



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 115837

Texte de la question

M. Jacques Desallangre appelle l'attention de M. le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales sur les règles en matière de démarchage, conçues pour protéger le consommateur. Un particulier peut bénéficier du régime prévu par les articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation, notamment d'un délai de réflexion de sept jours. Depuis l'intervention de la loi du 31 décembre 1989, modifiant la loi du 22 décembre 1972, la protection prévue par le code de la consommation se trouve étendue aux professionnels mais limitée aux produits ou services qui ne sont pas directement liés à leurs activités. Or, le démarchage à des fins publicitaires, ainsi que le démarchage en vue de l'acquisition d'un matériel professionnel ou en vue de la location d'un matériel, se multiplient, avec l'objectif unique des commerciaux d'obtenir la signature du client, qui ne peut se rétracter, s'agissant d'achats liés à leurs activités professionnelles. C'est dans ce contexte qu'un certain nombre de sociétés peu scrupuleuses exploitent une faille majeure du droit qui interdit tout droit à réflexion d'un professionnel vis-à-vis d'un autre professionnel. Les victimes sont les petites entreprises, qui ne sont pas rompues aux techniques commerciales, ni aux subtilités juridiques qui président à la conclusion des contrats proposés. Dans une réponse à une question écrite publiée en janvier dernier, il indiquait que « l'extension du champ d'application des règles en matière de démarchage aux entreprises, même de taille modeste, pourrait nuire à la sécurité juridique des transactions », et ajoutait que « les dispositions relatives à la publicité trompeuse ne sont pas limitées au seul consommateur, et sont donc susceptibles de combattre les pratiques commerciales déloyales à l'égard de tout public visé par la publicité. Sur le fondement de ce texte le juge pénal a récemment sanctionné lourdement les méthodes abusives d'offres fallacieuses d'insertion d'annonces dans les annuaires professionnels, présentées faussement à de nombreuses petites et moyennes entreprises sous la forme d'un formulaire de vérification de leurs coordonnées, qui précisait en caractères peu lisibles un engagement d'inscription dans l'annuaire professionnel pour un prix élevé ». Cependant, force est de constater que ces sanctions n'ont visiblement pas arrêté ces pratiques. C'est pourquoi il lui demande d'étudier la demande formulée par le syndicat des indépendants, représentant plus de 25 000 entreprises sur toute la France, qui demande que le délai de réflexion de sept jours soit aussi étendu aux professionnels dans leurs achats de produits ou services mêmes liés directement à leur activité.

Texte de la réponse

Selon les termes de l'article L. 121-22 du code de la consommation, les dispositions de l'article L. 121-20 du même code relatives au démarchage et notamment au droit de rétractation ne sont pas applicables aux ventes, locations, locations-ventes ou prestations de services lorsqu'elles ont un rapport direct avec les activités exercées dans le cadre d'une profession. En effet, les dispositions de l'article L. 121-20 ralentiraient les transactions effectuées de manière habituelle par les professionnels entre eux pour les besoins de leurs entreprises. En revanche, si l'objet du contrat n'a pas de rapport direct avec l'activité professionnelle exercée par l'acquéreur, les dispositions de l'article L. 121-20 sont applicables. C'est ainsi que, dans un arrêt du 6 janvier 1993, la première chambre civile de la Cour de cassation a reconnu qu'un professionnel avait droit à la même protection qu'un particulier pour toute offre qui lui est faite sortant du cadre spécifique de son activité.

Pour ces raisons, il ne semble pas opportun de proposer une telle extension du champ d'application des dispositions consuméristes, qui n'est d'ailleurs pratiquée par aucune législation européenne ou étrangère. L'existence d'un droit de rétractation est en effet un mécanisme portant une dérogation importante au principe de formation du contrat par la volonté des parties. Il ne semble pas souhaitable de protéger de la même manière un acheteur consommateur et un acheteur professionnel, même de taille modeste, car l'activité essentielle de ce dernier est bien de conclure des contrats soumis aux règles du droit commercial. Enfin, le cadre juridique de droit commun offre plusieurs possibilités d'actions devant le juge civil ou consulaire afin de permettre aux commerçants d'obtenir la nullité d'un contrat conclu en violation des usages commerciaux, ou bien de mettre en jeu la responsabilité civile du vendeur. Pour autant, il demeure souhaitable que les diverses associations professionnelles multiplient les mises en garde concernant des méthodes de vente agressives, qui doivent pouvoir être sanctionnées par le juge en fonction de la gravité des faits.

Données clés

Auteur : [M. Jacques Desallangre](#)

Circonscription : Aisne (4^e circonscription) - Député-e-s Communistes et Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 115837

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 16 janvier 2007, page 492

Réponse publiée le : 1er mai 2007, page 4173