



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

pratiques commerciales

Question écrite n° 63028

Texte de la question

M. Alain Suguenot 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 pratiques de certaines entreprises de vente par correspondance (VPC). Plusieurs particuliers reçoivent ainsi des courriers dans lesquels figurent des mentions comme : "dernier rappel", "attestation d'huissier", "Il est impératif de retourner votre bon de commande"..., le tout dans une enveloppe ne portant aucune trace de l'entreprise concernée mais avec le symbole des officiers de justice. Ces courriers, déjà scandaleux, deviennent très problématiques dès qu'ils sont adressés à des personnes plus naïves ou fragiles que d'autres, comme certaines personnes âgées, qui peuvent se laisser piéger et, ainsi, commander un ou des produits dont elles n'ont absolument pas la nécessité. Les pratiques utilisées étant particulièrement agressives, et ne répondant qu'à des politiques marketing clairement ciblées sur des populations plus susceptibles que d'autres de se laisser abuser, il lui demande de bien vouloir lui faire un point sur la législation en cours et si, le cas échéant, il compte prendre des mesures susceptibles de moraliser ces pratiques commerciales.

Texte de la réponse

Les pratiques commerciales de sociétés de vente par correspondance qui, à l'appui d'un bon de commande, utilisent des symboles, logos ou mentions laissant à penser au consommateur que le courrier émane d'un cabinet d'huissier et qu'ils n'ont d'autre choix que de passer une nouvelle commande, peuvent être appréhendées au regard de certaines dispositions du code de la consommation. En effet, la directive n° 2005/29/CE du 11 mai 2005 interdisant les pratiques commerciales déloyales des entreprises à l'égard des consommateurs a été transposée en droit national par l'article 39 de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs et par les articles 83 et 84 de la loi de modernisation de l'économie n° 2008-776 du 4 août 2008. Ces nouvelles dispositions législatives ont été intégrées dans le code de la consommation : ainsi, l'article L. 120-1 définit les caractéristiques des pratiques commerciales déloyales et pose le principe de leur interdiction ; les articles L. 121-1 à L. 121-7 prohibent les pratiques commerciales trompeuses qui constituent une forme de pratiques commerciales déloyales ; enfin, les articles L. 122-11 à L. 122-15 rendent, désormais, illicites les pratiques commerciales agressives qui constituent une forme de pratiques commerciales déloyales qui, jusque-là, ne faisaient pas l'objet de dispositions particulières du code de la consommation. Sous réserve d'un examen plus approfondi, les pratiques commerciales décrites semblent pouvoir être qualifiées de pratiques commerciales trompeuses, définies comme des pratiques créant une confusion ou reposant sur des allégations ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur et qui, de ce fait, sont susceptibles de l'influencer dans sa décision commerciale. 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. Au cas d'espèce, le fait d'entretenir une confusion avec un courrier émanant faussement d'un huissier et d'utiliser des mentions comme « dernier rappel », laissant

penser qu'il s'agit d'une relance devant entraîner impérativement une commande, sont des éléments constitutifs d'une pratique commerciale trompeuse ; de pratiques commerciales agressives, caractérisées par le recours soit à une contrainte morale (harcèlement, intimidation, chantage, etc.), soit à une contrainte physique, soit à des sollicitations répétées et insistantes et qui 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 se manifestent 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 quelle que 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 vise que les personnes en état de faiblesse ou d'ignorance et que certaines formes de ventes (démarchage à domicile, ventes sur les foires et salons). Au cas présent, les mentions utilisées par ces sociétés de vente par correspondance sont non seulement trompeuses, mais également destinées à entretenir la crainte de populations éventuellement fragiles ou mal informées de leurs droits en utilisant abusivement le symbole de l'huissier et la menace par le recours à des termes tels que « Vous devez impérativement retourner votre bon de commande ». Ces méthodes peuvent être assimilées à l'exercice d'une contrainte morale à l'égard des populations destinataires de ces courriers et constituer ainsi des pratiques commerciales agressives. Ces deux nouvelles infractions sont des délits passibles des peines suivantes : pour l'infraction de pratique commerciale trompeuse, une amende de 37 500 euros (avec possibilité d'aller jusqu'à 50 % du montant de la dépense nécessaire à cette pratique) et/ou 2 ans d'emprisonnement avec sursis ainsi que la publication du jugement ; pour l'infraction de pratique commerciale aggressive, 150 000 euros d'amende et/ou deux ans d'emprisonnement avec sursis et l'annulation de plein droit de tout contrat souscrit dans ces circonstances. La personne physique qui se livre à une pratique commerciale aggressive encourt également une interdiction d'exercer une quelconque activité commerciale pendant une durée de cinq ans au plus. Ce dispositif récent du code de la consommation en matière de pratiques commerciales déloyales accroît de manière significative le niveau de protection des consommateurs contre les pratiques commerciales abusives et portant atteinte aux intérêts économiques des consommateurs. Les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont habilités à rechercher et à constater de tels agissements en vue de leur poursuite au plan pénal.

Données clés

Auteur : [M. Alain Suguenot](#)

Circonscription : Côte-d'Or (5^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 63028

Rubrique : Consommation

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

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

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 10 novembre 2009, page 10526

Réponse publiée le : 19 janvier 2010, page 566