



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 12502

Texte de la question

M. Jacques Remiller attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur les règles relatives au démarchage commercial. De nombreux consommateurs se plaignent de la multiplication d'appels téléphoniques abusifs à vocation commerciale. Ces appels sont fréquemment reçus en soirée et ont pour but d'inciter à différents modes de vente ou de placement. La multiplication de ce type de démarchage téléphonique incite un nombre grandissant de particuliers à se mettre en liste rouge, limitant ainsi la possibilité d'être contactés. En outre, ces démarchages entraînent pour les plus faibles une surconsommation, voire l'entrée dans le surendettement. Il lui demande de préciser les règles relatives au démarchage commercial téléphonique et les mesures qu'entend prendre le Gouvernement pour protéger les consommateurs contre les démarchages abusifs.

Texte de la réponse

La loi Informatique et libertés du 6 janvier 1978 (article 38) et le code des postes et des communications électroniques (article R. 10) prévoient que toute personne physique a le droit de s'opposer, sans frais, à ce que des données à caractère personnel la concernant fasse l'objet d'un traitement, et soient notamment utilisées à des fins de prospection commerciale ou de marketing. Toute personne peut, en s'inscrivant sur des listes d'opposition, obtenir gratuitement de son opérateur que ses données personnelles ne soient pas utilisées dans des opérations de prospection directe. Il est notamment possible de choisir de s'inscrire sur une liste permettant de stopper la prospection commerciale, tout en figurant dans la liste des abonnés de l'annuaire. Par ailleurs, les règles de l'article L. 121-27 du code de la consommation s'appliquent lorsque qu'un contrat de vente ou de fourniture de services est conclu à la suite d'un démarchage téléphonique par un professionnel. Le professionnel doit adresser une confirmation écrite de l'offre qu'il a faite et le consommateur n'est engagé que par la signature de cette offre. En outre, la transposition, en droit national, de la directive européenne 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales par l'article 39 de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008, pose désormais le principe d'une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales des professionnels à l'égard des consommateurs et s'attache tout particulièrement à protéger les consommateurs contre des pratiques commerciales trompeuses ou agressives. Les pratiques commerciales agressives se caractérisent par des sollicitations répétées et insistantes ou par un recours à la contrainte physique ou morale. De tels agissements ont pour effet ou pour objet de vicier le consentement du consommateur, d'altérer sa liberté de choix de manière significative ou d'entraver l'exercice contractuel de ses droits et sont le fait de professionnels peu scrupuleux. Cela étant, la directive européenne 2005/29/CE comporte en annexe une liste « noire » de pratiques commerciales déloyales prohibées, parmi lesquelles figurent, au titre des pratiques agressives, le fait de se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone ou le fait d'effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux. En conséquence, ces nouvelles dispositions que les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont habilités à contrôler permettront de mieux lutter contre les comportements abusifs à l'égard des consommateurs. Enfin, le consommateur qui a contracté par téléphone bénéficie des règles de la

vente à distance, c'est-à-dire d'une information écrite sur les caractéristiques du produit ou service, son prix, les frais de livraison et les modalités de la rétractation. Pour les produits, sauf exceptions, il peut renoncer à sa commande dans le délai de 7 jours après la livraison, en renvoyant le produit à ses frais. Le professionnel doit lui rembourser toutes les sommes versées (prix du produit et frais d'envoi) dans les plus brefs délais et au plus tard dans les trente jours. Cette protection du consommateur à distance a été renforcée par la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008, relative à la concurrence au service des consommateurs, dite loi Chatel, qui a notamment imposé aux professionnels une date de livraison et autorisé la résolution de la vente par le consommateur en cas de non-respect de cette date.

Données clés

Auteur : [M. Jacques Remiller](#)

Circonscription : Isère (8^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 12502

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Consommation et tourisme

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 11 décembre 2007, page 7749

Réponse publiée le : 25 mars 2008, page 2595