-dire l'ensemble des frais exposés pour la réparation ou l'échange du bien).

Ainsi, il convient d'imposer aux professionnels de préciser dans toute offre commerciale que la durée de la garantie est de deux ans au titre de la garantie légale de conformité et que cette dernière lui ouvre le choix d'un remplacement ou d'une réparation en cas de défectuosité de l'appareil. Cela permettra d'éviter au consommateur de souscrire des garanties payantes, certes très lucratives pour les professionnels, mais aucunement nécessaire au consommateur qui bénéficie déjà de garanties légales.

Droits, protection et information des consommateurs, n°3508**AMENDEMENT****Présenté par :**

Pascale Got, Annick Le Loch, François Brottes, Corinne Erhel, Jean Gaubert, Geneviève Fioraso, Jean-Louis Gagnaire, Jean Grellier, Jean-Yves Le Déaut, Frédérique Massat, Catherine Coutelle, William Dumas, Marie Lou Marcel, Henri Jibrayel, Conchita Lacuey, Jean-Yves Le Bouillonnet, Michel Lefait, Serge Letchimy, Louis-Joseph Manscour, Jacqueline Maquet, Jean-René Marsac, Kléber Mesquida, Germinal Peiro, François Pupponi, Chantal Robin-Rodrigo, Jean-Michel Villaumé et les membres du groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche.

ARTICLE 8

I. - Après l'alinéa 21 insérer les alinéas suivants :

Section 14 bis

« Dispositions relatives aux résidences mobiles de loisirs

« *Art. L. 121-97 bis.* – Est soumis à la présente section tout contrat, conclu à titre onéreux, par lequel un professionnel vend une résidence mobile de loisirs, au sens de l'article R. 111-33 du code de l'urbanisme, ou loue un emplacement à un propriétaire d'une résidence mobile de loisirs.

« *Art. L. 121-97 ter.* – Préalablement à la conclusion du contrat de vente, le vendeur informe l'acquéreur, par écrit, de la réglementation en cours sur les conditions d'installation et d'occupation des résidences mobiles de loisirs.

« *Art. L. 121-97 quater.* – Un contrat de location d'emplacement est passé entre l'exploitant de l'établissement d'accueil et le propriétaire d'une résidence mobile de loisir. Il comporte les clauses suivantes :

« 1° La durée du contrat et ses conditions de renouvellement ;

« 2° Les conditions et modalités de résiliation du contrat ;

« 3° Les caractéristiques de l'emplacement loué, la description des services annexes, le détail des prix, qui s'y rapportent, ainsi que, le cas échéant, les conditions et modalités d'évolution de ces prix ;

« 4° Le détail des conditions de jouissance et d'occupation de l'emplacement ;

« 5° Les critères et modalités d'appréciation de la vétusté de la résidence mobile et ses conséquences contractuelles ;

« *Art. L. 121-quinquies.* – Les conditions d'application de la présente section sont fixées par décret en Conseil d'État. »

II. – En conséquence, rédiger ainsi l'alinéa 18 :

« VI. - Après l'article L. 121-96 du code de la consommation, sont insérées deux sections ainsi rédigées : »

EXPOSE SOMMAIRE

220 000 mobile-homes sont aujourd'hui la propriété de particuliers en France. Ils ne peuvent être implantés que sur un terrain aménagé, classé au sens du code du tourisme : camping, parc résidentiel de loisirs, village de vacances classé en hébergement léger. Avec la croissance exponentielle des ventes de mobile-homes dans les années 1990, les contentieux entre gestionnaires de terrains et particuliers ne cessent de se multiplier. On estime aujourd'hui à une centaine le nombre de contentieux en instance, mais ce chiffre est très inférieur aux litiges constatés. Les acquéreurs de mobile-homes sont dans un rapport de force qui leur est foncièrement défavorable et les dissuade d'engager une action judiciaire : monopole de fait des exploitants de terrains pour l'installation des résidences mobiles, forte demande d'emplacement et coût élevé du déplacement d'un mobile-home.

Les principaux motifs de récrimination concernent le contrat d'occupation d'emplacement. Faute de cadre juridique précis, plusieurs dérives sont régulièrement signalées, notamment :

- Des « droits d'entrée », commissions ou rémunérations, exigés, sans préciser le service rendu en contrepartie, par le professionnel ;
- Des augmentations élevées du prix de la location, ou un changement imposé d'emplacement, lors du renouvellement du contrat ;
- Des clauses relatives à la vétusté des installations, sans l'énoncé de critères objectifs, qui obligent le propriétaire à changer de mobile-home ;
- Des décisions unilatérales de non renouvellement du contrat contraignant le propriétaire de la résidence mobile à trouver un nouvel emplacement.

La multiplication des contentieux aboutit à entretenir un véritable climat de défiance, néfaste à l'activité du secteur. Les premiers pénalisés sont les constructeurs et distributeurs de véhicules de loisir qui, nonobstant les effets de la crise économique, déplorent une forte chute des ventes aux particuliers en 2009 et 2010, et l'imputent pour une large part à la perte de confiance de ceux-ci dans les exploitants.

La grande majorité des gestionnaires de terrains aménagés ne s'inscrit pas dans ces dérives, qu'ils dénoncent, par ailleurs. Mais la réalité de ces abus régulièrement signalés par l'ensemble des associations de consommateurs, est suffisamment prégnante pour avoir incité les professionnels à rédiger une charte de transparence du camping de loisir, en novembre 2008, puis deux « contrats type » à usage facultatif.

Ces initiatives doivent être saluées, toutefois le caractère facultatif du recours au contrat type, prive celui-ci, de toute portée réelle et s'avère inefficace : il sera surtout appliqué par les exploitants qui ne commettent pas d'abus.

Seul un cadre normatif minimum permettra de protéger les acquéreurs de mobile-homes et de réduire le nombre de contentieux, tout en préservant la nécessaire autonomie de gestion des exploitants.

