ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 20744

Texte de la question

M. Marc Bernier appelle l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services sur le cadre légal gérant les relations commerciales entre professionnels. En cas de vente par démarchage, un particulier bénéficie d'un délai de réflexion et de rétractation d'une durée de sept jours. En revanche, les personnes faisant l'objet des mêmes démarches, mais en tant que professionnels à des fins publicitaires, en vue de l'acquisition ou de la location d'un matériel "professionnel", se trouvent, une fois la signature donnée, sans aucun recours possible pour résilier leur engagement. Or, contactés à domicile ou sur leur lieu de travail, il arrive que ces chefs de PME ou de TPE agricole, commerciale, artisanale ou de services, se trouvent piégés par des offres séduisantes de prime abord et persuasives, sans pour autant avoir suffisamment de temps pour procéder à un examen plus complet du contenu du bon de commande avant la signature de celui-ci. En conséquence, il lui demande s'il envisage de mettre en place une modification des règles du droit des contrats, dans le sens d'une meilleure protection des professionnels de petites et moyennes entreprises, à l'instar de ce dont disposent les particuliers.

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 qu'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 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 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 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. Marc Bernier
Circonscription : Mayenne (2e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 20744
Rubrique : Consommation
Ministère interrogé : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services
Ministère attributaire : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 15 avril 2008, page 3149
Réponse publiée le : 13 mai 2008, page 3993