



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 97807

Texte de la question

M. Jean-Luc Laurent interroge Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire sur les pratiques abusives de certains prestataires de services. L'association de défense des consommateurs UFC-Que-Choisir a plusieurs fois cherché à alerter les pouvoirs publics concernant la distribution dans les boîtes aux lettres de plaquettes cartonnées indiquant les « informations indispensables de votre ville » ou bien les « numéros utiles de votre ville ». Ces plaquettes sont éditées et distribuées par des entreprises qui affichent pêle-mêle les coordonnées téléphoniques de services publics (police, SAMU, pompiers, mairie, etc.) et des services marchands (serruriers, plombiers, électriciens, etc.) dont les leurs évidemment. En utilisant cette mise en page « républicaine » aux couleurs du drapeau national, cette communication commerciale vise à tromper le consommateur en prétendant que la plaquette est éditée par une commune. Cela permet de surcroît de contourner les mentions « stop-publicité » sur les boîtes aux lettres. Cette pratique inacceptable vise à abuser de la bonne foi de certains consommateurs, souvent les plus vulnérables. De nombreux cas ont été recensés en France et relayés par la presse locale. Ces plaquettes publicitaires contreviennent aux dispositions réglementaires du code de commerce, en son article R. 123-237 qui dispose que les informations suivantes doivent figurer sur les documents publicitaires : numéro SIREN, mention RCS suivie du nom de la ville où se trouve le greffe où l'entreprise est immatriculée et lieu du siège social de l'entreprise. Elles contreviennent également à certaines dispositions législatives du code de la consommation, dont l'article L. 121-1 en son alinéa 12 qui dispose qu'« une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres au moyen de communication utilisé et des circonstances qui l'entourent, elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte ». La qualité de service est un enjeu majeur pour notre tissu artisanal, la réglementation doit permettre de pénaliser ces pratiques commerciales inacceptables, qui s'accompagnent le plus souvent de tarifs très élevés et d'une qualité de service médiocre. Il souhaiterait connaître les mesures que compte prendre le Gouvernement pour mettre fin à ce fléau.

Texte de la réponse

La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a mené une enquête nationale en 2015 qui a souligné l'étendue des pratiques commerciales déloyales enregistrées dans le secteur du dépannage à domicile. En effet, si un grand nombre d'artisans respectent leurs obligations à l'égard du consommateur, il n'en est pas moins vrai que dans certaines régions, notamment les grandes agglomérations, des pratiques proches de l'escroquerie sont régulièrement dénoncées. En tout état de cause, la DGCCRF effectue des contrôles réguliers de ces professionnels indécents. Les enquêtes menées jusqu'ici ont permis de constater que de nombreuses entreprises de réparation qui se spécialisent dans les pratiques abusives consistant à approcher leur clientèle par une distribution massive (boîte aux lettres, halls d'immeubles, etc.) de plaquettes publicitaires présentent leurs coordonnées de manière trompeuse : mélange de coordonnées d'authentiques services publics (police secours, SAMU, mairie, etc.) avec celles des artisans,

usages de logos et références aux départements et municipalités pour donner l'impression d'un agrément local. Ces pratiques constituent à l'évidence des pratiques commerciales trompeuses. Face à une telle situation, afin de renforcer la protection du consommateur, la loi no 2014-344 du 14 mars 2014 sur la consommation prévoit une disposition permettant de lutter contre l'origine des pratiques, qui est la publicité massive effectuée par les professionnels. Cette disposition interdit désormais aux professionnels de faire référence aux services publics dans leur communication publicitaire, sauf en cas d'accord express desdits services. Elle habilite les agents de la DGCCRF à contrôler les infractions et instaure en outre une sanction particulièrement dissuasive en cas de manquement, prenant la forme d'une amende administrative d'un montant maximal de 100 000 €, prononcée par l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation conformément à la procédure définie par l'article L. 522-1 du code de la consommation. Les agents de la DGCCRF ont fait application de cette nouvelle disposition dès 2015. Des contrôles renforcés dans le secteur du dépannage à domicile sont en cours tout au long de l'année 2016. Enfin, une campagne de sensibilisation des consommateurs sur les réflexes à adopter en cas de recours au dépannage à domicile a été lancée en septembre 2016.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Luc Laurent](#)

Circonscription : Val-de-Marne (10^e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 97807

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [19 juillet 2016](#), page 6754

Réponse publiée au JO le : [6 décembre 2016](#), page 10074