Il ne s'agit toutefois pas de se substituer aux acteurs directement concernés et d'imposer un contrat type rigide et uniforme, qui se révélerait être une formidable « usine à gaz »

inadaptée aux réalités variées des différentes exploitations des structures d'accueil. Mais à défaut d'un contrat type imposé, il est nécessaire de rendre obligatoire la mention de certaines clauses, à charge pour l'exploitant et le propriétaire de la résidence mobile de loisir d'en définir le contenu.

Tel est l'objet de l'amendement qui prévoit, dans le contrat, la mention obligatoire des clauses mentionnées dans l'amendement

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 434

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 8

A l'alinéa 22, substituer au mot :

« publication »,

le mot :

« promulgation ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**PROJET DE LOI RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION
ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS - (n° 3508)**

CE 250

A M E N D E M E N T

Présenté par

M Lionel TARDY,

Article additionnel après l'article 8

Insérer l'article suivant :

« Il est ajouté un alinéa à l'article 1369-6 du Code civil ainsi rédigé :

« Pour les contrats renouvelables par tacite reconduction, les dispositions du premier alinéa de l'article 1369-5 ne s'appliquent qu'au contrat initial »

EXPOSE SOMMAIRE

Depuis la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, le contrat électronique est soumis à un formalisme conditionnant sa validité (condition *ad validatem*) à savoir le « double-clic ».

Or selon la tradition juridique civiliste, la reconduction tacite d'un contrat entraîne la conclusion d'un nouveau contrat. Le formalisme ayant donc présidé à la conclusion initiale du contrat devrait alors être renouvelée à chaque reconduction tacite d'un contrat conclu par voie électronique.

L'objet du présent amendement est donc de limiter le formalisme à la conclusion initiale du contrat et non de l'étendre à la reconduction tacite de celui-ci. Ce principe, d'ores et déjà retenu à l'article L. 121-20-9 du même code pour les services financiers à distance, avait été recommandé par le Forum des droits sur l'internet.

Cette exclusion n'a aucune incidence sur l'application de l'article L. 136-1 du code de la consommation imposant une obligation d'information préalable à la reconduction tacite d'un contrat.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSOMMATEURS
(n° 3508)**

A M E N D E M E N T

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

**ARTICLE ADDITIONNEL,
APRÈS L'ARTICLE 8**

Insérer l'article suivant :

« L'article L. 133-7 du code de commerce est remplacé par les dispositions suivantes :

« *Art. L. 133-7. – I. -* Le voiturier a privilège sur la valeur des marchandises faisant l'objet de son obligation et sur les documents qui s'y rapportent pour toutes créances de transport, même nées à l'occasion d'opérations antérieures, dont son donneur d'ordre, l'expéditeur ou le destinataire restent débiteurs envers lui, dans la mesure où le propriétaire des marchandises sur lesquelles s'exerce le privilège est impliqué dans lesdites opérations.

« Les créances de transport couvertes par le privilège sont les prix de transport proprement dits, les compléments de rémunération dus au titre de prestations annexes et d'immobilisation du véhicule au chargement ou au déchargement, les frais engagés dans l'intérêt de la marchandise, les droits, taxes, frais et amendes de douane liés à une opération de transport et les intérêts.

« II. - Lorsque le destinataire qui se voit opposer le privilège prévu au I est un consommateur, le privilège ne porte que sur le prix du transport convenu initialement avec l'expéditeur de la marchandise dont le consommateur est le destinataire.

« Dans ce dernier cas, le voiturier informe le consommateur du prix du transport à régler et justifie ce prix, dans un délai maximum de dix jours à compter de la décision de mise en œuvre du privilège prévu au I ou au plus tard dix jours après la date de livraison au destinataire résultant de la lettre de voiture. Il procède à la livraison dès le règlement de ce prix. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à imposer à un transporteur détenteur de marchandise en souffrance suite à la faillite du marchand, de procéder à la livraison contre un paiement par le

consommateur limité au prix convenu initialement avec l'expéditeur. En effet, dans le cadre des liquidations judiciaires des sociétés CAMIF Particuliers et SHOW ROOM 2001, nombre de clients dont les colis étaient bloqués chez les transporteurs se sont vu réclamer des sommes dont le montant couvrait en réalité les dettes non recouvrables du destinataire. Les transporteurs ont parfois même refusé de procéder à la livraison dans l'optique de conserver la marchandise.

Il convient en conséquence d'imposer que le transporteur procède à la livraison contre un paiement limité au prix convenu initialement avec l'expéditeur, c'est-à-dire au paiement du prix qui aurait été acquitté par l'expéditeur s'il n'avait pas été défaillant sans frais supplémentaire, lorsque le destinataire est un consommateur.

PROJET DE LOI RENFORCANT LES DROITS, L'INFORMATION ET LA PROTECTION DES
CONSO MMATEURS
N°3508

CE 249

A M E N D E M E N T

Présenté par

M Lionel TARDY

Article additionnel après l'article 8

Insérer l'article suivant :

« Supprimer les articles L. 121-20-6 et L. 121-20-7 du code de la consommation. »

EXPOSE SOMMAIRE

Les articles L. 121-20-6 et L. 121-20-7 du code de la consommation, issus de l'ordonnance du 6 juin 2005 ayant procédé à la création dudit code, fixaient les règles relatives à la programmation et à la responsabilité des dirigeants de droit ou de fait pour les offres de téléachat en opérant un renvoi vers les dispositions de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 relative aux opérations de télépromotion avec offre de vente dites de « téléachat ».

Or, la loi du 6 janvier 1988 a été abrogée par la loi du 1^{er} août 2000. Ces deux articles du code de la consommation sont donc devenus sans objet.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 435

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE ADDITIONNEL

APRES L'ARTICLE 8, insérer l'article suivant :

Après l'article L. 121-27 du code de la consommation, sont insérés deux articles L. 121-27-1 et L. 121-27-2 ainsi rédigés :

« Art. L. 121-27-1 - Le consommateur qui ne souhaite pas faire l'objet de prospection commerciale par voie téléphonique peut s'inscrire sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique, dont les modalités de fonctionnement sont fixées par décret en Conseil d'État. Tout professionnel se livrant à une activité de prospection commerciale par voie téléphonique doit préalablement consulter cette liste d'opposition. Il est interdit à un professionnel de démarcher téléphoniquement un consommateur inscrit sur cette liste.

