



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

loteries

Question écrite n° 64480

Texte de la question

M. Patrick Herr souhaite attirer l'attention de M. le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation sur les pratiques utilisées par les organisateurs de loteries commerciales par voie postale. Les procédés sont bien connus. Des consommateurs, choisis dans des fichiers vendus par des sociétés spécialisées, reçoivent des avis leur indiquant qu'ils sont les gagnants de gros lots ou de fortes sommes d'argent. En guise de gains, ils sont la plupart du temps abusés et leur déception est à la mesure des espoirs qu'ils avaient fondés. Il n'en reste pas moins vrai qu'un pourcentage non négligeable de personnes, pour mettre toutes les chances supposées de leur côté, se sentent obligées de commander un ou plusieurs articles à l'organisateur de la loterie. Ce type de pratiques a donné lieu à de fermes condamnations. Encore faut-il saisir les tribunaux et identifier les responsables de ces abus. Aussi lui demande-t-il s'il entend légiférer pour interdire ces opérations.

Texte de la réponse

Le code de la consommation impose aux organisateurs de loteries commerciales des règles strictes de présentation et d'information des consommateurs, ainsi que le dépôt du règlement chez un huissier chargé d'en vérifier la régularité. Ces dispositions sont applicables à l'ensemble des loteries réalisées par voie d'écrit, quelles que soient les modalités de tirage au sort, et non plus aux seules loteries où le monde gagne, comme la jurisprudence l'avait jugé précédemment. Les textes qui encadrent les publicités ainsi que les loteries commerciales offrent un niveau élevé de protection des consommateurs. En particulier, les dispositions de l'article L. 121-1, relatives à la publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur, permettent de sanctionner les opérateurs indécents qui présentent, sous le couvert de jeux-concours, de véritables loteries commerciales ne respectant pas les prescriptions de l'article L. 121-36 du code de la consommation. Il ne semble pas nécessaire dans ces conditions d'envisager une modification des textes en vigueur. Par ailleurs, les consommateurs peuvent se prévaloir des dispositions de l'article L. 121-38 du code de la consommation pour obtenir gratuitement, lorsqu'il n'est pas annexé aux documents publicitaires, le règlement des opérations d'une loterie commerciale. Des instructions ont été données aux services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) pour que ceux-ci renforcent leurs contrôles sur les loteries commerciales. Au cours des quatre dernières années (1997, 1998, 1999 et 2000), les services de la DGCCRF ont intensifié ces contrôles. C'est ainsi qu'entre 1997 et 2000, le nombre d'actions de contrôles a enregistré une progression de plus de 55 %. Dans le cadre de ces opérations, il a été constaté, au cours des deux années écoulées, que plus de 92 % des loteries étaient organisées dans le strict respect des textes. Les 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. La diminution significative des infractions relevées lors des contrôles et des plaintes des consommateurs en 1999 et 2000 est à mettre au crédit des effets pédagogiques des récentes condamnations prononcées à l'encontre de quelques opérateurs indécents. Dans le même esprit, cette évolution positive peut être imputée aux initiatives 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 (CNC). Dans cette même voie, le garde des sceaux, ministre de la justice, a adressé une circulaire aux parquets pour les sensibiliser notamment aux problèmes que posent les loteries commerciales. De plus, un arrêt de la Cour de cassation du 9 novembre 1999 est venu constituer un frein supplémentaire aux pratiques indélicates de certaines sociétés de vente par correspondance. Cet arrêt a reconnu que la multiplicité des courriers ainsi que les méthodes comminatoires de la société émettrice de ces messages, qui incitent les consommateurs à renvoyer le plus vite possible leur bon de participation au jeu, sous peine de perdre tout droit à participer au tirage, permettaient de fonder la qualification de mauvaise foi intentionnelle à l'encontre de la société au motif que la profusion de messages était susceptible de dissuader le consommateur de se livrer à un examen exhaustif desdits messages et de troubler son discernement, l'induisant ainsi en erreur. La Haute Cour a considéré que la privation du « gain promis » et les frustrations nées de cette fausse espérance constituaient une cause de préjudice et que ce préjudice devait faire l'objet, au cas d'espèce, d'une indemnisation.

Données clés

Auteur : [M. Patrick Herr](#)

Circonscription : Seine-Maritime (1^{re} circonscription) - Union pour la démocratie française-Alliance

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 64480

Rubrique : Jeux et paris

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 23 juillet 2001, page 4214

Réponse publiée le : 17 décembre 2001, page 7301