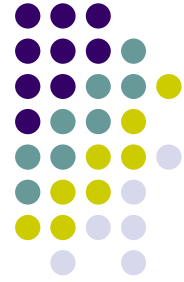




L.M.E.

13 novembre 2008



# LES PRATIQUES COMMERCIALES DÉLOYALES



# Transposition

- **Directive 2005/29/CE du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant les directives 84/450/CEE, 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE et le règlement (CE) n° 2006/2004 (directive sur les pratiques commerciales déloyales).**



# Directive 2005/29/CE

## Objectifs:

Clarifier et harmoniser les droits des consommateurs

Simplifier les échanges transfrontaliers en supprimant les dispositifs législatifs équivalents à des mesures restrictives de concurrence.

# Historique de la Directive 2005/29/CE



Pour y parvenir, deux méthodes:

- la reconnaissance mutuelle  
compte tenu de l'impossibilité de parvenir une harmonisation législative
- L'harmonisation des protections

# Historique:

## Deux projets opposés



- **DG XV → reconnaissance mutuelle**  
Proposition de Règlement du Parlement Européen et du Conseil relatif aux promotions des ventes dans le marché intérieur COM (2002) 585(01)  
rejeté notamment par la France sur la question de la revente à perte.
- **DG SANCO → Harmonisation ciblée des protections**  
Proposition de Directive du Parlement Européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant les directives 84/450/CEE, 97/7/CE et 98/27/CE (directive sur les pratiques commerciales déloyales)

# Historique de la Directive 2005/29/CE



Étude des droits nationaux destinés à la protection des consommateurs en matière de pratiques commerciales.

⇒ « de nouvelles lois pour mettre un terme au comportement déloyal à l'égard du consommateur »

(DG SANCO, Document de présentation)

# Historique:

## Deux projets opposés



l'harmonisation des législations s'est depuis largement développée: Publicité comparative, commerce électronique, VAD, Données personnelles, PLAI, etc...

Mais c'est au moment où la France reforme l'interdiction de revente à perte que la Directive est finalement transposée.

# Directive 2005/29/CE

## ARTICULATION DU TEXTE



- Principe général:  
interdire les pratiques commerciales déloyales et disparition des textes nationaux.
- Description de **pratique trompeuses** et des **pratiques agressives** évaluées en fonction des conséquences qu'elles peuvent avoir sur le consommateur moyen (ou groupe de consommateurs).
- **Liste noire des pratiques réputées déloyales** en toutes circonstances

# Directive 2005/29/CE

## Objectif de la « clause générale »



La directive sur les pratiques commerciales déloyales comprend une interdiction générale qui **remplacera les interdictions et principes généraux disparates en vigueur** dans les états membres

Source: Introduction de la Directive, paragraphe 13



- La Directive autorise cependant les états membres à maintenir les dispositions
  - Spécifiques à certains produits
  - Et au niveau des obligations contractuelles.

et de façon plus large pendant une durée maximale de 6 ans.

# Transposition en droit français



- réticence du législateur à renonce à une législation qu'il considère adéquate.
- Première tentative *a minima* par la Loi CHATEL
- Reprise des dispositions ignorées 6 mois plus tard par la Loi LME.
- Ajout de sanctions plus sévères

La France devra progressivement éliminer certaines dispositions plus rigoureuses que la Directive

# Dispositions transitoires: Article 3 de la Directive



Pendant une période de six ans à compter du 12 juin 2007, les États membres ont la faculté de continuer à appliquer des dispositions nationales dont la présente directive opère le rapprochement, plus restrictives ou plus rigoureuses que la présente directive et qui mettent en oeuvre des directives incluant des clauses d'harmonisation minimale. Ces mesures doivent être essentielles pour garantir que les consommateurs soient protégés de manière adéquate contre les pratiques commerciales déloyales et doivent être proportionnées à cet objectif à atteindre. La révision visée à l'article 18 peut, s'il y a lieu, comprendre une proposition visant à proroger cette dérogation pour une durée limitée.