« Les dispositions du présent article s'appliquent sans préjudice des articles 38 à 40 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

« Art. L. 121-27-2 - Les manquements aux dispositions de l'article L. 121-27-1 sont punis d'une amende administrative dont le montant ne peut être supérieur à 15 000 euros pour une personne physique et 25 000 euros pour une personne morale. »

Exposé sommaire

Le droit de chacun de s'opposer à l'utilisation de ses données personnelles est inscrit dans la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 *relative à l'informatique aux fichiers et aux libertés*, dite « informatique et libertés ».

Ce principe général a été précisé en 2004, en matière d'utilisation des données personnelles par les opérateurs téléphoniques, par l'obligation faite à chaque opérateur de créer une liste d'opposition sur laquelle peuvent s'inscrire les abonnés qui ne souhaitent pas que leur coordonnées téléphoniques soient utilisées ou vendues par les opérateurs.

Ce dispositif est cependant insuffisant pour appréhender l'ensemble des pratiques de démarchage téléphonique mises en œuvre par les vendeurs ou prestataires de services car la plupart des fichiers utilisés dans des opérations de prospection commerciale par téléphone ne sont pas issus de l'annuaire téléphonique.

Cet amendement vise donc à faciliter le droit d'opposition donc dispose chaque citoyen, par la création d'une liste d'opposition au démarchage téléphonique qui contiendrait les coordonnées des personnes qui ne souhaitent pas faire l'objet de prospection téléphonique à des fins commerciales. Ainsi, une entreprise envisageant de mener une campagne de prospection commerciale par voie téléphonique aurait obligation de consulter cette liste et d'expurger des fichiers dont elle dispose les coordonnées téléphoniques des personnes inscrites. Aucune prospection commerciale par voie téléphonique ne peut être réalisée à l'égard d'une personne inscrite sur ce fichier.

En cas de démarchage téléphonique illicite, c'est à dire ne prenant pas en compte l'opposition à cette forme de prospection exprimée par un consommateur, l'auteur de la pratique est passible d'une amende administrative d'un montant maximal de 15 000 euros pour une personne physique.

Ces dispositions ont vocation à intégrer le code de la consommation qui prévoit déjà à l'article L.121-27 des règles en matière de contrats conclus par voie de démarchage téléphonique.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSOmmATEURS**
(n° 3508)

AMENDEMENT

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

**ARTICLE ADDITIONNEL,
APRÈS L'ARTICLE 8**

Insérer l'article suivant :

« Après l'article L. 121-27 du code de la consommation, sont insérés les articles L. 121-27-1 et L. 121-27-2 ainsi rédigés :

« *Art. L. 121-27-1.* – Le consommateur qui ne souhaite pas faire l'objet de prospection commerciale par voie téléphonique peut s'inscrire sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique, dont les modalités de fonctionnement sont fixées par décret en Conseil d'État. Tout professionnel se livrant à une activité de prospection commerciale par voie téléphonique doit préalablement consulter cette liste d'opposition. Il est interdit à un professionnel de démarcher téléphoniquement un consommateur inscrit sur cette liste. »

« Les dispositions du présent article s'appliquent sans préjudice des articles 38 à 40 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. »

« *Art. L. 121-27-2.* – Les manquements aux dispositions de l'article L.121-27-1 sont punis d'une amende administrative dont le montant ne peut être supérieur à 15 000 euros pour une personne physique et 25 000 euros pour une personne morale. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

La législation et la réglementation actuelles prévoient que le consommateur peut, s'il en fait expressément la demande, s'opposer à ce que ses données personnelles soient utilisées dans des opérations de prospection directe, c'est-à-dire en matière de démarchage téléphonique ou de télémarketing.

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, prévoit ainsi, à l'article 38, que « *toute personne [...] a le droit de s'opposer, sans frais, à ce que les données la concernant soient utilisées à des fins de prospection, notamment commerciale, par le responsable actuel du traitement ou celui d'un traitement ultérieur* ». Ce droit figure également dans le code des postes et des communications électroniques qui dispose, à l'article R. 10, que « *toute personne [...] peut obtenir gratuitement de l'opérateur*

auprès duquel elle est abonnée ou au distributeur de ce service [...] que les données à caractère personnel la concernant issues des listes d'abonnés ou d'utilisateurs ne soient pas utilisées dans des opérations de prospection directe, soit par voie postale, soit par voie de communications électroniques [...] ».

Face à des pratiques commerciales de plus en plus agressives (appels à répétition, y compris le soir et le week-end), il apparaît nécessaire de renforcer les droits du consommateur, qui devrait pouvoir ne plus être importuné chez lui, contre son gré, et ne plus être assailli d'offres et d'informations commerciales diverses qu'il n'a pas sollicitées.

Pour ce faire, cet amendement crée une liste d'opposition au démarchage téléphonique contenant les coordonnées des personnes qui ne souhaitent pas faire l'objet de prospection téléphonique à des fins commerciales. Les entreprises envisageant de mener une campagne de prospection commerciale par voie téléphonique seront ainsi dans l'obligation de consulter cette liste et d'expurger des fichiers dont elles disposent les coordonnées téléphoniques des personnes inscrites.

En cas de non-respect de la volonté des personnes inscrites sur la liste d'opposition à toute prospection commerciale téléphonique, les professionnels encourront une amende administrative d'un montant maximal de 15 000 euros, ce quantum étant porté à 25 000 euros pour les personnes morales.

**PROJET DE LOI RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION
ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS - (n° 3508)**

Amendement

Présenté par :

Annick Le Loch, François Brottes, Corinne Erhel, Jean Gaubert, Geneviève Fioraso, Jean-Louis Gagnaire, Jean Grellier, Jean-Yves Le Déaut, Frédérique Massat, Catherine Coutelle, William Dumas, Pascale Got, Marie Lou Marcel, Henri Jibrayel, Conchita Lacuey, Jean-Yves Le Bouillonnec, Michel Lefait, Serge Letchimy, Louis-Joseph Manscour, Jacqueline Maquet, Jean-René Marsac, Kléber Mesquida, Germain Peiro, François Pupponi, Chantal Robin-Rodrigo, Jean-Michel Villaumé et les membres du groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche.

