



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

loteries

Question écrite n° 63299

Texte de la question

M. Dominique Baert alerte 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, de la nécessité de durcir la réglementation sur le démarchage postal à domicile *via* des publicités aussi alléchantes financièrement que mensongères. En effet, même si elles sont un peu moins fréquentes qu'elles ne le furent il y a encore quelques années, il faut bien reconnaître que ce type de publicités continue d'exister et de faire des ravages auprès de nos concitoyens, tant elles abusent de la crédulité ; elles sont une inadmissible manipulation, un véritable piège pour nos personnes âgées. Ainsi ces publipostages, reçus à domicile, "messages personnels et confidentiels", qui vous font croire que vous êtes le seul à avoir gagné un gros lot, un gros chèque, une voiture, ou une rente mensuelle ! À la lecture du document, il n'y a pas de doute, c'est bien vous qui avez gagné, personne d'autre : vous êtes même, indiquent certains, le seul dans votre département, ou même en France ! Vous voilà "grand gagnant" ou "grande gagnante", les chèques bancaires (du gros lot) sont déjà "prêts à être expédiés". Pour les recevoir, il suffit que vous transmettiez la demande de votre gros lot, accompagné bien entendu d'un opportun bon de commande d'un ou plusieurs articles de la société qui vous démarche : quelques jours plus tard, vous recevrez vos marchandises, que vous aurez payées, mais de gros lot point bien sûr ! Cela ne peut plus durer : ces méthodes de marketing doivent être profondément réformées, voire interdites, car elles abusent la bonne foi des consommateurs. Voilà pourquoi il lui demande si le Gouvernement peut envisager de prendre très prochainement des mesures restrictives et très contraignantes pour mettre un terme à de tels comportements manifestement abusifs.

Texte de la réponse

Les opérations commerciales faisant espérer un gain dont l'attribution dépend de l'intervention du hasard doivent être analysées comme des loteries publicitaires. Ces loteries font l'objet d'un double encadrement législatif. De manière générale, l'article L. 322-1 et suivants 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 et conformément à la législation communautaire, 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 les articles L. 121-36 et suivants du code de la consommation (III de l'article 148 de la loi n° 2014-344 relative à la consommation). En application de ces dispositions, s'agissant d'opérations de loteries publicitaires 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 n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation précise que 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, mais à condition que le règlement intérieur du jeu prévoie que les consommateurs puissent en obtenir le remboursement. Ces dispositions relatives aux loteries font l'objet, depuis la loi consommation du 17 mars 2014, de sanctions administratives. L'article L. 121-41 du code de la consommation sanctionne les manquements aux dispositions de l'article L. 121-36 à L. 121-38 d'une amende de 15 000 € pour une personne physique et de 75 000 € pour les personnes morales. L'autorité administrative pourra publier la décision. Les infractions au code de la sécurité intérieure font également l'objet d'une peine de 3 ans d'emprisonnement et/ou d'une amende de 90 000 €. En tout état de cause, ces pratiques commerciales sont également soumises aux articles L. 120-1 et L. 121-1 et suivants du code de la consommation, relatifs aux pratiques commerciales déloyales et trompeuses, issus de la transposition de la directive communautaire n° 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales, lorsque les consommateurs sont trompés par les professionnels sur le déroulement de la loterie, les gains, les modalités de participation, etc. Les sanctions applicables aux pratiques commerciales trompeuses ont été portées à 2 ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende, dont le montant peut être porté à 10 % du chiffre d'affaires pour tenir compte du profit illicite réalisé. Les comportements abusifs de certains professionnels sont ainsi encadrés et font l'objet de sanctions administratives ou pénales qui se veulent dissuasives.

Données clés

Auteur : [M. Dominique Baert](#)

Circonscription : Nord (8^e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 63299

Rubrique : Jeux et paris

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(s)

Date de signalement : Question signalée au Gouvernement le 4 novembre 2014

Question publiée au JO le : [26 août 2014](#), page 7092

Réponse publiée au JO le : [11 novembre 2014](#), page 9508