# Architecture de la Directive 2005/29/CE



CLAUSE GENERALE : interdiction des pratiques commerciales déloyales		
PRATIQUES TOMPEUSES		PRATIQUES AGRESSIVES
PAR ACTIONS	PAR OMISSIONS	
LISTE NOIRE des pratiques interdites		



# ARCHITECTURE DU CODE DE LA CONSOMMATION après transposition

# Architecture simplifiée du Code de la Consommation



TITRE II : PRATIQUES COMMERCIALES.			
CHAPITRE PRELIMINAIRE : PRATIQUES COMMERCIALES DE LOYALES. ( <a href="#">ARTICLE L120-1</a> )			
CHAPITRE IER : PRATIQUES COMMERCIALES REGLEMENTEES	CHAPITRE II : PRATIQUES COMMERCIALES ILLICITES.	AUTRES TEXTES MAINTIENS :	
Pratiques commerciales trompeuses et publicité.	Refus et subordination de vente ou de prestation de services.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Code civil</li> <li>- Code de la consommation</li> <li>- LCEN</li> <li>- Code monétaire et financier ...</li> </ul>	
Pratiques commerciales trompeuses.			
Publicité.			
Ventes de biens et fournitures de prestations de services à distance.	Ventes et prestations de services sans commande préalable.		
Démarchage.	Ventes ou prestations « à la boule de neige ».		
Ventes directes.)	Abus de faiblesse		
Ventes ou prestations avec primes, Loteries publicitaires .- Annonces de rabais.	Pratiques commerciales agressives. ( <a href="#">Articles L122-11 à L122-15</a> )		
Publicité et pratiques commerciales concernant les préparations pour nourrissons.			
Divers textes spéciaux			
TITRE III : CONDITIONS GENERALES DES CONTRATS.			
Chapitre Ier : Arrhes et acompte.	Chapitre II : <b>Clauses abusives.</b>	Chapitre III : Interprétation et forme des contrats.	Chapitre IV : Remise des contrats.

# Termes définis par la Directive 2005/29/CE



- **Consommateur**
- Professionnel
- Produit
- **Pratique commerciale**
- Altération substantielle du comportement économique du consommateur
- Code de conduite et responsable du code
- Diligence professionnelle
- **Invitation à l'achat**
- Influence injustifiée
- Décision commerciale
- Profession réglementée

# Directive 2005/29/CE

## Interdiction des pratiques déloyales



- NOTION nouvelle en droit français de pratique commerciale déloyale:

visé toute action, omission, conduite ou communication, la démarche commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs.

# Directive 2005/29/CE

## Interdiction des pratiques déloyales



- Terme à rapprocher :
  - Exécution de bonne foi des contrats
  - Consentement éclairé , réfléchi, sans contrainte
  - Information précontractuelle

l'offre est visée autant que son application



## IL N'EST PAS NÉCESSAIRE DE PROUVER

- que le consommateur a effectivement été dupé
- ou qu'il a eu perte financière.

# Directive 2005/29/CE

## Interdiction des pratiques déloyales



### APPROCHE NOUVELLE

Implications comportementales de cette approche contractuelle :

- Le comportement des professionnels ne doit pas être contraire à l'honnêteté et à la morale
- Il doit permettre au **cocontractant** d'avoir un consentement éclairé, ce qui suppose dans certains cas une obligation positive d'information

# Directive 2005/29/CE

## Interdiction des pratiques déloyales



Les règles imposées étaient déjà présentes en droit positif:

- publicité mensongère ou de nature à induire en erreur (L121-1 Code Conso ancien)
- Protection contre le dol (1109 C Civ)
- Abus de faiblesse (L122-9 ancien)
- Obligation d'information
  - Prix et conditions de vente (113-3 C Conso, 518-1 et 312-1-1 C monétaire et Financier, )
  - Caractéristiques bien et service (111-1 C Conso)
  - Période disponibilité pièces détachées (111-2 C Conso)
  - Vente à distance (121-23 et suiv C Conso)
  - ...