Article additionnel après l'article 8

Insérer l'article suivant :

« I.- Après l'article L.121-27 du code de la consommation, insérer un article ainsi rédigé :

« Art. L. 121-27 *bis* - Le consommateur qui souhaite faire l'objet de prospection commerciale par voie téléphonique s'inscrit sur une liste d'acceptation du démarchage téléphonique, dont les modalités d'élaboration et d'inscription sont fixées par décret en conseil d'Etat. Tout professionnel se livrant à une activité de prospection commerciale par voie téléphonique doit préalablement consulter cette liste et démarcher uniquement les consommateurs qui y sont inscrits ».

II.- Dans l'article L. 121-28 après « 121-25 et L. 121-26 » insérer « , L.121-27 *bis*. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à lutter contre les pratiques commerciales de démarchage téléphonique qui harcèlent les consommateurs tout au long de la journée.

Il propose que le consommateur fasse une démarche positive pour accepter ce type de démarchage en s'inscrivant sur une liste et sanctionne les professionnels qui ne respecteraient pas cette démarche, à l'instar des autres infractions au démarchage, d'une peine d'emprisonnement d'un an et d'une amende de 3 750 euros ou de l'une de ces deux peines seulement.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508**

**Amendement présenté par Jean Pierre Nicolas et Bernard Gérard, député
et Martine Aurillac, Marc Bernier, Jean Claude Bouchet, Loïc Bouvard, Dino Ciniéri,
Louis Cosyns, Jean Pierre Decool, Yannick Favennec, Philippe Gosselin, Arlette
Grosskost, Jean Claude Guibal, Françoise Hostalier, Muriel Marland Militello, Jean
Claude Mathis, Christian Ménard, Josette Pons, Daniel Spagnou, Eric Straumann,
Alain Suguenot**

Après l'article 8

Insérer l'article suivant :

« L'article L. 121-84-7 du code de la consommation est complété par l'alinéa suivant :

« Le contrat comprend la liste des motifs légitimes de résiliation pour lesquels il ne peut être exigé du consommateur ni le paiement d'aucun frais de résiliation, ni le paiement du montant dû au titre de la fraction non échue de la période minimale d'exécution du contrat. Cette liste inclut notamment les motifs légitimes de résiliation fixés par un arrêté conjoint du ministre chargé de la consommation et du ministre chargé des communications électroniques, pris après avis du Conseil national de la consommation. »

Exposé des motifs

Le présent amendement vise à mieux informer les consommateurs des cas où il leur est possible de résilier leur contrat sans acquitter de frais de résiliation ou la fraction non échue de la période minimum d'exécution du contrat.

Les motifs de résiliation légitimes, qui relèvent en dernier ressort de l'appréciation souveraine des tribunaux, sont en effet rarement explicités dans les contrats alors qu'ils constituent une garantie importante pour les consommateurs. Il est donc nécessaire d'imposer une obligation d'information des consommateurs en la matière.

Ainsi, le présent amendement propose t-il de compléter l'article L.121-84-7 du Code de la Consommation, qui traite de la question de la résiliation, par un alinéa qui prévoit le principe d'une liste obligatoire de motifs légitimes de résiliation dans les contrats des opérateurs de communications électroniques, cette liste devant au moins inclure les motifs de résiliation légitimes dont la prise en compte sera rendue obligatoire par un arrêté du ministre chargé de la consommation.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSOUMMATEURS
(n° 3508)**

A M E N D E M E N T

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

**ARTICLE ADDITIONNEL,
APRÈS L'ARTICLE 8**

Insérer l'article suivant :

« Après l'article L. 131-1 du code de la consommation, il est inséré un article L. 131-1-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 131-1-1. – I. –* A moins qu'il ne justifie, lors de la souscription du contrat sur le fondement des pratiques commerciales mentionnées au titre II du présent livre I^{er}, d'une garantie financière spécialement affectée au remboursement en principal des fonds qui lui sont versés et couvrant le remboursement du paiement reçu du consommateur, le professionnel est tenu d'attendre la réalisation de la prestation de services ou la remise en mains propres ou, lorsque la marchandise est livrée par le biais d'un transporteur tiers au contrat, l'expédition de celle-ci pour encaisser le paiement du consommateur. »

« II. – Le fait pour un professionnel de faire croire à un consommateur lors de la souscription d'un contrat, dans un but lucratif, qu'une garantie financière spécialement affectée au remboursement en principal des fonds versés et couvrant le remboursement du paiement reçu a été souscrite alors que tel n'a pas été le cas ou d'encaisser un montant de paiements supérieur au montant total des remboursements garantis est puni d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende. A titre complémentaire, peut se voir prononcée l'interdiction, suivant les modalités prévues par l'article 131-27 du code pénal, soit d'exercer l'activité professionnelle ou sociale dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise, soit d'exercer une profession commerciale ou industrielle, de diriger, d'administrer, de gérer ou de contrôler à un titre quelconque, directement ou indirectement, pour son propre compte ou pour le compte d'autrui, une entreprise commerciale ou industrielle ou une société commerciale. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à différer le paiement par le consommateur, au moment de la livraison effective de la marchandise. Qu'il s'agisse de la vente par correspondance ou de la vente par internet, les consommateurs se trouvent le plus souvent lésés lorsque le

professionnel fait l'objet d'un redressement ou d'une liquidation judiciaires. En l'état actuel du droit, ils peuvent seulement présenter leur créance au mandataire ou liquidateur judiciaire, avec de très faibles chances de récupérer les sommes versées lors de la commande.

Le dispositif proposé propose de remédier à cette situation, en imposant que le paiement ne soit débité qu'à la livraison, sauf si le professionnel a souscrit une garantie financière spécifique pour le remboursement des encaissements non honorés et pour des commandes susceptibles de faire l'objet d'une avance.

