



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

ventes directes

Question écrite n° 67446

Texte de la question

M. André Aschieri appelle l'attention de M. le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation sur la multiplication de pratiques observées dans les ventes directes chez les producteurs. Ainsi il apparaît que certains vendent des fruits importés d'Espagne dans les lieux où le consommateur croit acheter la production locale. Aussi, il lui demande de lui indiquer les moyens de contrôle qui sont mis en oeuvre afin de protéger le consommateur contre ce type de pratiques.

Texte de la réponse

Les ventes directes de fruits et légumes, comme des autres produits agricoles, sont soumises au respect des dispositions générales du Code de la consommation relatives à la publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur (art. L. 121-1) ainsi qu'à la tromperie (art. L. 213-1). Par ailleurs, ce type d'activité est régi par les dispositions du Code général des impôts qui permettent au titre des recettes accessoires, commerciales ou non, passibles de la TVA, d'autoriser un exploitant, soumis au régime simplifié de TVA, à vendre des produits issus du négoce jusqu'à concurrence de 30 489,80 euros (200 000 francs TTC) et de 30 % du montant des recettes, taxes comprises, provenant de l'ensemble de ses activités agricoles (imposables ou non). Il n'est donc pas illicite de commercialiser, avec la production de l'exploitation, des produits du négoce sous réserve de respecter la réglementation en vigueur. Aussi, le contrôle de ce type de vente comporte-t-il à la fois la vérification des étiquetages, mentions et publicités accompagnant la vente des marchandises par les agents de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), et le contrôle, par les agents de la Direction générale des impôts (DGI), du respect de ces seuils. Ainsi, la DGCCRF a-t-elle été amenée à poursuivre des producteurs agricoles dans leur activité de revendeurs, sur le fondement de la publicité mensongère et de la tromperie à l'égard du consommateur.

Données clés

Auteur : [M. André Aschieri](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (9^e circonscription) - Radical, Citoyen et Vert

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 67446

Rubrique : Ventes et échanges

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : industrie, PME, commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 15 octobre 2001, page 5899

Réponse publiée le : 8 avril 2002, page 1909