



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

publicité

Question écrite n° 2533

Texte de la question

M. Jean-Louis Christ attire l'attention de M. le ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, sur le champ d'application de l'article L. 121-37 du code de la consommation. Cet article dispose que les documents présentant l'opération publicitaire ne doivent pas être de nature à susciter la confusion avec un document administratif ou bancaire libellé au nom du destinataire ou avec une publication de la presse d'information. Néanmoins, l'opération publicitaire en cause concerne les loteries publicitaires (livre Ier, titre II, chapitre Ier, section 6). Face au développement de ces pratiques commerciales dans de multiples secteurs de la publicité, il lui demande s'il ne serait pas opportun d'étendre le dispositif susvisé à l'ensemble des documents diffusés par les annonceurs, dans le but de mieux protéger le consommateur contre tout risque de confusion.

Texte de la réponse

Les dispositions des articles L.120-1 et suivants du code de la consommation, issus de la transposition de la directive communautaire n° 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 sur les pratiques commerciales déloyales par la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 (loi Chatel) et par la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 (loi de modernisation de l'économie) posent le principe de l'interdiction des pratiques commerciales déloyales, parmi lesquelles figurent les pratiques commerciales trompeuses. Ainsi, l'article L. 121-1 dispose qu'une pratique commerciale est trompeuse « lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent ; lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur » et portant notamment sur la nature, les caractéristiques principales du bien ou du service, son prix, sa disponibilité, etc. Est également considérée comme trompeuse la pratique qui « omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contremps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale (...) ». Cet article fournit également une liste de pratiques présumées trompeuses, dont la démonstration du caractère trompeur à l'égard du consommateur est facilitée, parmi lesquelles figure la pratique consistant à « inclure dans un support publicitaire une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service commercialisé alors que tel n'est pas le cas ». Dès lors, un document publicitaire qui entretiendrait la confusion avec un document administratif ou bancaire ou avec une publication de presse, est susceptible d'être considéré comme une pratique commerciale trompeuse. Ces dispositions sont sanctionnées pénalement par une peine de prison de deux ans et/ou une amende de 37 500 euros. Les enquêteurs de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) veillent quotidiennement à l'application de ces dispositions générales.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Louis Christ](#)

Circonscription : Haut-Rhin (2^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 2533

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Économie sociale et solidaire et consommation

Ministère attributaire : Économie sociale et solidaire et consommation

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : [7 août 2012](#), page 4658

Réponse publiée au JO le : [15 janvier 2013](#), page 534