Des sanctions pénales sont également prévues pour assurer l'effectivité du dispositif : ainsi, le fait de faire croire aux consommateurs qu'une assurance couvrant le risque de défaut de livraison a été souscrite alors que cela n'a pas été le cas ou d'encaisser des paiements qui ne rentrent pas dans les montants garantis serait passible, pour le professionnel ou le dirigeant de droit ou de fait de celui-ci, d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende, ainsi que d'une peine complémentaire d'interdiction d'exercice commercial.

ASSEMBLÉE NATIONALE

DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES CONSOMMATEURS (n° 3508)

AMENDEMENT

CE 70

présenté par

Muriel MARLAND-MILITELLO

et

Abdoulatifou ALY, Patrick BALKANY, Patrick BEAUDOUIN, Marc BERNIER, Claude BIRRAUX, Émile BLESSIG, Loïc BOUVARD, Bernard BROCHAND, Patrice CALMÉJANE, Jean-Louis CHRIST, Dino CINIERI, Georges COLOMBIER, Louis COSYNS, Édouard COURTIAL, Alain COUSIN, Jean-Yves COUSIN, Jean-Michel COUVE, Jean-Pierre DECOOL, Dominique DORD, Christian ESTROSI, Daniel FASQUELLE, Jean-Michel FERRAND, Daniel FIDELIN, Georges GINESTA, Philippe GOSSELIN, Michel GRALL, Jean-Pierre GRAND, François GROSDIDIER, Jacques GROSPERRIN, Arlette GROSSKOST, Pascale GRUNY, Jean-Claude GUIBAL, Michel HERBILLON, Françoise HOSTALIER, Jacqueline IRLES, Olivier JARDÉ, Jacques LAMBLIN, Marguerite LAMOUR, Thierry LAZARO, Jean-Louis LÉONARD, Geneviève LEVY, Lionnel LUCA, Guy MALHERBE, Philippe Armand MARTIN, Jean-Claude MATHIS, Jean-Philippe MAURER, Christian MÉNARD, Gérard MENUUEL, Pierre MOREL-A-L'HUISSIER, Jean-Marie MORISSET, Alain MOYNE-BRESSAND, Jacques MYARD, Jean-Marc NESME, Josette PONS, Didier QUENTIN, Éric RAOULT, Jean-Luc REITZER, Jacques REMILLER, Bernard REYNÈS, Jean ROATTA, Jean-Marc ROUBAUD, Francis SAINT-LÉGER, Paul SALEN, Jean-Marie SERMIER, Fernand SIRÉ, Jean-Pierre SOISSON, Daniel SPAGNOU, Alain SUGUENOT, Michel TERROT, Yves VANDEWALLE, Michel VOISIN, André WOJCIECHOWSKI, Marie-Jo ZIMMERMANN, Michel ZUMKELLER, Bernard DEBRE, Olivier DOSNE, Louis GUEDON et Michel SORDI

Après l'ARTICLE 8

Insérer l'article suivant :

« Après l'article 313-6-1 du code pénal, sont insérés trois articles 313-6-2 à 313-6-4 ainsi rédigés :

« Art. 313-6-2. – Est puni de 15 000 euros d'amende, le fait, de manière habituelle et sans autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation d'une manifestation sportive ou culturelle ou d'un spectacle vivant de vendre, d'offrir à la vente ou de faire exposer en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une telle manifestation ou spectacle.

« Pour l'application de l'alinéa précédent, est considéré comme titre d'accès tout billet, document, message ou code, quels qu'en soient la forme et le support, attestant de l'obtention auprès du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation, du droit d'assister à ladite manifestation ou spectacle.

« Art. 313-6-3. – Lorsque le délit défini à l'article 313-6-2 est commis en état de récidive, la peine est portée à 30 000 euros d'amende et un an d'emprisonnement.

« Art. 313-6-4. – Les personnes morales déclarées responsables pénalement, dans les conditions prévues par l'article 121-2 du présent code, des infractions définies aux articles 313-6-2 et 313-6-3

encourent, outre l'amende suivant les modalités prévues par l'article 131-38, les peines prévues par l'article 131-39. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement reprend la proposition de loi n°3570 contre les escroqueries en matière de billetterie culturelle et sportive, en particulier sur internet.

Depuis plusieurs années de fausses billetteries éclosent sur internet (des estimations chiffreraient à plus de 200 le nombre de fausses billetteries sur internet). Ces billetteries proposent à la vente des billets à des prix très supérieurs à leur valeur faciale voire même des faux billets ou des billets inexistants.

En juin 2009, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a contrôlé 20 billetteries en ligne. Sur 19 d'entre elles – dont 14 opérateurs français – des irrégularités (professionnel difficile à identifier, clauses abusives...) ont été constatées.

Les forums internet pullulent de témoignages de concitoyens qui se sont fait escroqués. Mais prévenir ce genre de phénomènes n'est, en l'état actuel, pas aisé : il est difficile de savoir a priori si la commande de l'internaute sera honorée ou non. Les voies de recours a posteriori quant à elles sont lourdes et hasardeuses, notamment en cas de disparition du site du réseau internet.

La solution pour protéger le plus efficacement possible le consommateur est de sécuriser les canaux de distribution sans contrevenir à la liberté du commerce. Pour ce faire, la vente de billets, uniquement de manière habituelle et dans un but commercial, doit être soumise à autorisation des exploitants.

Il existera alors une incrimination efficace pour protéger les consommateurs de ces escroqueries, quels qu'en soient les supports.

En outre, ces dispositions auront des effets bénéfiques sur l'ensemble des consommateurs en permettant de juguler l'augmentation artificielle de la demande qui est causée par des achats massifs de billets dès l'ouverture des ventes afin d'alimenter les réseaux de revente parallèles.

Le consommateur, qu'il achète ses billets sur internet ou non, sera gagnant car il pourra se procurer des billets à des prix normaux de manière plus aisée sur le premier marché.

