



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

conditions d'accès

Question écrite n° 35665

Texte de la question

M. François Rochebloine attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur la prolifération des concours et jeux organisés par les sociétés commerciales. En effet, la participation à ces concours se fait souvent par courrier ou, de plus en plus fréquemment, par téléphone avec des tarifs d'appel particulièrement élevés. Prévus pourtant par la réglementation, la gratuité de la participation n'est pas toujours effective, les remboursements demandés n'arrivent parfois jamais. Pareillement, le règlement complet n'est pas forcément envoyé aux participants qui le souhaitent. Il lui demande quel est le bilan des actions menées dans ce domaine par ses services (contrôles opérés, infractions constatées et sanctions infligées). Par ailleurs, ne serait-il pas possible de prévoir une participation réellement gratuite (enveloppe avec port payé par le destinataire, numéro de téléphone « vert », par exemple) ?

Texte de la réponse

A la différence de la participation à une loterie commerciale, la participation à un jeu-concours peut donner lieu au versement d'une contribution financière, qui est généralement minime ou liée à des achats effectués par le consommateur. Les jeux-concours organisés par les entreprises ne sont pas réglementés. Si des opérateurs indécents déguisent de véritables loteries commerciales sous l'apparence d'un jeu-concours, les tribunaux peuvent requalifier les opérations de jeux-concours en loteries commerciales illicites. Au cours des trois dernières années (1997, 1998 et 1999), les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ont intensifié leurs contrôles des loteries commerciales. C'est ainsi qu'entre 1995 et 1999 le nombre d'actions de contrôle a enregistré une progression de plus de 55 %, ce qui témoigne de l'étroite vigilance de la DGCCRF à l'égard de ces opérations publicitaires. Dans le cadre de ces opérations, il a été constaté, au cours de l'année 1999, que plus de 92 % des loteries étaient organisées dans le strict respect des textes. Ces infractions ne représentent actuellement que moins de 1 % de l'ensemble des procédures transmises aux parquets au titre des différentes infractions au code de la consommation. Ces quelques infractions (loteries) émanent, pour l'essentiel, de trois ou quatre opérateurs. La diminution significative des infractions et des plaintes des consommateurs en 1998 et 1999 est à mettre au crédit des effets pédagogiques des récentes condamnations prononcées à l'encontre de quelques opérateurs indécents. Dans le même esprit, on peut également imputer cette évolution positive aux initiatives récentes des professionnels de la vente par correspondance et à distance qui ont amélioré leur code de bonne conduite dans le sens d'une offre de loterie plus claire, plus loyale et plus respectueuse des consommateurs. Cette initiative fait directement écho aux préconisations du Conseil national de la consommation. Dans cette même voie, la garde des sceaux, ministre de la justice, a adressé une circulaire aux parquets pour les sensibiliser notamment aux problèmes que posent les loteries commerciales. S'agissant des tarifs d'appel, la participation à des concours par téléphone se fait en général par l'intermédiaire de communications à destination de numéros dits non géographiques. Ces numéros se définissent par l'unicité du numéro accessible et un tarif indépendant du lieu géographique de résidence de l'appelant. Les opérateurs, comme le sont les sociétés organisatrices des jeux-concours, peuvent mettre à la disposition du public trois grands types de services d'appel : soit des services de libre appel dont la

communication est gratuite pour l'appelant ; soit des services à coûts partagés entre l'appelant et l'appelé ; soit des services à revenus partagés dont le coût est supporté par l'appelant. Les tarifs de ces deux derniers types de services payants sont établis, soit à la minute, soit de manière forfaitaire, en fonction des préfixes des numéros proposés (0800 ou 0805). La réglementation relative à l'information du consommateur impose d'afficher le tarif des communications. Les services de la DGCCRF n'ont pas constaté d'abus dans ces domaines. En tout état de cause, le coût des communications supporté par les consommateurs, pour participer à ces opérations promotionnelles, est le plus souvent faible ou gratuit. Cela s'explique dans la mesure où cette condition est essentielle pour assurer la plus large participation des consommateurs et donc le succès de l'opération promotionnelle.

Données clés

Auteur : [M. François Rochebloine](#)

Circonscription : Loire (3^e circonscription) - Union pour la démocratie française-Alliance

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 35665

Rubrique : Jeux et paris

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 octobre 1999, page 5832

Réponse publiée le : 17 avril 2000, page 2453