# Modifications apportées en deux temps



- Loi Chatel
  - Intègre la notion de pratique commerciale déloyale qui peut être
    - Trompeuse
    - Agressive
  - Approche transversale et non plus sectorielle
  - Nullité du contrat issu de pratique « agressive »
- Loi LME
  - Transposition complète



# Texte issu de la transposition:

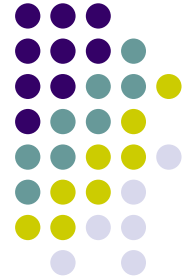
- **Chapitre préliminaire**  
Pratiques commerciales déloyales
- **Chapitre 1**  
pratiques commerciales réglementées
- **Chapitre 2**  
pratiques commerciales illicites



# Texte issu de la transposition:

- **Chapitre préliminaire**  
Pratiques commerciales déloyales
- **Chapitre 1**  
pratiques commerciales réglementées
- **Chapitre 2**  
pratiques commerciales illicites

# Article L120-1 clause générale



- Les pratiques commerciales déloyales **sont interdites**. Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur **normalement informé et raisonnablement attentif et avisé**, à l'égard d'un bien ou d'un service.
- Le caractère déloyal d'une pratique commerciale **visant une catégorie particulière de consommateurs** ou un groupe de consommateurs **vulnérables** en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité **s'apprécie au regard de la capacité moyenne de discernement de la catégorie ou du groupe**.

II.- Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales: --  
- **les pratiques commerciales trompeuses** définies aux articles L. 121-1 et L. 121-1-1  
- **et les pratiques commerciales agressives** définies aux articles L. 122-11 et L. 122-11-1.

# Article L120-1

## 3 Conditions cumulatives



Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est

- 1<sup>o</sup>) contraire aux exigences de la diligence professionnelle
- 2<sup>o</sup>) et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur
- 3<sup>o</sup>) normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.



# Texte issu de la transposition:

- **Chapitre préliminaire**  
Pratiques commerciales déloyales
- **Chapitre 1**  
pratiques commerciales réglementées
- **Chapitre 2**  
pratiques commerciales illicites



# Diverses pratiques réglementées

- **Section 1**

pratiques commerciales **trompeuses** et publicité

- pratiques commerciales trompeuses (L 121-1)

+ clauses grises: « réputées trompeuses » ( L121-1-1)

- publicité

- Section 2 (non modifié)

Ventes de biens et fournitures de prestations de services à distance.

etc ...

- Section 5 : Pratiques commerciales agressives.

# Pratiques commerciales trompeuses



- **Section 1**

pratiques commerciales **trompeuses** et  
publicité

- **pratiques commerciales trompeuses (L 121-1)**

+ clauses grises: « réputées trompeuses » ( L121-1-1)

- publicité

# Pratiques commerciales trompeuses L 121-1



## I.-(à l'égard du consommateur et entre professionnels)

**Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :**

- 1°Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent
- 2°Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :  
...
- 3°Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en oeuvre n'est pas clairement identifiable.

## I.-Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes



- **1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent**
- 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : ...
- 3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en oeuvre n'est pas clairement identifiable.

# Pratiques commerciales trompeuses



- 1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent
- **2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : ...**
- 3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en oeuvre n'est pas clairement identifiable.

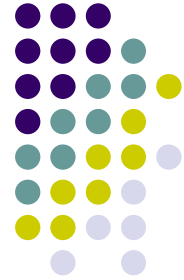
# Pratiques commerciales trompeuses

**allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur**



- a) L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;
- b) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication, les conditions de son utilisation et son aptitude à l'usage, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation, ainsi que les résultats et les principales caractéristiques des tests et contrôles effectués sur le bien ou le service ;
- c) Le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente, de paiement et de livraison du bien ou du service ;
- d) Le service après-vente, la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation ;
- e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services ;
- f) L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ;
- g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ;

# Ancien Texte: (L121-1 ancien du code de consommation)



- Existence du produit ou du service
- Nature du bien du service
- Composition du produit (pur chèvre qui contient du lait de vache)
- Qualités substantielles (environnement d'un immeuble)
- Teneurs en principes utiles Propriétés du produit ou service
- Résultat à attendre
- Mode et date de fabrication (confiture artisanale)
- Espèces et origines (tome de Savoie pour un fromage des Pyrénées)
- Prix des biens et services
- Conditions de vente (offre promotionnelle)
- Portée des engagements de l'annonceur
- Motifs et procédés de vente (fausses liquidations, fausses saisies en douane)
- Identité, qualité, aptitude du vendeur ou fabricant

# Pratiques commerciales trompeuses



- 1° Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial, ou un autre signe distinctif d'un concurrent
- 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : ...
- **3° Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en oeuvre n'est pas clairement identifiable.**

# Pratiques commerciales trompeuses – II-



## II.-.-(ne concerne pas les clients professionnels)

Une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres au moyen de communication utilisé **et des circonstances qui l'entourent (ajouté)**, elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte.