ASSEMBLÉE NATIONALE
Juillet 2011

PROJET DE LOI N° 3508
RENFORÇANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS
1ère lecture

AMENDEMENT
Présenté par M. Thierry BENOIT

Article additionnel après l'article 8

Insérer l'article suivant :

« Les professionnels, en cas de contrat à distance et de moyens de paiement électroniques, ne peuvent facturer aux consommateurs des frais liés à l'usage d'une carte de crédit supérieurs aux coûts qu'ils supportent pour l'utilisation de ces mêmes moyens. ».

Exposé des motifs

Lors de nombreuses transactions, les consommateurs disposent d'un choix de moyens de paiement restreint où des frais s'appliquent à chacun d'entre eux.

Pour illustrer ces faits, on peut noter que la compagnie aérienne Easyjet prévoit une facturation de 16 euros pour un paiement par une carte American express, Mastercard ou Visa, et de 10 euros par une carte bleue classique.

De même, en mars 2011, la compagnie irlandaise Ryanair a augmenté de 20 % les « frais administratifs » qui s'appliquent en cas de paiement par carte de crédit sur son site internet, ne laissant aucun autre moyen de paiement disponible au consommateur.

Aussi apparaît-il opportun d'interdire ou délimiter le droit des professionnels de demander des frais exorbitants aux consommateurs lors de paiement en ligne. Cet amendement entend encourager la concurrence et favoriser l'utilisation de moyens de paiement efficaces.

ASSEMBLÉE NATIONALE

2011

**RENFORCANT LES DROITS ET LA PROTECTION ET L'INFORMATIONS DES
CONSOMMATEURS**

(n° 3508)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N°

présenté par
Jean Dionis du Séjour

ARTICLE additionnel après l'article 8

Insérer l'article suivant :

« Les professionnels, en cas de contrat à distance et de moyens de paiement électroniques, ne peuvent facturer aux consommateurs des frais liés à l'usage d'une carte de crédit supérieurs aux coûts qu'ils supportent pour l'utilisation de ces mêmes moyens. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Lors de nombreuses transactions, les consommateurs disposent d'un choix de moyens de paiement restreint où des frais s'appliquent à chacun d'entre eux.

Pour illustrer ces faits, on peut noter que la compagnie aérienne Easyjet prévoit une facturation de 16 euros pour un paiement par une carte American express, Mastercard ou Visa, et de 10 euros par une carte bleue classique.

De même, en mars 2011, la compagnie irlandaise Ryanair a augmenté de 20 % les « frais administratifs » qui s'appliquent en cas de paiement par carte de crédit sur son site internet, ne laissant aucun autre moyen de paiement disponible au consommateur.

Aussi apparaît-il opportun d'interdire ou délimiter le droit des professionnels de demander des frais exorbitants aux consommateurs lors de paiement en ligne. Cet amendement entend encourager la concurrence et favoriser l'utilisation de moyens de paiement efficaces.

**DROITS, PROTECTION ET INFORMATION DES
CONSOMMATEURS
(n° 3508)**

A M E N D E M E N T

présenté par M. Jean-Luc Warsmann

ARTICLE 9

A la fin de l'alinéa 2, après la référence :

« L. 211-13 »,

insérer les mots :

« et de celle relative aux défauts de la chose vendue dans les conditions prévues aux articles 1641 à 1648 et 2232 du code civil »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à ajouter la garantie contre les vices cachés parmi les indications que tout vendeur de produit ou tout prestataire de services doit délivrer au consommateur, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié. Cette mention apparaît d'autant plus opportune que cette garantie devra faire l'objet d'une information précise dans les conditions générales de ventes, en vertu des modifications apportées ultérieurement à l'article L. 113-3 du code de la consommation par le projet de loi (alinéa 6 de l'article 9).

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

CE N° 436

ARTICLE 9

A la première phrase de l'alinéa 6, substituer aux mots :

« aux articles 1641 à 1649 »,

les mots :

« au paragraphe 2 de la section 3 du chapitre 4 du titre 6 du livre 3 ».

Exposé sommaire

Amendement de précision.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 437

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 9

Au début de la dernière phrase de l'alinéa 6, insérer les mots :

« A cet effet, ».

Exposé sommaire

Amendement de précision.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 438

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 9

I. - Au début de l'alinéa 7, supprimer les mots :

« En ce qui concerne le péage autoroutier ».

II. - En conséquence, après le mot :

« péages »,

insérer le mot :

« autoroutiers ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 439

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 9

A l'alinéa 7, supprimer les mots :

« en tant que de besoin ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)

AMENDEMENT

CE N° 440

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 9

A l'alinéa 7, après le mot :

« voirie »,

insérer le mot :

« routière ».

Exposé sommaire

Amendement de précision.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508**

CE 203

AMENDEMENT

présenté par Frédérique Massat, Le Loch, M. Jean Gaubert, M. François Brottes, Mme Pascale Got, Corinne Erhel, M. Jean Grellier, Mme Frédérique Massat, M. Jean-Yves Le Bouillonnet, Germinal Peiro, Jean-René Marsac, Armand Jung, Daniel Boisserie et les membres du groupe socialiste

Article 9

Après l'alinéa 7, insérer l'alinéa suivant:

« En cas de travaux réalisés sur son réseau autoroutier, le concessionnaire autoroutier en informe les usagers par un affichage réalisé au niveau des péages autoroutiers. Les abonnés au service de télépéage sont directement tenus informés par l'envoi d'un courrier électronique hebdomadaire. »

EXPOSE SOMMAIRE

A l'heure actuelle, les concessionnaires autoroutiers ne sont soumis à aucune obligation d'information des usagers pour la réalisation de travaux sur leurs voies.

L'objet de cet amendement est de rendre cette information obligatoire.

