

La Loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs

La modification du droit de la consommation la plus importante de ces dernières années intervient avec l'article 39 de cette nouvelle Loi - dont les dispositions sont d'application immédiate - qui transpose en droit français la directive européenne relative aux **pratiques commerciales déloyales** des entreprises vis-à-vis des consommateurs. (directive 2005/29/CE du 11 mai 2005).

Cette incrimination très large englobe bon nombre de pratiques qualifiées souvent du terme «*arnaques*» mais qui ne pouvaient jusqu'à présent être sanctionnées, car les éléments constitutifs d'une infraction pénale (escroquerie, tromperie) n'étaient pas réunis.

Sur le plan civil, ces pratiques s'apparentant au dol ou à la violence, étaient susceptibles d'entacher de nullités les contrats souscrits dans ces conditions, mais on connaît les difficultés d'utilisation des articles 1116 et 1111 du Code Civil.

Désormais, il sera plus facile de sanctionner les comportements déviants des professionnels et ainsi de rééquilibrer les rapports entre ceux-ci et les consommateurs.

Deux catégories de pratiques commerciales déloyales sont identifiées comme telles et interdites : les pratiques trompeuses et les pratiques agressives.

Pratiques commerciales trompeuses

La publicité mensongère disparaît en tant que telle mais le dispositif de lutte contre la publicité trompeuse et mensongère est renforcé puisqu'il est étendu à l'ensemble des pratiques commerciales dont la publicité fait partie.

Terminées donc les jurisprudences dans lesquelles se posait la question de savoir si certains supports pouvaient véhiculer une publicité mensongère : cartes de restaurant, badges portés par les vendeurs, emballage ou étiquetage des produits, des documents contractuels...

La question essentielle sera désormais de savoir si la pratique repose sur des informations trompeuses pour un consommateur moyen, et si cela conduit le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

Le nouvel article L121-1 du Code de la Consommation distingue deux modes d'actions trompeuses :

- la pratique activement trompeuse qui peut résulter de :
 - la création d'une confusion avec une autre marque ou un produit concurrent
 - la fausseté des allégations, indications ou présentations portant sur un ou plusieurs éléments, c'est à dire outre tous ceux qui figuraient dans l'ancien article L121-1 relatif à la publicité mensongère (existence, nature, composition, qualités substantielles...) le traitement des réclamations, le SAV, la nécessité d'une pièce détachée, d'un service, d'une réparation...
 - l'identification non claire de la personne pour le compte de laquelle la pratique est mise en œuvre.
- L'omission et dissimulation trompeuse, étendue à la fourniture «*inintelligible, ambiguë ou à contretemps*» d'une information essentielle.

Est considérée par la Loi comme information essentielle : les caractéristiques principales, le prix et les modalités de paiement, l'adresse et l'identité du professionnel, l'existence éventuelle d'un droit de rétractation.

Pratiques commerciales agressives

Dans le chapitre du Code de la Consommation consacré aux pratiques illicites est ajoutée une section sur les pratiques commerciales agressives, juste après celle consacrée à l'abus de faiblesse.

Une pratique de vente est considérée comme agressive quand deux conditions sont réunies :

- une contrainte du professionnel, qu'elle soit physique ou morale ou qu'elle prenne la forme de sollicitations répétées et insistantes (harcèlement)
- avec pour conséquence une altération ou un risque d'altération de la liberté de consentement du consommateur, une détérioration significative de sa liberté de choix ou encore une entrave à l'exercice de ses droits contractuels.

Deux types de sanctions sont prévus pour les ventes agressives :

• Sanctions pénales :

Le texte prévoit pour les personnes physiques mettant en œuvre de telles pratiques un emprisonnement de deux ans ou plus, 150 000 Euros d'amende et une interdiction d'exercer directement ou indirectement une activité commerciale.

Le texte prévoit pour les personnes morales les peines spécifiques prévues pour elles en cas de crimes et délits (article 131-39 du Code Pénal).

• Sanctions civiles :

La Loi prévoit la nullité des contrats conclus à la suite d'une pratique commerciale agressive que le juge peut désormais soulever d'office (nouvel article L141-4 du Code de la Consommation).

Barreau de Montpellier = 750 professionnels du droit à vos côtés pour vous conseiller et vous défendre