- Dans toute communication commerciale **constituant une invitation à l'achat (ajouté)**, et destinée au consommateur **mentionnant le prix et les caractéristiques** du bien ou du service proposé, sont considérées comme substantielles les informations suivantes : ...

...

# Pratiques commerciales trompeuses – II-



## DÉFINITION DE LA DIRECTIVE

- i) "invitation à l'achat":  
une **communication commerciale** indiquant les **caractéristiques du produit** et **son prix** de façon appropriée en fonction du moyen utilisé pour cette communication commerciale et **permettant ainsi au consommateur de faire un achat;**  
⇒ Approche contractuelle de la publicité

# Pratiques commerciales trompeuses – II-



Dans toute communication commerciale **constituant une invitation à l'achat**, et destinée au consommateur **mentionnant le prix** et les **caractéristiques** du bien ou du service proposé,

sont considérées comme substantielles les informations suivantes : ...

...

# Pratiques commerciales trompeuses – II-



- 1° Les caractéristiques principales du bien ou du service ;
- 2° L'adresse et l'identité du professionnel ;
- 3° Le prix toutes taxes comprises et les frais de livraison à la charge du consommateur, ou leur mode de calcul, s'ils ne peuvent être établis à l'avance ;
- 4° Les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations des consommateurs, dès lors qu'elles sont différentes de celles habituellement pratiquées dans le domaine d'activité professionnelle concerné ;
- 5° L'existence d'un droit de rétractation, si ce dernier est prévu par la loi.

# Pratiques commerciales trompeuses – II-



## PRÉCISION DE LA DIRECTIVE:

- étant donné que la présente directive vise à procéder à une harmonisation totale, seules les informations exigées en vertu de la législation communautaire sont considérées comme étant substantielles.

(non précisé dans la loi de transposition)

# Pratiques commerciales trompeuses



- **Section 1**

pratiques commerciales **trompeuses** et  
publicité

- **pratiques commerciales trompeuses (L 121-1)**

**+ clauses grises: « réputées trompeuses »  
( L121-1-1)**

- **publicité**

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



**ATTENTION** : Article également applicable aux pratiques qui visent les professionnels.

SONT RÉPUTÉES TROMPEUSES AU SENS DE L'ARTICLE L. 121-1 LES PRATIQUES COMMERCIALES QUI ONT POUR OBJET :

- 1° Pour un professionnel, de se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 2° D'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ;
- 3° D'affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 4° D'affirmer qu'un professionnel, y compris à travers ses pratiques commerciales, ou qu'un produit ou service a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas, ou de ne pas respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 5° De proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra fournir lui-même, ou faire fournir par un autre professionnel, les produits ou services en question ou des produits ou services équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit ou du service, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit ou le service et du prix proposé ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 6° De proposer l'achat de produits ou la fourniture de services à un prix indiqué, et ensuite :
- a) De refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité ;
  - b) Ou de refuser de prendre des commandes concernant ces produits ou ces services ou de les livrer ou de les fournir dans un délai raisonnable ;
  - c) Ou d'en présenter un échantillon défectueux, dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 7° De déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;
- 8° De s'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'Etat membre de l'Union européenne dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



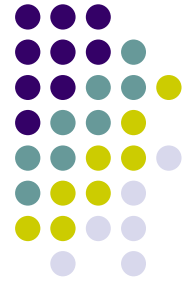
- 9° De déclarer ou de donner l'impression que la vente d'un produit ou la fourniture d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas ;
- 10° De présenter les droits conférés au consommateur par la loi comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel ;
- 11° D'utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit ou d'un service alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 12° De formuler des affirmations matériellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit ou le service ;
- 13° De promouvoir un produit ou un service similaire à celui d'un autre fournisseur clairement identifié, de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit ou le service provient de ce fournisseur alors que tel n'est pas le cas ;
- 14° De déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 15° D'affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard ;
- 16° D'affirmer faussement qu'un produit ou une prestation de services est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations ;
- 17° De communiquer des informations matériellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver un produit ou un service, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



