

PROJET DE LOI

adopté

le 20 décembre 1991

N° 81  
**S É N A T**

---

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1991-1992

---

---

**PROJET DE LOI**

*renforçant la protection des consommateurs.*

**(Texte définitif.)**

*Le Sénat a adopté, dans les conditions prévues à l'article 45  
(alinéas 2 et 3) de la Constitution, le projet de loi dont la teneur suit :*

---

**Voir les numéros :**

**Assemblée nationale (9<sup>e</sup> législ.) :** 1<sup>re</sup> lecture : 1903, 1912, 1992 et T.A. 466.  
2<sup>e</sup> lecture : 2274, 2369 et T.A. 540.  
2470 et C.M.P. : 2479 et T.A. 585.

**Sénat :** 1<sup>re</sup> lecture : 304, 315, 328 (1990-1991) et T.A. 5 (1991-1992).  
2<sup>e</sup> lecture : 109, 128, 156 et T.A. 63 (1991-1992).  
C.M.P. : 188 (1991-1992).

### 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. — 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 ayant mis la victime de l'infraction dans l'impossibilité de consulter un ou plusieurs professionnels qualifiés, tiers au contrat.

« 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 meubles 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 dus à un cas de force majeure.

Ce contrat est, le cas échéant, considéré comme rompu à la réception, par le vendeur ou par le prestataire de services, de la lettre par laquelle le consommateur l'informe de sa décision, si la livraison n'est pas intervenue ou si la prestation n'a pas été exécutée entre l'envoi et la réception de cette lettre. Le consommateur exerce ce droit dans un délai de soixante jours ouvrés à compter de la date indiquée pour la livraison du bien ou l'exécution de la prestation.

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. — 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 vient s'ajouter à la durée de la garantie qui restait à courir à la date de la demande d'intervention du consommateur ou de la mise à disposition pour réparation du bien en cause, si cette mise à disposition est postérieure à la demande d'intervention.

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, ses coordonnées téléphoniques ainsi que 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<sup>er</sup> 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 présent article du champ d'application des deuxième et troisième alinéas de l'article 4 de la présente loi ».

#### Art. 7.

Tout professionnel vendeur de bien 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.

Il en est de même dans le cas où une modification des conditions initiales du contrat résulte de la mise en œuvre d'une clause de révision dont les modalités ont été expressément définies et ont recueilli l'accord des parties au moment de la signature du contrat.

En outre, 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, trois articles 8-1, 8-2 et 8-3 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 ne peut être sollicité par voie d'appel public télévisé ou radiophonique, ni par voie d'affiche, de tract ou de lettre personnalisée. Il 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.

« *Art. 8-3.* — L'association qui exerce une action en justice en application des dispositions des articles 8-1 et 8-2 ci-dessus peut se constituer partie civile devant le juge d'instruction ou la juridiction de jugement du siège social de l'entreprise mise en cause ou, à défaut, du lieu de la première infraction. »

## Art. 9.

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 dont les modalités de fonctionnement et de paiement sont automatisées. »

## Art. 10.

I. — 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 des 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 publicité comparative ne peut pas 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, dans un délai au moins égal à celui exigé, selon le type de support retenu, pour l'annulation d'un ordre de publicité.

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.

II. — Sans préjudice de l'application de l'article 1382 du code civil, les infractions aux dispositions du paragraphe I du présent article sont, le cas échéant, punies des peines prévues, d'une part, à l'article 44 de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat et, d'autre part, aux articles 422 et 423 du code pénal.

III. — Au plus tard le 2 avril 1994, le Gouvernement déposera sur le bureau des assemblées un rapport évaluant les conséquences de l'application des dispositions du présent article en proposant les modifications législatives ou réglementaires qui apparaîtraient nécessaires.

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

#### Art. 11.

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

« *Article premier.* — A compter du 1<sup>er</sup> janvier 1992, toute 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 s'entend d'un indice ne prenant pas en compte le prix du tabac. »

#### Art. 12.

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.

#### 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 indi-

quant, 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. »

*Délibéré, en séance publique, à Paris, le 20 décembre 1991.*

*Le Président,*

*Signé : ALAIN POHER.*