



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

réglementation

Question écrite n° 27043

Texte de la question

Mme Nathalie Gautier attire l'attention de M. le secrétaire d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation sur les difficultés rencontrées par les artisans, commerçants, professionnels libéraux ou petites entreprises concernant le démarchage publicitaire à caractère abusif. Les faits rapportés par les victimes sont souvent similaires : sous couvert d'une demande de renseignements sur le client potentiel, ce dernier est souvent piégé dans un engagement pour une durée ferme avec paiement annuel. La pratique démarre par téléphone ou télécopie auprès d'artisans, commerçants et PME en vue d'insertions de références dans des guides, répertoires ou annuaires professionnels. Il s'ensuit l'envoi d'une télécopie de confirmation valant engagement, fréquemment suivi du passage d'un coursier venant recueillir le chèque du montant contenu. Ce contact est ensuite suivi de relances agressives s'appuyant sur un quiproquo autour de la durée ou de la quantité des engagements extorqués. Face aux multiples pratiques trompeuses (obligation de souscription, confusion avec les services publics, etc.) le secteur s'organise pour essayer d'éveiller la vigilance des victimes potentielles qui ne bénéficient pas des protections prévues pour le consommateur. Par exemple, elles ne peuvent bénéficier de la possibilité de rétractation de sept jours prévue par les dispositions des articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation relatives au démarchage à domicile puisqu'il est précisé que ne sont pas soumises aux dispositions des articles relatifs au démarchage « les ventes, les prestations de service lorsqu'elles ont un rapport direct avec les activités exercées dans le cadre d'une exploitation industrielle, commerciale ou artisanale ou de toute autre profession » (article L. 121-22-4°). Par conséquent, afin de mettre un terme à ces démarches illégales et qui placent les professionnels devant des situations délicates, elle souhaite connaître les mesures qu'il envisage de prendre et s'il compte modifier le code de commerce et le code de la consommation pour protéger toutes les personnes, entreprises individuelles ou sociétaires du démarchage publicitaire.

Texte de la réponse

Depuis plusieurs années des sociétés proposent aux professionnels (commerçants, artisans, professions libérales, industriels), associations sportives ou culturelles et collectivités locales l'insertion de leurs coordonnées dans des annuaires électroniques ou traditionnels. La présentation ambiguë de certaines sollicitations peut laisser croire qu'il s'agit d'une simple vérification d'adresse alors qu'en fait le professionnel se retrouve impliqué dans une commande ferme d'insertion dans un annuaire dont la diffusion ou l'utilité n'est pas toujours démontrée ou peut se révéler confidentielle. Dans la plupart des cas ces sociétés ne démarchent que des professionnels situés dans d'autres pays afin d'éviter les enquêtes et les poursuites de la part des autorités de leur pays. Elles choisissent, pour les mêmes raisons, de s'implanter dans des pays européens ne faisant pas partie de l'Union européenne. Ces différentes pratiques génèrent en France de très nombreuses plaintes. Des moyens juridiques existent pour lutter contre ces pratiques. En effet, la signature d'un tel document constitue un acte contractuel de droit privé dont la validité peut être contestée devant les tribunaux civils, sur la base, par exemple, d'un consentement donné par erreur. La présentation de certains imprimés peut également s'analyser comme une publicité de nature à induire en erreur qui peut donner lieu à des poursuites au plan pénal. De plus,

lorsque la société a son siège en France il est possible pour les directions départementales de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DDCCRF), sur la base des plaintes et des constatations effectuées, d'adresser une procédure contentieuse au parquet compétent. Lorsque les entreprises ont leur siège à l'étranger (et c'est le plus souvent le cas), la coopération administrative mise en place par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) avec les autorités d'autres pays européens permet, dans certains cas, d'obtenir des résultats. En outre, la DGCCRF a, à plusieurs reprises, alerté les organisations professionnelles ou sensibilisé les professionnels par des communiqués diffusés dans la presse régionale en recommandant la plus grande vigilance vis-à-vis de ce genre de sollicitations. Un collectif de victimes « Non au guide européen de l'arnaque » (NAGE) s'est constitué en France pour lutter contre ces pratiques liées au phénomène de l'insertion dans des guides professionnels. En tout état de cause, à la veille de l'élargissement de l'Union européenne qui s'apprête à accueillir dix nouveaux Etats membres et alors que la Commission européenne déploie d'importants efforts pour achever l'harmonisation des législations au plan européen, il apparaît nécessaire d'intensifier la lutte contre ce type de pratiques commerciales douteuses. D'ores et déjà, une réunion de coopération administrative européenne a été organisée le 26 août 2003, avec des représentants des administrations britannique, belge, espagnole, suisse et allemande, sous la présidence du secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation. Elle a permis de renforcer l'échange d'informations sur des pratiques concernant plusieurs pays et d'examiner les différents moyens pour y remédier. Un point régulier sera effectué pour permettre des réactions beaucoup plus rapides des administrations des différents Etats membres. Un renforcement de l'information des professionnels a également été acté lors de cette réunion.

Données clés

Auteur : [Mme Nathalie Gautier](#)

Circonscription : Rhône (6^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 27043

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 octobre 2003, page 8143

Réponse publiée le : 24 novembre 2003, page 9046