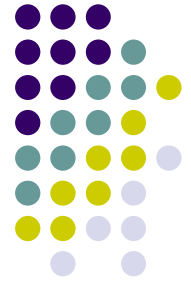
- 18° D'affirmer, dans le cadre d'une pratique commerciale, qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable ;
- 19° De décrire un produit ou un service comme étant " gratuit ", " à titre gracieux ", " sans frais " ou autres termes similaires 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 ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



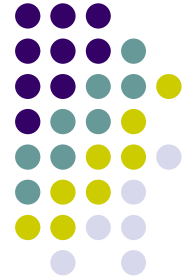
- 20° D'inclure dans un support publicitaire une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit ou le service commercialisé alors que tel n'est pas le cas ;
- 21° De faussement affirmer ou donner l'impression que le professionnel n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur ;

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



- 22° De créer *faussement* l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit ou un service est disponible dans un Etat membre de l'Union européenne autre que celui dans lequel le produit ou le service est vendu.

# Contrôle des pratiques commerciales trompeuses



- Article L121-2 -
- Les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, ceux de la direction générale de l'alimentation du ministère de l'agriculture et ceux du service de métrologie au ministère de l'industrie sont habilités à constater, au moyen de procès-verbaux sur l'ensemble du territoire national les pratiques commerciales trompeuses. Ils peuvent exiger du responsable d'une pratique commerciale la mise à leur disposition ou la communication de tous les éléments propres à justifier les allégations, indications ou présentations inhérentes à cette pratique. Ils peuvent également exiger de l'annonceur, de l'agence de publicité ou du responsable du support la mise à leur disposition des messages publicitaires diffusés.
- Les procès-verbaux sur l'ensemble du territoire national dressés en application du présent article sont transmis au procureur de la République.

# Action en cessation des pratiques commerciales trompeuses



**La cessation de la pratique commerciale trompeuse peut être ordonnée** par le juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites, soit sur réquisition du ministère public, soit d'office.

La mesure ainsi prise est exécutoire **nonobstant toutes voies de recours**. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe.

Les décisions statuant sur les demandes de mainlevée peuvent faire l'objet d'un recours devant la chambre de l'instruction ou devant la cour d'appel selon qu'elles ont été prononcées par un juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites.

La chambre de l'instruction ou la cour d'appel statue dans un **délai de dix jours** à compter de la réception des pièces.

# Responsabilité et compétence

## Article L121-5



La personne **pour le compte de laquelle** la pratique commerciale trompeuse est mise en oeuvre est responsable, à titre principal, de l'infraction commise.

Le délit est constitué dès lors que la pratique commerciale est mise en oeuvre ou qu'elle produit ses effets en France.

# Les sanctions pénales pratiques trompeuses: L213-1



- Les peines principales :
  - 2 ans d'emprisonnement
  - 37 500 euros d'amende
  - L'amende peut être portée à 50 % des dépenses de la publicité ou de la pratique constituant le délit
  - resp pénale personne morale
- Les peines accessoires :
  - action en cessation
  - publication du jugement

# Pratiques commerciales trompeuses



- **Section 1**

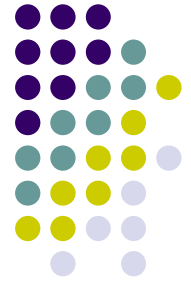
pratiques commerciales trompeuses et publicité

- pratiques commerciales trompeuses (L 121-1)  
+ clauses grises: « réputées trompeuses » ( L121-1-1)

- **Publicité**

**Dispositions non modifiées, sauf ...**

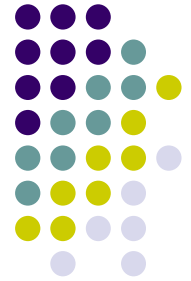
# Pratiques commerciales réputées trompeuses



## Article L 121-15-2

Sans préjudice des dispositions réprimant les pratiques trompeuses prévues à l'article L. 121-1, **les conditions auxquelles sont soumises la possibilité de bénéficier d'offres promotionnelles ainsi que celle de participer à des concours ou à des jeux promotionnels, lorsque ces offres, concours ou jeux sont proposés par voie électronique, doivent être clairement précisées et aisément accessibles.**

# Pratiques commerciales réputées trompeuses



Article L 121-18 et L 121-19

nouvelles mentions légales concernant la  
vente à distance.

