



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 114499

Texte de la question

M. Yves Nicolin attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur la méthode de vente forcée *One shot* utilisée par certaines entreprises notamment dans le secteur des TIC. Cette méthode de vente touche les professionnels et surtout les PME ou TPE. Or les systèmes de rétractation prévus pour les particuliers ne s'appliquent pas ici. Aussi, ces entreprises se retrouvent dans des situations délicates suite à la signature de contrats proposés par des entreprises utilisant cette méthode *One shot*. Seule la voie de l'erreur sur la nature du contrat ou les manoeuvres dolosives peuvent fonctionner mais elles sont longues et souvent l'entreprise ne survit pas à cette procédure. Ce problème qui nuit au développement et à la bonne gestion des TPE au profit des groupes financiers parfois peu scrupuleux, n'est pas traité sur le fond par notre droit qui ne prévoit qu'un système peu efficient de lutte basé sur le droit des contrats. Aussi, il lui demande s'il entend mettre en place un système permettant, si ce n'est d'arriver à la suppression totale de cette pratique, de lutter efficacement contre son utilisation afin de protéger nos PME et TPE.

Texte de la réponse

Les méthodes de vente dites « one shot » visent à faire contracter sur le champ un client potentiel lors d'une rencontre unique durant laquelle le vendeur fait la promotion du produit ou du service qu'il souhaite vendre. Cette offre unique fait souvent l'objet de conditions avantageuses visant à provoquer une décision d'achat immédiate. Cette technique commerciale est souvent utilisée dans le cadre de démarchage de consommateurs ou de professionnels. Cependant, ces derniers ne se trouvent pas dans la même situation juridique que les consommateurs lorsqu'ils contractent dans ces circonstances. En effet, le législateur a estimé que le consommateur se trouve dans une situation de vulnérabilité particulière lorsqu'il est sollicité, hors des lieux habituels de vente, par un professionnel qui vise à le faire contracter. Les dispositions des articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation constituent donc un régime particulièrement protecteur. Toutefois, l'article L. 121-21 exclut de façon expresse les personnes morales de ce dispositif, le législateur ayant estimé qu'elles ne se trouvaient pas dans une situation comparable à celle du consommateur. En effet, les personnes morales, lorsqu'elles sont démarchées, agissent dans le cadre de leur statut ou de leur objet social. Elles bénéficient ainsi des recours prévus par le droit civil et le droit commercial. La jurisprudence interprète strictement les dispositions de cet article (1^{re} civ., 15 décembre 1998 confirmé par 1^{re} civ., 28 octobre 2003). Un professionnel personne physique peut, cependant, bénéficier du régime encadrant le démarchage dès lors que l'objet de la vente n'a pas de rapport direct avec son activité professionnelle. Cette notion de « rapport direct » est interprétée de plus en plus strictement par les juridictions qui apprécient les circonstances du démarchage au cas par cas. En tout état de cause, un professionnel personne physique ne peut pas invoquer les dispositions du code de la consommation si le contrat conclu après un démarchage permet la réalisation de bénéfices d'exploitation (1^{re} civ., 9 mai 1996). En outre, lorsque le contrat est conclu sur la base de fausses informations ou d'informations susceptibles d'induire en erreur le professionnel démarché, celui-ci peut invoquer le bénéfice des dispositions de l'article L. 121-1 du code de la consommation qui définit la pratique commerciale trompeuse comme une pratique qui « repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur » et portant notamment sur « les caractéristiques essentielles du bien ou service, l'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel » responsable de la pratique ou encore « la nature, le

procédé et le motif de la vente ». Ces dispositions du code de la consommation sont applicables aux relations entre professionnels et font l'objet de sanctions pénales (emprisonnement de deux ans et/ou amende d'un montant de 37 500 euros). Par conséquent, les professionnels doivent se montrer particulièrement vigilants lorsqu'ils sont démarchés puisqu'ils ne peuvent se prévaloir des dispositions du code de la consommation que dans certaines situations. Ils ne sont cependant pas démunis de recours dans la mesure où ils peuvent demander, devant les juridictions civiles, la nullité du contrat conclu dans de telles circonstances, en invoquant un vice du consentement.

Données clés

Auteur : [M. Yves Nicolin](#)

Circonscription : Loire (5^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 114499

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Économie, finances et industrie

Ministère attributaire : Économie, finances et industrie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 juillet 2011, page 7786

Réponse publiée le : 17 janvier 2012, page 552