



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## protection des consommateurs

Question écrite n° 77577

### Texte de la question

M. Philippe-Armand Martin (Marne) appelle l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur les modalités de transposition de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE (relative à la publicité trompeuse et comparative) et les directives 97/7/CE, 98/7/CE et 2002/65/CE et le règlement n° 2006/2004. Les États membres devront transposer cette directive au plus tard le 12 décembre 2007, mais il est prévu une exception pour les pays disposant de mesures nationales plus restrictives. Un problème se pose ici à l'État français. En effet, en matière de pratiques trompeuses par action ou par omission, la législation nationale, notamment les articles L. 121-1 et suivants du code de la consommation, rentrent dans ce cadre d'exception. Par contre, la notion de « pratiques commerciales agressives » n'est pas quantifiée en droit français. Il demande quelles solutions les pouvoirs publics envisagent pour résoudre ce problème juridique aux conséquences très concrètes pour le consommateur.

### Texte de la réponse

La directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales a été adoptée par le Parlement européen et le Conseil le 11 mai 2005 et publiée au Journal officiel de l'Union européenne le 11 juin dernier. Ce texte devra être transposé dans les ordres juridiques internes des États membres au plus tard le 12 juin 2007. Les dispositions nationales de transposition de cette directive doivent entrer en vigueur à compter du 12 décembre 2007. Cette directive pose, à l'égard des consommateurs, le principe d'une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales. Deux catégories de pratiques commerciales sont concernées par ce texte : les pratiques trompeuses et les pratiques agressives. S'agissant des premières, il s'agit plus particulièrement des différentes formes de publicité mensongère ou trompeuse. À cet égard, la directive intègre, en le renforçant, le dispositif de lutte contre ce type de procédé, qui faisait l'objet de la directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984. Le caractère mensonger ou trompeur de la publicité s'apprécie, comme en droit français, à partir d'une liste exhaustive d'éléments matériels, arrêtée par la directive, à l'instar de la liste légale de l'article L. 121-1 du code de la consommation. L'innovation réside dans la prise en compte particulière des omissions trompeuses qui s'apprécient, selon la directive, au regard de l'absence, de la dissimulation ou des conditions peu claires, voire illisibles ou incompréhensibles, de présentation d'informations substantielles indispensables à un consentement libre et éclairé du consommateur. En outre, s'agissant d'une invitation à l'achat, l'omission trompeuse est caractérisée par l'absence d'une ou de plusieurs des informations figurant dans une liste, elle aussi, exhaustive. En ce qui concerne les pratiques de vente agressives la proposition de directive retient trois critères pour la définition de ce type de pratiques : le harcèlement, la contrainte et l'influence injustifiée. Pour déterminer si une pratique commerciale se caractérise par le recours à l'une de ces méthodes, le texte établit une liste d'éléments à prendre en considération, tenant au moment où la pratique est mise en oeuvre à la durée de celle-ci, aux moyens employés et aux circonstances. Enfin, une liste « noire » de pratiques commerciales déloyales prohibées est annexée à la proposition de directive. Il s'agit de pratiques illicites en elles-mêmes. La transposition de cette directive dans notre droit national nécessitera l'adoption de mesures

législatives particulières modifiant le code de la consommation. À cet égard, le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie présentera des dispositions législatives au cours du 1er semestre 2006 pour renforcer la politique en faveur des consommateurs. Ainsi, il conviendra de reprendre le principe général de prohibition des pratiques commerciales déloyales au sens de la directive et l'intégration de dispositions relatives aux pratiques agressives qui, aujourd'hui, ne sont pas visées comme telles par le code de la consommation, hormis le cas particulier du délit d'abus de faiblesse, mais qui ne vise à protéger que le consommateur vulnérable. Il conviendra également d'aménager le régime légal concernant l'interdiction de la publicité trompeuse ou mensongère, en y intégrant, notamment, des dispositions interdisant les omissions trompeuses dans la mesure où la jurisprudence existante en la matière ne suffira pas pour satisfaire à l'obligation de transposition. En outre, une liste noire des pratiques commerciales interdites, dont certaines considérées comme trompeuses, annexée à la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005, devra être également reprise par le code de la consommation. S'agissant de la protection des consommateurs contre la publicité trompeuse ou mensongère, le droit national doit strictement transposer le dispositif communautaire. En effet, l'article L. 121-1 du code de la consommation n'entre pas dans le champ de la dérogation visée à l'article 3, paragraphe 5, de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 qui prévoit la possibilité pour les États membres de maintenir, pendant une période transitoire de six ans à compter du 12 juin 2007, des dispositions nationales plus restrictives ou rigoureuses que ce que prévoit cette directive, qui oeuvre à leur rapprochement, lorsque de telles dispositions sont issues de la transposition de directives communautaires assorties de clauses d'harmonisation minimale. Cette dérogation ne vaut, en effet, que pour les dispositions nationales transposant des directives protégeant les intérêts économiques des consommateurs dans des domaines particuliers. En tout état de cause, la transposition en droit national de la directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 ne se traduira pas par un abaissement du niveau de la protection des intérêts des consommateurs mais au contraire le confortera.

## Données clés

**Auteur :** [M. Philippe Armand Martin](#)

**Circonscription :** Marne (6<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 77577

**Rubrique :** Consommation

**Ministère interrogé :** économie

**Ministère attributaire :** économie

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 8 novembre 2005, page 10269

**Réponse publiée le :** 24 janvier 2006, page 713