# Pratiques commerciales agressives (liste noire)



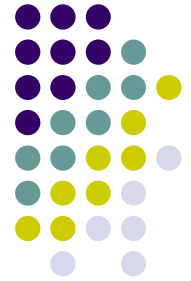
- **Section 5**

pratiques commerciales **agressives**

- L 122-11
- L 122-12
- L 122-13
- L 122-14
- L 122-15

# Pratiques commerciales agressives

## L-122-11



- **Une pratique commerciale est agressive lorsque** du fait de **sollicitations répétées et insistantes** ou de l'usage d'une contrainte physique ou morale, et compte tenu des circonstances qui l'entourent :
  - 1° Elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ;
  - 2° Elle vicie ou est de nature à vicier le consentement d'un consommateur ;
  - 3° Elle entrave l'exercice des droits contractuels d'un consommateur.

# Pratiques commerciales agressives

## L-122-11



- **II. - Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :**
  - 1° Le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
  - 2° Le recours à la menace physique ou verbale ;
  - 3° L'exploitation, en connaissance de cause, par le professionnel, de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;
  - 4° Tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;
  - 5° Toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.

# Pratiques commerciales agressives

## L-122-11-1

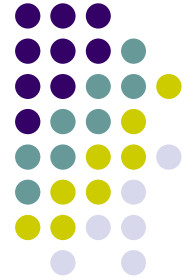


- **Sont réputées agressives au sens de l'article L. 122-11 les pratiques commerciales qui ont pour objet :**

- 1° De donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu ;
- 2° D'effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sauf si la législation nationale l'y autorise pour assurer l'exécution d'une obligation contractuelle ;
- 3° De se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance ;
- 4° D'obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels ;
- 5° Dans une publicité, d'inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité ;
- 6° D'exiger le paiement immédiat ou différé de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés, ou exiger leur renvoi ou leur conservation, sauf lorsqu'il s'agit d'un produit de substitution fourni conformément à l'article L. 121-20-3 ;
- 7° ...

# Pratiques commerciales agressives

## L-122-11-1



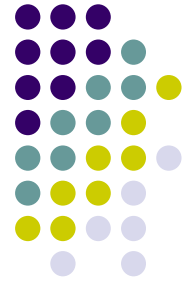
7° D'informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés ;

8° De donner l'impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait :

-soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent ;

-soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

# Sanctions des pratiques commerciales agressives L-122-12 -



Le fait de mettre en oeuvre une pratique commerciale agressive est puni d'un emprisonnement de

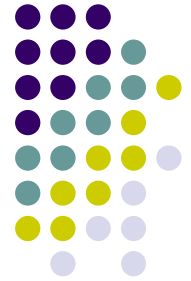
- deux ans
- et d'une amende de **150 000 euros**
- Interdiction activité commerciale  
ou, si pers morale, art L 131-39 du Code pénal  
(interdictions diverses)

# Sanctions des pratiques commerciales agressives L-122-15 -



## UNE SANCTION NON PRÉVUE DANS LA DIRECTIVE:

- Lorsqu'une pratique commerciale agressive aboutit à la conclusion d'un contrat, celui-ci est nul et de nul effet.



# Conclusion

I - MALGRÉ LES PRESCRIPTIONS DE LA DIRECTIVE, COEXISTENT Désormais DEUX RÉGLEMENTATION :

- La réglementation nationale, qui , à l'exception des règles relatives à la publicité mensongère, ont été maintenue,
- Une réglementation européenne directement issue de la directive.

# Conclusion



II - LES ÉVENTUELS PLAIGNANTS OU CONSOMMATEURS DEVRAIENT DONC POUVOIR À LEUR CHOIX INVOQUER L'UNE OU L'AUTRE DE CES DEUX RÉGLEMENTATIONS.



# Conclusion

III - on peut logiquement penser que le choix sera fait selon la domiciliation du demandeur:

- Un demandeur résidant en France fera le choix de la réglementation française, et peut-être également de la réglementation européenne.
- Un demandeur étranger s'appuiera sur le texte de la directive.