



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

pratiques commerciales

Question écrite n° 55621

Texte de la question

M. Rudy Salles attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, du redressement productif et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, sur les pratiques de certaines entreprises de vente par correspondance (VPC). Plusieurs particuliers reçoivent ainsi des courriers dans lesquels figurent des mentions comme : " Dernier rappel ", " Attestation d'huissier ", " Il est impératif de retourner votre bon de commande ", le tout dans une enveloppe ne portant aucune trace de l'entreprise concernée mais avec le symbole des officiers de justice. Ces courriers, déjà scandaleux, deviennent très problématiques dès qu'ils sont adressés à des personnes plus naïves ou fragiles que d'autres, comme certaines personnes âgées, qui peuvent se laisser piéger et, ainsi, commander un ou des produits dont elles n'ont absolument pas la nécessité. Les pratiques utilisées étant particulièrement agressives, et ne répondant qu'à des politiques marketing clairement ciblées sur des populations plus susceptibles que d'autres de se laisser abuser, il lui demande de bien vouloir lui faire connaître sa position sur ce sujet.

Texte de la réponse

Les opérations commerciales des entreprises de vente par correspondance qui contiennent des mentions comme « dernier rappel » et « attestation d'huissier » sont souvent des courriers qui font espérer un gain dont l'attribution dépend de l'intervention du hasard et qui doivent être analysées comme des loteries publicitaires. Ces loteries font l'objet d'un double encadrement législatif. D'une part, l'article L. 322-1 du code de la sécurité intérieure, interdit les loteries qui répondent aux quatre critères suivants : l'espérance d'un gain, l'intervention du hasard, l'existence d'une publicité et un sacrifice financier du « joueur ». Par exception au principe d'interdiction générale des loteries par l'article L. 322-1 du code de la sécurité intérieure, les loteries publicitaires, même lorsque la participation du consommateur est subordonnée à une obligation d'achat, ne sont illicites que dans la mesure où elles sont déloyales, et notamment mensongères, au sens des articles L. 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation. Elles doivent néanmoins répondre aux prescriptions fixées par l'article L. 121-36 modifié par l'article 148 de la loi n° 2014-344 relative à la consommation : s'agissant d'opérations réalisées par voie d'écrit, le bon de participation doit être distinct d'un éventuel bon de commande. De plus, le consommateur ne doit pas être induit en erreur par les documents présentant la loterie. Ainsi, les lots mis en jeu doivent être clairement identifiés (nature, quantité, prix) et doivent être présentés par ordre de valeur. Le règlement de la loterie doit enfin être déposé chez un officier ministériel et communiqué gratuitement à toute personne qui en fait la demande. En outre, la loi consommation du 17 mars 2014 précise que seuls des frais d'affranchissement et des frais de communication ou de connexion non surtaxés peuvent être mis à la charge du consommateur pour la participation aux loteries commerciales, et à condition d'être remboursables. La loi relative à la consommation du 17 mars 2014 a introduit des amendes administratives, qui permettront de sanctionner les manquements aux dispositions du code de la consommation en matière de loteries publicitaires. Les infractions à la prohibition des loteries par le code de sécurité intérieure pourront faire l'objet d'une peine de 3 ans d'emprisonnement et/ou d'une amende de 90 000 €. Par ailleurs, les sanctions applicables aux pratiques commerciales déloyales ou trompeuses, ont été portées à 2 ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende. Les sanctions applicables à

l'abus de faiblesse sont passées à 3 ans d'emprisonnement et 375 000 € d'amende. Le montant de ces amendes peut être porté à 10 % du chiffre d'affaires pour tenir compte du profit illicite réalisé. La loi consommation a également apporté de nombreux progrès pour permettre de lutter contre les pratiques abusives en matière de démarchage : outre la transposition des dispositions de la directive n° 2011/83 relative aux droits des consommateurs encadrant le démarchage, un dispositif d'encadrement et de protection contre le démarchage téléphonique a été adopté. La lutte contre les abus à l'encontre des publics vulnérables est une priorité du Gouvernement, qui veillera à ce que les dispositions de la loi relative à la consommation soient appliquées.

Données clés

Auteur : [M. Rudy Salles](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (3^e circonscription) - Union des démocrates et indépendants

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 55621

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [20 mai 2014](#), page 3975

Réponse publiée au JO le : [29 juillet 2014](#), page 6452