AMENDEMENT

N° CE 93

présenté par
Jean-Louis Léonard

ARTICLE 9

I. - Après l'alinéa 7, insérer l'alinéa suivant :

« Les transporteurs aériens précisent dans leurs conditions générales de transport, publiées sous quelque forme que ce soit y compris sur Internet, ainsi que sur tout support écrit approprié au moment de la délivrance des titres de transport aérien, qu'en cas de renoncement du passager à voyager sur un vol pour lequel il dispose d'une réservation confirmée, ce passager bénéficie du remboursement des taxes, redevances aéroportuaires et autres frais dont l'exigibilité est liée à l'embarquement effectif du passager. Ce remboursement doit intervenir dans un délai maximal de trente jours à compter de la date du vol concerné ».

II. - En conséquence, à l'alinéa 5, substituer au mot : « deux », le mot : « trois ».

Exposé sommaire

Lorsque des passagers renoncent à leur vol, les transporteurs aériens ne sont pas tenus de s'acquitter des taxes et redevances aéronautiques qu'ils ont collectées à l'occasion de la vente des billets correspondants et dont l'assiette est assise sur le nombre de passagers transportés car celles-ci ne sont exigibles que lorsque le passager a effectivement embarqué. En pareille hypothèse, ces taxes et redevances doivent donc être remboursées au consommateur, y compris lorsque celui-ci a acquis un billet non échangeable et non remboursable, puisque le prélèvement opéré par le transporteur au titre des taxes et redevances devant être reversées, en cas d'embarquement effectif des passagers, aux autorités publiques ou chargées d'une mission de service public pour le compte desquelles elles ont été perçues, n'a plus de fondement juridique. Si tel n'était pas le cas, il y aurait enrichissement sans cause.

Le présent amendement n'a pas pour objet d'introduire une obligation de remboursement qui, d'ores et déjà s'impose juridiquement, mais de faire en sorte que le passager aérien soit dûment informé de ses droits souvent méconnus en la matière et puisse, le

cas échéant, les faire valoir par toutes les voies de droit nécessaires. Il vise à cibler, dans un souci d'efficacité, les vecteurs les plus appropriés sur lesquels devra figurer l'information du consommateur relative à ce droit au remboursement, à savoir les conditions générales de vente et le ou les documents accompagnant la délivrance du titre de transport. Il vise également à inscrire cette obligation de remboursement dans un délai raisonnable.

L'application de ce dispositif est rendue effective par les sanctions administratives prévues à l'article 10 du projet de loi en cas de manquements aux dispositions de l'article L.113-3 du code de la consommation auquel l'article 9 dudit projet ajoute des alinéas additionnels, dont celui porté par le présent amendement.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

N°

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 9

Après l'alinéa 9, ajouter les trois alinéas suivants :

« III – Après l'article L 311-4 du code de la propriété intellectuelle est inséré l'article L 311-4-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 311-4-1.* – Le montant de la rémunération prévue à l'article L 311-3 est porté à la connaissance du consommateur lors de la mise en vente des supports mentionnés à l'article L. 311-4. L'information délivrée porte sur le montant de la rémunération imputable spécifiquement à chaque support. Une notice explicative relative à cette rémunération est également portée à sa connaissance. Les conditions d'application du présent article sont définies par décret en Conseil d'Etat. »

« Les manquements aux dispositions du présent article sont recherchés et constatés par les agents visés au II de l'article L 450-1 du code du commerce, dans les conditions fixées par l'article L.141-1 du code de la consommation. Ils sont sanctionnés par une peine d'amende administrative égale à 3000 euros. »

Exposé sommaire

Cet amendement prévoit que le consommateur sera informé du montant de la rémunération pour copie privée, instituée à l'article L. 311-4 du code de la propriété intellectuelle, pour chaque produit auquel elle s'applique. Les modalités d'application seront précisées par décret et les manquements sanctionnés par une peine d'amende.

PROJET DE LOI RENFORCANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES
CONSOMMATEURS
N° 3508

CE 251

AM E N D E M E N T

Présenté par
M Lionel TARDY,

Article 9

Après l'alinéa 9, insérer les alinéas suivants :

« II *bis*.– Après l'article L. 311-4 du code de la propriété intellectuelle est inséré l'article L 311-4-1 ainsi rédigé :

« Le montant de la rémunération prévue à l'article L. 311-3 est porté à la connaissance du consommateur lors de la mise en vente des supports mentionnés à l'article L. 311-4. Une notice explicative relative à cette rémunération est également portée à sa connaissance.

« Les conditions d'application du présent article sont définies par décret en Conseil d'État. ». ».

EXPOSE SOMMAIRE

L'action n° 46 du Plan France Numérique 2012 du Gouvernement a énoncé l'objectif suivant :

« Action n°46 : Afficher le montant de la rémunération pour copie privée dans le prix de vente, afin de renforcer la transparence et d'informer les consommateurs sur la finalité de la rémunération pour copie privée. Les notices de vente porteraient un message explicatif ».

Il convient en effet d'améliorer l'information du consommateur final sur les principes qui sous-tendent le prélèvement de la rémunération pour copie privée ainsi que de rendre plus transparent le montant correspondant. Cet objectif n'a pas, à ce jour, été mis en œuvre.

Dans le cadre du projet de loi portant renforcement des droits et de l'information du consommateur, il apparaît opportun d'introduire ce dispositif d'information particulière qui concerne des biens de grande consommation (téléphones, cartes mémoires, clés USB, décodeurs, tablettes ...). Les biens électroniques grand public tendent en effet aujourd'hui à représenter un pourcentage important et croissant du budget des ménages.

Pour des raisons de cohérence et de lisibilité, il est proposé d'inscrire la règle d'affichage et d'information au sein des dispositions spécifiques du code de la propriété intellectuelle qui traitent de la rémunération pour copie privée.

Pour mémoire, l'article L. 311-4 du CPI précise le type de supports assujettis à rémunération pour copie privée, les redevables, le fait générateur et les critères de détermination du montant de la rémunération.

**Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs -
(n° 3508)**

AMENDEMENT

CE N° 441

présenté par
M. Daniel Fasquelle, rapporteur

ARTICLE 9

A l'alinéa 10, substituer au mot :

« publication »,

le mot :

« promulgation ».

Exposé sommaire

Amendement rédactionnel.

