

N° 304

SÉNAT

SECONDE SESSION ORDINAIRE DE 1990-1991

Annexe au procès-verbal de la séance du 25 avril 1991.

PROJET DE LOI

ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

renforçant la protection des consommateurs,

TRANSMIS PAR

M. LE PREMIER MINISTRE

A

M. LE PRÉSIDENT DU SÉNAT

(Renvoyé à la commission des Affaires économiques et du Plan, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

L'Assemblée nationale a adopté, en première lecture, le projet de loi dont la teneur suit :

Voir les numéros :

Assemblée nationale (9^e législ.) : 1903, 1912, 1992 et T.A. 466.

Consommation.

Article premier.

I. — Le début du premier alinéa de l'article 7 de la loi n° 72-1137 du 22 décembre 1972 relative à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile est ainsi rédigé :

« Quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour se faire remettre des valeurs par celle-ci, ou pour lui faire souscrire, par le moyen de visites à domicile... *(le reste sans changement)*. »

II. — Dans le premier alinéa du même article 7, après les mots : « la portée », sont insérés les mots : « des sommes effectuées ou ».

III. — 1° Le même article 7 est complété par six alinéas ainsi rédigés :

« Sont également soumis à ces dispositions les engagements obtenus :

« — soit à la suite d'un démarchage par téléphone ou télécopie ;

« — soit à la suite d'une sollicitation directe à se rendre sur un lieu de vente, assortie de l'offre d'avantages particuliers ;

« — soit à l'occasion de réunions ou d'excursions organisées par l'auteur de l'infraction ou à son profit ;

« — soit lorsque la transaction a été faite dans des lieux non destinés à la commercialisation du bien ou du service proposé, notamment dans le cadre de foires ou de salons ;

« — soit lorsque la transaction a été conclue dans une situation d'urgence. »

2° L'article premier de la même loi est, en conséquence, complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Sont, en outre, soumises aux dispositions de la présente loi les transactions conclues dans les foires ou les salons, à l'exclusion de celles qui comportent une exécution ou une livraison immédiate. »

Art. 2.

Tout professionnel vendeur de produits ou prestataire de services doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou la consistance du service.

Le professionnel vendeur de produits doit, en outre, indiquer au consommateur la période pendant laquelle il est prévu que les pièces indispensables à l'utilisation du bien seront disponibles sur le marché. Cette période est obligatoirement portée à la connaissance du professionnel par le fabricant ou l'importateur.

Les dispositions des deux alinéas précédents s'appliquent sans préjudice des dispositions plus favorables aux consommateurs qui soumettent certaines activités à des règles particulières en ce qui concerne l'information du consommateur.

Art. 3.

I. — Dans tout contrat ayant pour objet la vente d'un bien meuble ou la fourniture d'une prestation de services à un consommateur, le professionnel doit, lorsque la livraison du bien ou la fourniture de la prestation n'est pas immédiate et si le prix convenu excède des seuils fixés par décret, indiquer la date limite à laquelle il s'engage à livrer le bien ou à exécuter la prestation.

En cas de dépassement de la date de livraison ou de retard non dû à un cas de force majeure dans l'exécution de la prestation; le contrat peut être résolu par le consommateur.

Sauf stipulation contraire du contrat, les sommes versées d'avance sont des arrhes.

II. — Il est inséré, après le premier alinéa de l'article premier de la loi n° 51-1393 du 5 décembre 1951 tendant à réglementer la pratique des arrhes en matière de ventes mobilières, un alinéa ainsi rédigé :

« Pour les prestations de services, les sommes versées d'avance portent intérêts au taux légal à l'expiration d'un délai de trois mois à compter du versement jusqu'à l'exécution de la prestation ou la restitution de ces sommes, sans préjudice de l'obligation d'exécuter la prestation. »

Art. 4.

Lorsqu'un consommateur demande à un professionnel, pendant le cours de la garantie contractuelle qui lui a été consentie lors de l'acquisition ou de la réparation d'un bien meuble, une remise en état couverte par la garantie, toute période d'immobilisation du bien d'au moins sept jours à compter de la demande d'intervention du consommateur vient s'ajouter à la durée de la garantie qui restait à courir à compter de la même date.

Il ne peut être dérogé par convention aux dispositions du présent article.

Art. 5.

Dans toute offre de vente d'un bien ou de fourniture d'une prestation de services qui est faite à distance à un consommateur, le professionnel est tenu d'indiquer le nom de son entreprise et l'adresse de son siège et, si elle est différente, celle de l'établissement responsable de l'offre.

Les infractions aux dispositions du présent article sont constatées et poursuivies conformément aux dispositions du titre VI de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence.

Art. 6.

L'article 3 de la loi n° 78-22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs dans le domaine de certaines opérations de crédit est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Les dispositions du présent article n'ont pas pour effet d'exclure les prêts, contrats et opérations de crédit passés en la forme authentique et les prêts, contrats et opérations de crédit d'un montant excédant le seuil fixé en application du même article, du champ d'application des deuxième et troisième alinéas de l'article 4 de la présente loi. »

Art. 7.

Tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de services qui aura indûment perçu d'un consommateur un paiement sans engagement exprès et préalable de ce dernier est tenu de restituer les sommes ainsi prélevées qui sont productives d'intérêts au taux légal calculés à compter de la date du paiement indu et d'intérêts au taux légal majoré de moitié à compter de la demande de remboursement faite par le consommateur.

Toutefois, le paiement résultant d'une obligation légale ou réglementaire n'exige pas d'engagement exprès et préalable.

Art. 8.

Il est inséré, après l'article 8 de la loi n° 88-14 du 5 janvier 1988 relative aux actions en justice des associations agréées de consommateurs, et à l'information des consommateurs, deux articles 8-1 et 8-2 ainsi rédigés :

« *Art. 8-1.* – Lorsque plusieurs consommateurs, personnes physiques, identifiés ont subi des préjudices individuels qui ont été causés par fait d'un même professionnel, et qui ont une origine commune, toute association agréée et reconnue représentative sur le plan national en application des dispositions de l'article 2 de la présente loi peut, si elle a été mandatée par au moins deux des consommateurs concernés, agir en réparation devant toute juridiction au nom de ces consommateurs.

« Le mandat doit être donné par écrit par chaque consommateur.

« *Art. 8-2.* – Tout consommateur ayant donné son accord, dans les conditions prévues à l'article 8-1, à l'exercice d'une action devant une juridiction pénale est considéré en ce cas comme exerçant les droits reconnus à la partie civile en application du code de procédure pénale. Toutefois, les significations et notifications qui concernent le consommateur sont adressées à l'association.

« L'association qui exerce une action en application des dispositions du présent article peut se constituer partie civile devant le juge d'instruction ou la juridiction de jugement de la résidence du professionnel mis en cause ou, à défaut, devant le juge d'instruction ou la juridiction de jugement du siège de l'association mandatée par les consommateurs. »

Art. 9.

A l'occasion d'un litige qui lui est soumis, le juge peut déclarer non écrite une clause relative au caractère déterminé ou déterminable du prix ainsi qu'à son versement, à la consistance de la chose ou à sa livraison, à la charge des risques, à l'étendue des responsabilités et garanties, aux conditions d'exécution, de résiliation, résolution ou reconduction des conventions, lorsqu'une telle clause apparaît imposée au non-professionnel ou consommateur par un abus de la puissance économique de l'autre partie au contrat, et confère à cette dernière un avantage excessif.

Ces dispositions sont applicables aux contrats quels que soient leur forme ou leur support. Il en est ainsi, notamment, des bons de commande, factures, bons de garantie, bordereaux ou bons de livraison, billets, tickets contenant des stipulations ou des références à des conditions générales préétablies.

Art. 9 bis (nouveau).

Le premier alinéa de l'article L. 221-17 du code du travail est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Ces dispositions ne s'appliquent pas aux activités qui fonctionnent d'une façon automatique. »

Art. 10.

La publicité qui met en comparaison des biens ou services de l'annonceur et ceux de tiers, en utilisant, soit la citation ou la représentation de la marque de fabrique, de commerce ou de service d'autrui, soit la citation ou la représentation de la raison sociale ou de la dénomination sociale, du nom commercial ou de l'enseigne d'autrui, n'est autorisée que si elle est loyale, véridique, et qu'elle n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur. Elle doit être limitée à une comparaison objective qui ne peut porter que sur des qualités substantielles, significatives et vérifiables de biens ou services de même nature et disponibles sur le marché. La comparaison ne peut s'appuyer sur des opinions ou des appréciations individuelles ou collectives.

La comparaison portant sur les prix est autorisée si elle concerne des produits identiques vendus dans les mêmes conditions.

La comparaison ne peut avoir pour objet principal de tirer avantage de la notoriété attachée à une marque. Elle ne peut présenter des produits ou des services comme l'imitation ou la réplique de produits ou services revêtus d'une marque préalablement déposée. Pour les produits qui bénéficient d'une appellation d'origine contrôlée, cette comparaison n'est autorisée que si elle porte sur des produits bénéficiant chacun de la même appellation.

L'annonceur pour le compte duquel la publicité définie au présent article est diffusée doit être en mesure de prouver l'exactitude de ses allégations, indications ou présentations. Il communique au professionnel visé l'annonce comparative avant toute diffusion.

Les insertions réalisées dans la presse pour une publicité définie au présent article ne donneront pas lieu à l'application de l'article 13 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.

Un décret en Conseil d'Etat précise, en tant que de besoin, les modalités d'application du présent article.

Art. 10-1.

Dans toutes les dispositions législatives qui font référence à un indice des prix à la consommation pour la détermination d'une prestation, d'une rémunération, d'une dotation ou de tout autre avantage, l'indice de référence à retenir, à compter du 1^{er} janvier 1992, s'entend d'un indice ne prenant pas en compte le prix du tabac.

L'article premier de la loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme est abrogé.

Art. 11.

Il sera créé un code de la consommation.

Il rassemblera les textes législatifs et réglementaires fixant les règles relatives aux relations individuelles ou collectives entre consommateurs et professionnels, notamment celles relatives à la loyauté des transactions et à la sécurité des produits et des services.

Délibéré en séance publique, à Paris, le 24 avril 1991.

Le Président,
Signé : LAURENT FABIUS.