



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 14335

Texte de la question

M. Jean-Claude Flory attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur les dérives de certaines méthodes de démarchage et le comportement sans scrupule de certains démarcheurs qui profitent d'une faille de la législation française pour convaincre par des procédés « chocs » et en utilisant des méthodes de persuasion assez radicales pour arriver à faire signer à chaud des bons de commandes à des professionnels. Un particulier démarché de façon similaire bénéficie d'un délai de réflexion allant à sept jours pour se rétracter, tandis que le professionnel, qu'il soit petit commerçant ou artisan, ne bénéficie d'aucun délai de réflexion après sa signature et peut se trouver piégé par des offres séduisantes de prime abord sans pour autant avoir eu suffisamment de temps pour un examen plus complet de l'offre. Il lui demande donc si la réglementation qui s'applique aux particuliers ne peut être par extension portée à l'intérêt des chefs d'entreprise dans le sens d'une meilleure protection des professionnels qu'il s'agisse de PME ou TPE du monde agricole, commercial, artisanat ou des services.

Texte de la réponse

Les règles en matière de démarchage ont été conçues pour protéger en priorité les consommateurs. Cependant, depuis l'intervention de la loi du 31 décembre 1989, modifiant la loi initiale du 22 décembre 1972, la protection dont bénéficient les consommateurs dans le cadre d'un démarchage, a été étendue aux professionnels, personnes physiques, dès lors que l'objet de la vente par démarchage n'a pas de rapport direct avec leur activité professionnelle et que, en conséquence, ils ne se trouvent pas mieux armés qu'un consommateur pour apprécier les conséquences d'un achat, par voie de démarchage. L'application de ces dispositions par les tribunaux a donné lieu à une abondante jurisprudence, dont la ligne directrice actuelle est d'exclure les commerçants du bénéfice des dispositions protectrices précitées dès lors que le contrat conclu a pour objet la promotion ou le développement de l'activité professionnelle et de ne les leur appliquer que pour des contrats de vente portant sur des produits ou services qui ne sont pas de nature à développer ou à promouvoir l'activité, quand bien même ils sont utilisés dans le cadre de cette activité. Ainsi, il a par exemple été jugé que la loi s'appliquait à un marchand de vêtements démarché pour un système d'alarme (Cass. 1re civ., 25 mai 1992) ou à un garagiste pour la souscription d'un contrat de télésurveillance (Cass. crim, 9 novembre 1999), alors qu'elle ne s'appliquait pas à des contrats publicitaires destinés à promouvoir et développer l'activité commerciale (Cass. 1re civ., 26 novembre 2002). Au plan communautaire, un vaste chantier de révision de l'acquis en matière de contrats de consommation a été lancé. Dans ce cadre, les autorités françaises ont répondu à un questionnaire de la Commission européenne, qui préfigure la révision de la directive n 85/577 relative aux contrats négociés en dehors des établissements commerciaux. La France a sollicité une délimitation plus précise du domaine de protection des règles en matière de démarchage et a insisté sur la nécessité de faire face au développement de sociétés peu scrupuleuses qui se spécialisent dans le démarchage de petits commerçants pour des contrats ayant un rapport avec leur activité professionnelle (insertion de publicités dans des annuaires, publicités pour vente de fonds de commerce, etc.). En attendant ces réformes au plan communautaire, un texte récent permettra de mieux répondre à l'attente des commerçants démarchés. En effet, la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour la concurrence au service des consommateurs a transposé, en son article 39, la directive n 200/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales. Le dispositif interdisant les pratiques commerciales

trompeuses est applicable aux professionnels victimes de telles pratiques. Il se situe à l'article L. 121-1 (I) du code de la consommation. Il s'agit d'un texte qui constitue une avancée considérable en matière de protection des consommateurs et des professionnels pour ce qui concerne les pratiques trompeuses. Des méthodes commerciales abusives destinées à tromper le contractant, non nécessairement sur la base d'une publicité, pourront désormais être appréhendées par ce texte qui prévoit des sanctions pénales. Les commerçants qui ne bénéficient pas du régime de protection du démarchage et qui auront été victimes de pratiques commerciales déloyales de la part de démarcheurs pourront les dénoncer sur la base de ce texte.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Claude Flory](#)

Circonscription : Ardèche (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 14335

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Industrie et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 15 janvier 2008, page 261

Réponse publiée le : 8 avril 2008, page 3076