PROJET DE LOI RENFORCANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES
CONSOMMATEURS
N° 3508

CE 252

AM E N D E M E N T

Présenté par

M Lionel TARDY,

Article additionnel après l'article 9

Insérer l'article suivant :

« L'article L. 135-1 du code de la consommation est ainsi rédigé :

« *Art. L. 135-1.* – Nonobstant toute stipulation contraire, les dispositions de l'article L. 132-1 sont applicables lorsque la loi qui régit le contrat est celle d'un Etat n'appartenant pas à l'Union européenne et que le contrat présente un lien étroit avec le territoire d'un Etat membre et notamment :

- si le contrat a été conclu dans l'Etat du lieu de résidence habituelle de l'acheteur ;
- ou si le professionnel dirige son activité vers le territoire de l'Etat membre où réside le consommateur ;
- ou si le contrat a été précédé dans cet Etat d'une offre spécialement faite ou d'une publicité et des actes accomplis par l'acheteur nécessaires à la conclusion dudit contrat ;
- ou si le contrat a été conclu dans un Etat où l'acheteur s'est rendu à la suite d'une proposition de voyage ou de séjour faite, directement ou indirectement, par le vendeur pour l'inciter à contracter. »

EXPOSE SOMMAIRE

Cet amendement vise à mettre le droit français de la consommation en conformité avec le droit de l'Union européenne. S'agissant des contrats internationaux par internet, les difficultés pour déterminer la loi applicable et la juridiction compétente sont bien réelles et la protection du consommateur peut en souffrir.

En effet, l'article 6, 2) de la directive 93/13/CE (régime des clauses abusives) et l'article 7, 2) de la directive 1999/44/CE (ventes de biens de consommation) prévoient tous les deux que le régime protecteur s'applique dès lors qu'un contrat présente un « lien étroit » avec un Etat membre. Néanmoins, les transpositions françaises ne prennent pas en considération cette formulation volontairement imprécise.

Ces transpositions, parce qu'elles limitent la mise en œuvre de la protection des consommateurs à des cas bien précis, ne sont pas conformes à la directive. La CJUE a eu l'occasion de trancher la question en 2004 (CJCE, 9 sept. 2004, commission c/ Espagne, aff. C-70/03). Selon cet arrêt, la notion de « lien étroit » ne peut être réduite à des hypothèses précises : la Cour relève que la notion est volontairement imprécise pour permettre une application élargie de la protection conférée par les directives.

PROJET DE LOI RENFORCANT LES DROITS, LA PROTECTION ET L'INFORMATION DES
CONSO MMATEURS
N° 3508

CE 253

AM E N D E M E N T

Présenté par

M. Lionel TARDY,

Article additionnel après l'article 9

Insérer l'article suivant :

L'article L. 211-18 du code de la consommation est ainsi rédigé :

« *Art. L. 211-18.* – Quelle que soit la loi applicable au contrat, l'acheteur qui a sa résidence habituelle dans un État membre de l'Union européenne ne peut être privé de la protection que lui assurent les dispositions prises par cet État en application de la directive 1999/44/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 mai 1999 et qui ont un caractère impératif lorsque le contrat présente un lien étroit avec le territoire d'un État membre et notamment :

- si le contrat a été conclu dans l'État du lieu de résidence habituelle de l'acheteur ;
- ou si le professionnel dirige son activité vers le territoire de l'État membre où réside le consommateur ;
- ou si le contrat a été précédé dans cet État d'une offre spécialement faite ou d'une publicité et des actes accomplis par l'acheteur nécessaires à la conclusion dudit contrat ;
- ou si le contrat a été conclu dans un État où l'acheteur s'est rendu à la suite d'une proposition de voyage ou de séjour faite, directement ou indirectement, par le vendeur pour l'inciter à contracter. »

EXPOSE SOMMAIRE

Cet amendement vise à mettre le droit français de la consommation en conformité avec le droit de l'Union européenne. S'agissant des contrat internationaux par internet, les difficultés pour déterminer la loi applicable et la juridiction compétente sont bien réelles et la protection du consommateur peut en souffrir.

En effet, l'article 6, 2) de la directive 93/13/CE (régime des clauses abusives) et l'article 7, 2) de la directive 1999/44/CE (ventes de biens de consommation) prévoient tous les deux que le régime protecteur s'applique dès lors qu'un contrat présente un « lien étroit » avec un État membre. Néanmoins, les transpositions françaises ne prennent pas en considération cette formulation volontairement imprécise.

Ces transpositions, parce qu'elles limitent la mise en œuvre de la protection des consommateurs à des cas bien précis, ne sont pas conformes à la directive. La CJUE a eu l'occasion de trancher la question en 2004 (CJCE, 9 sept. 2004, commission c/ Espagne, aff. C-70/03). Selon cet arrêt, la notion de « lien étroit » ne peut être réduite à des hypothèses précises : la Cour relève que la notion est volontairement imprécise pour permettre une application élargie de la protection conférée par les directives.

Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs
n°3508

CE 207

AMENDEMENT
présenté par Frédérique Massat

Article additionnel après l'article 9

Insérer l'article suivant :

« Les entreprises qui mettent à la disposition de leur clientèle, pour assurer leur transport ainsi que celui de leurs bagages, des motocyclettes ou des tricycles à moteur conduits par le propriétaire ou son préposé, suivant des conditions fixées à l'avance entre les parties, sont soumises à des tarifs réglementés ainsi qu'un compteur horo-kilométrique homologué dit taximètre.

Les modalités d'application sont fixées par décret. »

EXPOSE SOMMAIRE

La loi n°209-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques encadre les activités de transport de personnes à moto à titre payant avec chauffeur, dites motos-taxis.

Mais, contrairement à la réglementation en vigueur pour les taxis, cette catégorie de transport de personne à titre onéreux n'est soumise ni à des tarifs réglementés ni à l'obligation d'équipement en taximètre.

Or, au vue du développement croissant de ce mode de transport,une harmonisation de la réglementation avec celle des taxis est indispensable.