



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 54789

Texte de la question

M. Christophe Guilloteau attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation sur les règles de protection des consommateurs en Europe. Il souhaiterait connaître son avis sur les possibilités qui permettraient de renforcer les dispositifs de protection au niveau de l'Europe ainsi que sur la proposition de directive portant sur ce sujet prochainement débattue au Parlement européen.

Texte de la réponse

La directive n° 2005/29/CE du 11 mai 2005 relatives aux pratiques commerciales déloyales a été transposée à l'article 39 de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs (loi Châtel). Cette transposition a été complétée et précisée par les articles 83 et 84 de la loi de modernisation de l'économie (LME) n° 2008-776 du 4 août 2008. Les nouvelles dispositions législatives ont été intégrées dans le code de la consommation. L'article L. 120-1 du code définit les caractéristiques des pratiques commerciales déloyales et pose le principe de leur interdiction. Les articles L. 121-1 à L. 121-7 visent les pratiques commerciales trompeuses qui constituent une forme de pratiques commerciales déloyales. Les articles L. 122-11 à L. 122-15 instaurent une nouvelle forme de pratiques commerciales déloyales et donc interdites que sont les pratiques commerciales agressives. L'ensemble de ces pratiques répond à des définitions et caractéristiques précises : les pratiques commerciales déloyales (dont les pratiques trompeuses et agressives) sont contraires aux exigences de la diligence professionnelle et sont susceptibles d'influencer le consommateur et d'altérer sa décision commerciale ; les pratiques commerciales trompeuses sont celles qui, en outre, créent une confusion ou reposent sur des allégations ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur. Au titre des pratiques commerciales trompeuses sont visées également les omissions trompeuses, c'est-à-dire toute pratique commerciale qui omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible des informations substantielles au consommateur de sorte que celui-ci est susceptible de ne pas prendre une décision commerciale en toute connaissance de cause ; 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, contrairement à l'abus de faiblesse de l'article L. 122-8 du code de la consommation, qui lui ne visait que les personnes en état de faiblesse ou d'ignorance et certaines formes de ventes (démarchage à domicile, ventes sur foires et salons). Toutes les actions, démarches de la part d'un professionnel en relation directe avec la vente ou la promotion d'un produit ou d'un service (y compris la publicité) qui répondent à ces définitions, pourront être relevées et poursuivies sur la base du code de la consommation. Ces infractions sont délictuelles. En outre, une liste de pratiques réputées déloyales en toutes circonstances a été annexée à la directive précitée. Cette liste est constituée de 22 pratiques commerciales trompeuses reprises à l'article L. 121-1-1 du code de la consommation et de 8 pratiques commerciales agressives reprises à l'article L. 122-11-1. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive de toutes les pratiques déloyales

mais de certaines pratiques jugées suffisamment graves pour être constitutives en toutes circonstances d'une infraction de pratique trompeuse ou agressive. Parmi la liste des pratiques commerciales trompeuses de l'article L. 121-1-1 on peut citer : afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire, présenter les droits conférés au consommateur par la loi comme instituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel, affirmer faussement qu'un produit est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations, décrire un produit comme étant « gratuit », « à titre gracieux », « sans frais » ou d'autres termes équivalents si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse, à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article (...). Parmi la liste des pratiques commerciales agressives de l'article L. 122-11-1 on peut citer : se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique (...) pour assurer l'exécution d'une obligation contractuelle, donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné, ou gagnera, en accomplissant tel acte, un prix ou un autre avantage équivalent, alors qu'en fait, soit il n'existe pas de prix ou d'autre avantage équivalent, soit la remise de celui-ci est subordonnée à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût. Le nouveau dispositif relatif aux pratiques commerciales déloyales augmente de manière significative la protection des consommateurs, en élargissant le champ de la publicité trompeuse à toutes les pratiques commerciales ayant un caractère trompeur et en créant l'infraction de pratiques commerciales agressives.

Données clés

Auteur : [M. Christophe Guilloteau](#)

Circonscription : Rhône (10^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 54789

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 7 juillet 2009, page 6819

Réponse publiée le : 8 septembre 2009, page 8493