



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

pratiques commerciales

Question écrite n° 87290

Texte de la question

M. François Vannson attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation sur le démarchage à domicile auprès de personnes fragiles ou âgées. Cette pratique s'avère particulièrement problématique lorsqu'elle s'adresse à ces types de consommateurs, qui peuvent se laisser abuser et agréer à la commande ou l'achat de produits dont ils n'ont absolument pas la nécessité. Il est ainsi patent que système de vente est basé sur des politiques *marketing* ciblant les populations les plus susceptibles de répondre à cette forme de sollicitation. S'il existe un délai de rétractation de sept jours pour une vente dans ces conditions, il est très difficile pour ces consommateurs, qui souvent sont isolés ou manquent de discernement, de le faire jouer. Aussi est-ce la plupart du temps par l'intervention d'un tiers, membre de la famille ou autre, que cette vente échoue. C'est pourquoi les personnes concernées s'interrogent sur les mesures pouvant être prises pour permettre à ces populations fragiles ou âgées d'être plus protégées encore de ces pratiques commerciales qui ont un réel impact financier sur des ressources déjà faibles tout en étant sources de dérangement et de détresse psychologique. Il lui demande donc de bien vouloir lui indiquer les intentions du Gouvernement en la matière.

Texte de la réponse

Le code de la consommation prévoit plusieurs dispositifs destinés à protéger les consommateurs lorsqu'ils sont sollicités par un professionnel, dans le cadre d'un démarchage. Tout d'abord, les articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation prévoient que le contrat conclu lors d'un démarchage fait l'objet d'un formalisme strict dont les mentions obligatoires sont prévues aux articles R. 121-1 à R. 121-6 du code de la consommation. Le consommateur doit ainsi être informé du délai de rétractation de sept jours dont il dispose. Le professionnel, quant à lui, ne peut percevoir sous quelque forme que ce soit une quelconque contrepartie financière avant l'expiration de ce délai. Cette protection particulière se justifie par le fait que le consommateur, sollicité hors des lieux de commercialisation habituels, se trouve dans une situation de vulnérabilité réelle face à un professionnel qui s'emploie à obtenir un engagement de sa part. Le consommateur démarché peut également évoquer un abus de faiblesse, prévu à l'article L. 122-8 du code de la consommation, lorsque les circonstances montrent qu'il n'était pas en mesure d'apprécier la portée des engagements qu'il prenait ou de déceler les ruses ou artifices déployés pour le convaincre à y souscrire et lorsque les circonstances font apparaître que le consommateur a été soumis à une contrainte. L'article L. 122-9 du code de la consommation étend l'application de la réglementation sur l'abus de faiblesse aux engagements obtenus notamment suite à un démarchage par téléphone ou télécopie ou encore à l'occasion de réunions ou d'excursions organisées par l'auteur de l'infraction. Trois conditions sont nécessaires pour que le délit d'abus de faiblesse soit constitué : l'impossibilité pour le consommateur concerné de donner un consentement éclairé (personnes âgées, illettrés, handicapés...). Cet état doit être préalable à la sollicitation du professionnel et indépendant des circonstances dans lesquelles le consommateur a été placé ; la faiblesse ou l'ignorance doit être connue du professionnel ; l'objectif du professionnel doit être de faire souscrire au consommateur des engagements au comptant ou à crédit ou de se faire remettre de l'argent sans contrepartie réelle ou des valeurs mobilières. En outre, la loi de modernisation de

l'économie du 4 août 2008 a introduit dans le code de la consommation un nouveau dispositif de protection des consommateurs victimes de pratiques commerciales agressives. Ainsi, la pratique commerciale agressive résulte de sollicitations répétées et insistantes ou de l'usage d'une contrainte physique ou morale et qui, compte tenu des circonstances de fait, altèrent ou vicient le consentement du consommateur ou entravent l'exercice de ses droits contractuels. Une liste de pratiques commerciales réputées agressives figure à l'article L. 122-11-1 parmi lesquelles le fait d'effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir. Par ailleurs, le code pénal prévoit également une infraction similaire à l'abus de faiblesse prévu au code de la consommation dont l'objectif est de protéger les personnes momentanément ou durablement en situation de faiblesse. Ce délit vise certaines catégories de personnes protégées en tant que telles, notamment les mineurs, les personnes particulièrement vulnérables en raison de leur âge, d'une maladie, d'une déficience physique ou intellectuelle, d'une maladie ou d'un état de grossesse. Cette « faiblesse » doit être connue de l'auteur du délit. Enfin, le droit civil permet aux consommateurs d'agir devant le juge afin d'obtenir la nullité du contrat souscrit auprès d'un démarcheur pour vice du consentement. Par conséquent, il apparaît que le droit français prévoit un certain nombre de dispositifs, assortis de sanctions pénales, afin de protéger les victimes de démarcheurs peu scrupuleux. Les personnes âgées qui ne pourraient exercer leur droit de rétractation suite à un contrat conclu lors d'un démarchage peuvent donc, lorsque les circonstances le permettent, porter plainte pour abus de faiblesse ou pour pratiques commerciales agressives ou encore agir au civil pour obtenir l'annulation du contrat.

Données clés

Auteur : [M. François Vannson](#)

Circonscription : Vosges (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 87290

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, pme,tourisme, services et consommation

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 7 septembre 2010, page 9575

Réponse publiée le : 23 novembre 2010, page 12719