



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

pratiques commerciales

Question écrite n° 6405

Texte de la question

M. Pierre Cardo alerte M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur les agissements particulièrement préoccupants de sociétés qui démarchent, à domicile, des personnes âgées et vulnérables pour les inciter à acquérir des équipements de réception de télévision par satellite. Les arguments de vente utilisés visent en effet à faire croire à ces personnes fragiles que faute de ces équipements, il ne leur sera plus possible de recevoir les programmes de télévision du fait de l'arrivée de la télévision numérique terrestre (TNT). Les équipements ainsi vendus le sont à des tarifs très élevés, qui peuvent approcher les 4 000 euros et les ventes sont assorties d'offres de crédit à la consommation permettant d'étaler le coût sur soixante, voire quatre-vingt-seize mois. Lorsque ces personnes se rendent compte qu'elles ont été abusées, il leur est opposé que les délais de rétractation sont dépassés. Par ailleurs, il apparaît que les équipements livrés n'apportent, si tant est qu'ils fonctionnent, aucun service supplémentaire par rapport aux décodeurs de TNT vendus dans le commerce ou par rapport à leurs équipements existants (satellite). Il lui demande les mesures qu'il entend prendre pour permettre de protéger nos concitoyens particulièrement vulnérables de ces pratiques commerciales particulièrement douteuses.

Texte de la réponse

Les agissements dénoncés sont effectivement connus de l'administration. Certaines sociétés, en effet, profitant d'un marché porteur, en l'occurrence l'arrivée de la télévision numérique terrestre, démarchent à leur domicile des personnes vulnérables et leur vendent, à partir d'arguments fallacieux, des matériels à des prix très élevés qui, soit n'apportent pas à l'acheteur de services supplémentaires, soit ne répondent pas aux promesses formulées (l'obtention de Canal + par exemple). Ces pratiques mettent certains consommateurs dans des situations financières et psychologiques très difficiles. Jusqu'à lors, les enquêteurs de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) utilisaient les dispositions du code de la consommation relatives au démarchage à domicile et au crédit à la consommation pour appréhender ces pratiques. Ces textes étaient cependant peu adaptés aux faits constatés. En effet, le formalisme des contrats, ainsi que l'existence d'un droit de rétractation de 7 jours après la commande, prévus en matière de contrats souscrits à domicile et de contrats financés au moyen d'un crédit, étaient respectés par ces sociétés, mais les personnes démarchées ne se rendaient compte de l'abus dont elles avaient été victimes que plus tardivement, sans pouvoir dénoncer ni le contrat de vente, ni le contrat de crédit qui les liait sur plusieurs années. De même, l'abus de faiblesse, défini et sanctionné par le code de la consommation (art. L. 122-8), qui peut être relevé dans le cadre de ventes par démarchage à domicile, s'est avéré inapproprié, dans la mesure où cette infraction ne visait que des personnes en état de faiblesse, dont les critères sont strictement appréciés par les tribunaux. Désormais, l'article 39 de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008, qui transpose en droit français la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales, permettra de lutter contre de telles pratiques de façon plus efficace. Il crée, en effet, à l'article L. 121-1 nouveau du code de la consommation, la définition de la pratique commerciale trompeuse, qui reprend, en les élargissant, les critères de la publicité mensongère. Il interdit en outre, aux articles L. 122-11 et L. 122-12, les pratiques commerciales agressives, qu'il définit comme

des pratiques commerciales qui, du fait de sollicitations répétées ou de l'usage de la contrainte physique ou morale, altèrent la liberté de choix d'un consommateur ou vicient son consentement. Les pratiques commerciales dénoncées ici, visant à vendre des matériels onéreux en faisant croire aux acheteurs qu'ils ne pourront plus recevoir les programmes de télévision s'ils ne les acquièrent pas, pourront être appréhendées sous l'angle des pratiques commerciales agressives. Elles répondent à la notion de contrainte morale, dont la directive européenne donne la définition suivante : « utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur lui, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative ». Les sanctions pénales de l'auteur d'une pratique commerciale agressive peuvent aller jusqu'à 150 000 euros et/ou un emprisonnement de 2 ans. Les personnes physiques encourent, en outre, une interdiction d'exercer directement ou indirectement une activité commerciale, d'une durée de 5 ans au plus. Les personnes morales, encourent, elles, les peines complémentaires de l'article 131-39 du code pénal. Enfin, les contrats conclus à l'occasion d'une pratique commerciale agressive sont nuls et de nul effet. Ces mesures, outre qu'elles répondent dans leur définition à des pratiques de plus en plus nombreuses et graves portant des préjudices importants aux consommateurs, sont également adaptées dans les sanctions qu'elles instaurent : la nullité des contrats permettra aux consommateurs victimes de mettre fin à des engagements très contraignants, et l'interdiction d'exercer pour les personnes physiques pourra être prononcée par les juges afin d'éviter que certains démarcheurs ne créent une nouvelle activité commerciale basée sur les mêmes méthodes de vente. Les agents de la DGCCRF sont compétents pour relever ces nouvelles infractions de pratiques commerciales trompeuses et pratiques commerciales agressives.

Données clés

Auteur : [M. Pierre Cardo](#)

Circonscription : Yvelines (7^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 6405

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Consommation et tourisme

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 9 octobre 2007, page 6046

Réponse publiée le : 18 mars 2008, page 2279