# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

## protection des consommateurs

Question écrite n° 104654

### Texte de la question

M. André Schneider attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès de la ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur la manière d'agir de certaines sociétés pour faire signer de nouveaux contrats en utilisant la méthode « *one-shot* ». Cette technique de vente aboutit à ce que le client prospecté signe un contrat avec une société de financement, contrat ne comportant aucune clause de résiliation en faveur du client. Avec ce système commercial, les particuliers, les PME, TPE, micro-entreprises et auto-entrepreneurs sont la cible d'arnaques coûteuses (pour la création de sites web, la vente des annuaires professionnels ou d'alarme etc.). Aussi lui demande-t-il quelles mesures il envisage de prendre pour que les victimes de ces pratiques abusives contraires au respect des règles déontologiques puissent obtenir rapidement réparation et que cessent ces méthodes de démarchage peu scrupuleuses.

### Texte de la réponse

Les moyens juridiques de lutte contre les techniques dites « one shot » existent dans le droit de la consommation français mais varient selon la qualité du client, la protection étant plus forte pour les consommateurs que pour les entreprises. S'agissant de pratiques de démarchage, le consommateur est protégé par les dispositions des articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation, qui lui offrent une faculté de renoncement dans un délai de sept jours par lettre recommandée avec accusé de réception. En outre, la transposition dans le code de la consommation de la directive n° 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales par la loi Chatel du 3 janvier 2008 et la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 offre désormais un moyen de lutte supplémentaire contre les entreprises qui utilisent des procédés commerciaux abusifs, et ce quelque soit la qualité du client. Les articles L. 121-1 et suivants définissent et interdisent les pratiques commerciales trompeuses commises à l'égard de consommateurs ou de professionnels. Les pratiques commerciales trompeuses sont celles qui créent une confusion ou reposent sur des allégations ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur sur un certain nombre d'éléments tels que la portée des engagements de l'annonceur, sur la nature, le procédé ou le motif de la vente, les caractéristiques essentielles du bien ou du service, le prix, les conditions de la vente, etc. Les pratiques citées de vente « one shot » appartiennent généralement à la catégorie des pratiques commerciales trompeuses parce qu'elles sont basées sur des arguments et techniques de vente fallacieux destinés à tromper le client. de telles pratiques sont constitutives d'une infraction délictuelle punie d'une peine d'emprisonnement de deux ans au plus et/ou d'une peine d'amende de 37 500 euros (qui peut être portée à 50 % des dépenses de la publicité ou de la pratique). En ce qui concerne le client particulier ou consommateur, de telles pratiques peuvent également, le cas échéant, être relevées au titre des pratiques commerciales agressives, infraction née également de la transposition de la directive relative aux pratiques commerciales déloyales et visée aux articles L. 122-11 et suivants du code de la consommation. Les pratiques commerciales agressives utilisent soit une contrainte morale (harcèlement, intimidation, chantage, etc.), soit une contrainte physique, soit des sollicitations répétées et insistantes et ont pour objet ou pour effet de vicier le consentement du consommateur, de l'empêcher

d'exercer correctement ses droits ou d'altérer de manière significative sa liberté de choix. Elles sont caractérisées par une pression exercée sur le consommateur afin de le faire céder ou d'orienter ses choix et révèlent un comportement manifestement abusif du professionnel. Elles peuvent être relevées à l'égard de tout consommateur et quelque soit la forme de vente. Les pratiques commerciales agressives, plus lourdement sanctionnées que les pratiques trompeuses, sont passibles d'une peine d'emprisonnement et/ou d'une peine d'amende de 150 000 euros au plus et entraînent la nullité du contrat souscrit dans ces conditions. Les agents chargés de la concurrence et de la consommation sont compétents pour la recherche et la poursuite de ces infractions et peuvent être saisis dans les directions départementales de la protection de la population.

## Données clés

**Auteur :** M. André Schneider
**Circonscription :** Bas-Rhin (3e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire
**Type de question :** Question écrite
**Numéro de la question :** 104654
**Rubrique :** Consommation
**Ministère interrogé :** Commerce, artisanat, PME, tourisme, services et consommation
**Ministère attributaire :** Commerce, artisanat et consommation

## Date(s) clée(s)

**Question publiée le :** 12 avril 2011, page 3507
**Réponse publiée le :** 12 juillet 2011, page 7606