

Document
mis en distribution
le 29 février 2008



N° 388

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 7 novembre 2007.

PROPOSITION DE LOI

visant à protéger les artisans du démarchage,

(Renvoyée à la commission des affaires économiques, de l'environnement et du territoire,
à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus
par les articles 30 et 31 du Règlement.)

PRÉSENTÉE

PAR MM. JEAN-CLAUDE GUIBAL, PATRICK BEAUDOUIN, JEAN-MARIE BINETRUY, MME VALÉRIE BOYER, MM. BERNARD BROCHAND, PATRICE CALMEJANE, FRANÇOIS CORNUT-GENTILLE, LOUIS COSYNS, OLIVIER DASSAULT, JEAN-PIERRE DECOOL, MME SOPHIE DELONG, MM. LUCIEN DEGAUCHY, JEAN-MARIE DEMANGE, JEAN-MICHEL FERRAND, DANIEL FIDELIN, MARC FRANCINA, MME ARLETTE GROSSKOST, M. CHRISTOPHE GUILLOTEAU, MME FRANÇOISE HOSTALIER, MM. PIERRE LASBORDES, FRÉDÉRIC LEFÈBVRE, MICHEL LEJEUNE, LIONNEL LUCA, PHILIPPE ARMAND MARTIN, JEAN-CLAUDE MATHIS, CHRISTIAN MÉNARD, ÉTIENNE MOURRUT, BERTRAND PANCHER, BERNARD PERRUT, JEAN-FRÉDÉRIC POISSON, MME JOSETTE PONS, M. MICHEL RAISON, MME LAURE DE LA RAUDIÈRE, MM. FRÉDÉRIC REISS, ANDRÉ SCHNEIDER, DANIEL SPAGNOU, ÉRIC STRAUMANN, GUY TEISSIER et PATRICE VERCHÈRE,
députés.

EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les responsables des structures artisanales gèrent seuls ou avec l'appui de leur conjoint la majeure partie des tâches administratives liées à leur activité. Ces professionnels ne sont souvent pas rompus ni aux techniques commerciales ni aux subtilités juridiques qui président à la conclusion de contrats de démarchage.

Or il apparaît que, de plus en plus, les artisans sont sollicités par des sociétés peu scrupuleuses souhaitant leur vendre des espaces publicitaires, leur faire acquérir du matériel professionnel ou tout simplement pour leur en louer. Ces pratiques surviennent la plupart du temps au moment d'un pic d'activité pour l'artisan, celui-ci ne pouvant alors s'interroger trop longuement sur la véracité des dires du démarcheur.

Dans toutes ces affaires, l'objectif unique des commerciaux est d'obtenir la signature du client, dès lors définitivement engagé.

Les montants financiers en jeu peuvent être considérables et un certain nombre d'entreprises sont contraintes, alors, à la cessation d'activité. En effet, à l'inverse d'un consommateur démarché à son domicile, le consommateur devenu professionnel ne bénéficie pas du délai de rétractation de sept jours. Le droit actuel interdit tout droit à réflexion d'un professionnel vis-à-vis d'un autre professionnel.

Pour bénéficier de la protection légale, il faut encore que la personne physique contracte en tant que consommateur et non pas pour les besoins d'une activité professionnelle. L'article L. 121-22 du code de la consommation exclut expressément cette hypothèse. C'est d'ailleurs par cette disposition que la loi apparaît comme spécialement protectrice des consommateurs, comme l'indique son titre de loi « relative à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile ».

Les dispositions de la section 3 du titre I du livre I^{er} du code de la consommation (articles L. 121-21 et L. 121-33) sont issues de la loi n° 72-1137 du 22 décembre 1972 relative à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile qui a été modifiée d'abord par la loi n° 77-574 du 7 juin 1977 puis, afin de mettre en conformité la législation française avec la directive européenne du 20 décembre 1985, par la loi n° 89-421 du 23 juin 1989 et enfin abrogée par la loi n° 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation. Les dispositions du code ont depuis été modifiées par plusieurs lois ou ordonnances.

La loi n° 95-96 du 1^{er} février 1995 a modifié l'article L. 121-22 afin d'achever la mise en conformité du droit français avec la directive communautaire précitée. **Le champ des personnes protégées par ce dispositif, d'ampleur variable, est fonction de la jurisprudence, qui oscille entre deux conceptions du consommateur, l'une extensive et l'autre restrictive devant tenir compte de la directive européenne.**

L'article L. 121-22 4° du code de la consommation exclut du champ d'application des dispositions relatives au démarchage à domicile « *les ventes, locations ou locations-ventes de biens ou les prestations de services lorsqu'elles ont un rapport direct avec les activités exercées dans le cadre d'une exploitation agricole, industrielle, commerciale ou artisanale ou de toute autre profession* ».

Depuis la loi du 23 juin 1989, l'essentiel du critère d'appréciation de l'exclusion du champ d'application est l'appréciation d'un lien direct entre l'objet du démarchage et l'activité professionnelle. Ainsi, la jurisprudence antérieure, qui recherchait si le professionnel avait contracté dans son domaine de compétence, semble devenue obsolète. La jurisprudence ne s'attache pas tant à la nature de l'activité professionnelle considérée mais aux motivations qui ont conduit le démarché à contracter. Elle recherche donc quelle a été la cause du contrat. La cause du contrat doit s'entendre ici de la cause exclusive : le contrat conclu par démarchage à domicile doit avoir été conclu exclusivement dans l'intérêt de l'entreprise.

Par ailleurs, **dans un arrêt postérieur à la réforme de 1989, la Cour de cassation rechercherait plutôt la finalité de l'opération qui est de se procurer des bénéfiques.** Selon la Cour de cassation, il suffit donc, pour qu'il y ait rapport direct avec l'activité professionnelle et exclusion des dispositions relatives au démarchage à domicile, que le contrat conclu permette un développement ou une protection de l'activité professionnelle.

Il appartient donc aux juges du fond d'apprécier souverainement la relation entre le contrat proposé et l'activité professionnelle. Toutefois, la difficulté d'appréciation porte sur les contrats annexes à leur activité professionnelle. **Le recensement des décisions révèle une grande fluctuation des analyses tantôt favorables aux professionnels tantôt sévères à leur égard, sans que la ligne de partage soit toujours clairement établie.**

C'est la raison pour laquelle je propose de modifier le code de la consommation et d'appliquer les dispositions de la section 3 du titre II du livre I^{er} aux personnes physiques immatriculées au répertoire des métiers.

En effet, cette proposition de loi, en visant spécifiquement les artisans inscrits au répertoire des métiers, permet de s'affranchir de la notion restrictive de lien direct, en réservant ce bénéfice à cette seule catégorie de professionnels puisque l'ensemble des dispositions de la section 3 du titre II du livre I^{er} leur est applicable nonobstant l'article L. 121-22 du code de la consommation.

PROPOSITION DE LOI

Article unique

Les dispositions de la section 3 du titre II du livre I^{er} du code de la consommation sont également applicables aux personnes physiques immatriculées au répertoire des métiers.