

N° 109

# SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1991-1992

---

Annexe au procès-verbal de la séance du 26 novembre 1991.

## PROJET DE LOI

ADOPTÉ AVEC MODIFICATIONS PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,  
EN DEUXIÈME LECTURE,

*renforçant la protection des consommateurs,*

TRANSMIS PAR

MME LE PREMIER MINISTRE

À

M. LE PRÉSIDENT DU SÉNAT

(Renvoyé à la commission des Affaires économiques et du Plan.)

---

*L'Assemblée nationale a adopté avec modifications, en deuxième lecture, le projet de loi dont la teneur suit :*

---

**Voir les numéros :**

Assemblée nationale (9<sup>e</sup> législ.) : Première lecture : 1903, 1912, 1992 et T.A. 466.  
Deuxième lecture : 2274, 2369 et T.A. 540.

Sénat : Première lecture : 304, 315, 328 (1990-1991) et T.A. 5 (1991-1992).

---

**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 lui faire souscrire, par le moyen de visites à domicile,... (le reste sans changement). »

II. — *Supprimé* .....

III. — Le même article 7 est complété par sept 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 personnalisée, sans que cette sollicitation soit nécessairement nominative, à se rendre sur un lieu de vente, effectuée à domicile et 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 ou dans le cadre de foires ou de salons ;

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

« Les dispositions qui précèdent sont applicables à quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour se faire remettre, sans contreparties réelles, des sommes en numéraire ou par virement, des chèques bancaires ou postaux, des ordres de paiement par carte de paiement ou carte de crédit, ou bien des valeurs mobilières, au sens de l'article 529 du code civil. »

Art. 2.

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

Le professionnel vendeur de biens doit, en outre, indiquer au consommateur la période pendant laquelle il est prévisible 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.

Le consommateur peut dénoncer le contrat de vente d'un bien meuble ou de fourniture d'une prestation de services par lettre recommandée avec demande d'avis de réception en cas de dépassement de la date de livraison du bien ou d'exécution de la prestation excédant sept jours et non dû à un cas de force majeure.

Ce contrat est, le cas échéant, considéré comme rompu à la réception, par le vendeur, de la lettre par laquelle le consommateur l'informe de sa décision, si la livraison n'est pas intervenue entre l'envoi et la réception de cette lettre.

Sauf stipulation contraire du contrat, les sommes versées d'avance sont des arrhes, ce qui a pour effet que chacun des contractants peut revenir sur son engagement, le consommateur en perdant les arrhes, le professionnel en les restituant au double.

II. — *Non modifié* .....

### Art. 4 et 5.

..... Conformes .....

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.

Les dispositions du présent article ne font pas obstacle à la perception d'intérêts, de commissions ou de frais au titre de facilités de caisse ou de découverts bancaires prévus par les conditions générales de banque portées à la connaissance de la clientèle et précisant le montant ou le mode de calcul de ces rémunérations.

Elles ne sont pas non plus applicables à la mise en œuvre d'une clause de variation de prix selon des modalités précisément et objectivement définies qui ont recueilli l'accord exprès des parties lors de la signature du contrat.

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 le 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.* — *Non modifié* ..... »

Art. 9.

I. — 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.

II et III. — *Supprimés* .....

Art. 9 bis.

..... Conforme .....

Art. 10.

La publicité qui met en comparaison des biens ou services 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 une ou plusieurs caractéristiques essentielles, significatives, pertinentes et vérifiables de biens ou services de même nature et disponibles sur le marché. Lorsque la comparaison porte sur les prix, elle doit concerner des produits identiques vendus dans les mêmes conditions et indiquer la durée pendant laquelle sont maintenus les prix mentionnés comme siens par l'annonceur. La comparaison ne peut s'appuyer sur des opinions ou des appréciations individuelles ou collectives.

Aucune comparaison ne peut avoir pour objet principal de tirer avantage de la notoriété attachée à une marque. Aucune comparaison 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, la comparaison n'est autorisée que si elle porte sur des produits bénéficiant chacun de la même appellation.

Il est interdit de faire figurer des annonces comparatives telles que définies au présent article sur des emballages, des factures, des titres de transport, des moyens de paiement ou des billets d'accès à des spectacles ou à des lieux ouverts au public.

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. Avant toute diffusion, il communique l'annonce comparative aux professionnels visés.

Les insertions réalisées dans la presse pour une publicité définie au présent article ne donnent pas lieu à l'application des articles 13 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse et 6 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.

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<sup>er</sup> janvier 1992, s'entend d'un indice ne prenant pas en compte le prix du tabac.

.....

#### Art. 12.

..... Supprimé .....

#### Art. 13.

Le I de l'article 10 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, est ainsi rédigé :

« I. — Sans préjudice des dispositions contenues dans les réglementations d'étiquetage des produits alimentaires, aucune mention indiquant, suggérant ou laissant croire que les édulcorants de synthèse

possèdent des propriétés semblables à celles du sucre, alors qu'ils ne les possèdent pas, ne doit être utilisée :

« a) dans l'étiquetage des substances édulcorantes de synthèse ;

« b) dans l'étiquetage des denrées alimentaires contenant de telles substances ;

« c) dans les procédés de vente, les modes de présentation ou les modes d'information des consommateurs relatifs à ces substances ou denrées.

« Les dispositions de la loi du 1<sup>er</sup> août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services sont applicables à la recherche, à la constatation et à la répression des infractions aux prescriptions des quatre alinéas précédents. »

*Art. 14 (nouveau).*

A condition de tenir compte des spécificités du droit local applicables en Moselle, le Gouvernement peut décider par décret la création d'une chambre régionale de métiers en Lorraine.

*Délibéré en séance publique, à Paris, le 25 novembre 1991.*

*Le Président,*

*Signé : LAURENT FABIUS.*