



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

conditions de vente

Question écrite n° 45763

Texte de la question

M. Jean-Marie Morisset appelle l'attention de Mme la secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation sur les modalités des ventes de biens ou de services proposés lors de voyages publicitaires. Ces contrats de vente relèvent des dispositions de la loi sur le démarchage à domicile et en vertu de cette loi, le délai de rétractation du contrat est de 7 jours à partir de la date de la signature. Or, quand le contrat est signé lors d'un voyage, plusieurs jours avant le retour, le délai de rétractation est amputé d'autant. Compte tenu de la généralisation de ce type de vente et les litiges qui en résultent, il apparaît nécessaire d'inclure une nouvelle disposition à la suite de l'article L. 121-25 du code de la consommation relatif au démarchage à domicile : « En cas de vente de biens et services lors d'un voyage publicitaire organisé par un ou plusieurs commerçants, le délai de rétractation court à dater de la fin du voyage. A preuve la date fixée par le contrat avec le voyageur. » Il lui demande de lui indiquer ses intentions sur ce dossier.

Texte de la réponse

Les engagements souscrits par les consommateurs au cours d'excursions organisées à des fins commerciales sont assimilés à des opérations de démarchage. Le consommateur peut donc, conformément aux dispositions des articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation, se rétracter pendant un délai de sept jours ouvrables à compter de la date d'achat du bien lors du voyage. De plus, le non-respect de ces dispositions entraîne des sanctions pénales et civiles qui sont appliquées par les tribunaux. La proposition tendant à différer le point de départ du délai de rétractation de sept jours, à partir du jour où prend fin le voyage publicitaire, tendrait donc à assurer une meilleure protection du consommateur. Il convient, cependant, avant d'envisager une réforme législative sur ce point, d'évaluer la répétition et la gravité des abus qui peuvent être commis. Enfin, s'agissant des affaires mettant en cause des consommateurs fragiles, il faut relever que la jurisprudence a déjà eu l'occasion de se prononcer sur l'application du délit d'abus de faiblesse, à l'occasion d'une excursion publicitaire (Crim. 1er février 2000).

Données clés

Auteur : [M. Jean-Marie Morisset](#)

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

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 45763

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : PME, commerce et artisanat

Ministère attributaire : PME, commerce et artisanat

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 1er mai 2000, page 2700

Réponse publiée le : 24 juillet 2000, page 4417