

# SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1972-1973

Annexe au procès-verbal de la séance du 6 décembre 1972.

## RAPPORT

FAIT

*au nom de la Commission des Affaires économiques et du Plan (1),  
sur la proposition de loi, ADOPTÉE PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,  
tendant à modifier la loi n° 51-356 du 20 mars 1951 sur les  
ventes avec primes et améliorant les conditions de concurrence,*

Par M. Pierre CROZE,  
Sénateur.

---

(1) Cette commission est composée de : MM. Jean Bertaud, président ; Joseph Yvon, Paul Mistral, Michel Chauty, Raymond Brun, vice-présidents ; Joseph Voyant, Fernand Chatelain, Joseph Beaujannot, Jean-Marie Bouloux, secrétaires ; Charles Alliès, Octave Bajoux, André Barroux, Aimé Bergeal, Auguste Billiemaz, Maurice Blin, Georges Bonnet, Pierre Bouneau, Amédée Bouquerel, Robert Bouvard, Jacques Braconnier, Marcel Brégégère, Jean Cluzel, Francisque Collomb, Jacques Coudert, Maurice Coutrot, Pierre Croze, Georges Dardel, Léon David, Roger Delagnes, Henri Desseigne, Hector Dubois, Baptiste Dufeu, Charles Durand, Emile Durieux, François Duval, Fernand Esseul, Jean Filippi, Jean Francou, Marcel Gargar, Lucien Gautier, Victor Golvan, Edouard Grangier, Léon-Jean Grégory, Paul Guillaumot, Alfred Isautier, Maxime Javelly, Alfred Kieffer, Pierre Labonde, Maurice Lalloy, Robert Laucournet, Marcel Lucotte, Pierre Maille, Paul Malassagne, Pierre Marzin, Louis Orvoen, Gaston Pams, Paul Pelleray, Albert Pen, Raoul Perpère, André Picard, Jules Pinsard, Jean-François Pintat, Henri Prêtre, Maurice Sambron, Guy Schmaus, Michel Sordel, Raoul Vadepiéd, Amédée Valeau, Jacques Verneuil, Charles Zwickert.

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (4<sup>e</sup> législ.) : 2076, 2285 et in-8° 681.

Sénat : 32 (1972-1973).

---

Commerce de détail. — Commerce de gros - Ventes avec primes - Concurrence.

Mesdames, Messieurs,

La proposition de loi due à l'initiative de notre collègue à l'Assemblée Nationale, M. Claude Martin, déposée et rapportée par lui, vise, d'une part, à informer le consommateur et par là même à le protéger et, d'autre part, à améliorer les conditions de la concurrence.

Ces deux objectifs tendant pratiquement à se confondre dans la mesure où la concurrence ne peut jouer vraiment que lorsque le consommateur a une connaissance véritable du marché et qu'il peut choisir clairement en fonction de la qualité et du prix.

Ainsi que le fait si justement remarquer M. Claude Martin dans son rapport écrit, il est inutile d'insister sur les difficultés que rencontre le Gouvernement pour maîtriser l'évolution des prix, et qui provoquent la persistance des tendances inflationnistes.

Les raisons en sont variées et si certaines sont difficilement maîtrisables, en particulier celles ayant des causes internationales, il peut par contre en être différemment pour celles ayant des causes internes.

L'économie française, repliée sur elle-même et abritée de la concurrence internationale, a longtemps souffert de réglementations administratives ou professionnelles qui paralysaient les initiatives et décourageaient les innovations.

Au moment même où la France ouvrait ses frontières, le rapport Armand-Rueff dégageait, dans ce but, une orientation nouvelle, mais, malheureusement, la plupart des recommandations que formulait ce rapport sont demeurées lettre morte.

Ce n'est que lors de la préparation du VI<sup>e</sup> Plan que le problème a été à nouveau envisagé. Un Comité de la concurrence du Commissariat général au Plan a été créé et a actualisé les travaux du Comité Armand-Rueff.

Parmi les orientations qui ont fait l'objet de développement dans le rapport établi par ce comité était recommandée en particulier la réglementation de certaines pratiques restrictives individuelles de concurrence.

Depuis le vote du VI<sup>e</sup> Plan, divers textes ont été adoptés et mis en œuvre qui améliorent la protection du consommateur et les conditions de concurrence. C'est ainsi, par exemple, que l'affi-

chage ou le marquage des prix de tous les produits ou services offerts au consommateur est désormais obligatoire et qu'un certain nombre de pratiques, qui abusaient les consommateurs sur la réalité des rabais qu'ils pouvaient obtenir, ont été interdites.

Toujours dans le cadre de la protection du consommateur, différents textes sont actuellement préparés par le Gouvernement, et le Parlement lui-même vient d'examiner la loi relative au démarchage et à la vente à domicile.

La présente proposition de loi a pour objet de compléter la loi du 20 mars 1951 portant interdiction du système de vente avec timbres-primés, ou tous autres titres analogues, ou avec primes en nature.

Cette loi prohibe le système de primes dont la remise est différée par rapport à l'achat, et interdit la vente avec prime en nature consistant en produits différents de ceux qui font l'objet de la vente réalisée.

Seule demeure donc possible la remise au moment même de l'achat d'une prime consistant en un produit identique à celui qui fait l'objet même de l'achat. Autrement dit, la formule bien connue de « treize à la douzaine » est autorisée, mais il est interdit d'offrir en prime des savonnettes à un acheteur de chemises par exemple.

Toutefois, la loi de 1951 prévoit deux cas où cette interdiction ne s'applique pas :

1° A la distribution de menus objets de faible valeur marqués d'une manière indélébile et apparente, conçus spécialement pour la publicité ;

2° Aux escomptes ou remises en espèces.

Son application ne s'est pas faite sans problème. Comme le signalait le Ministère des Finances, les lacunes et les imprécisions des textes (loi de 1951 et décret de 1961 qui précisait les conditions d'application) ont permis l'apparition de « pratiques parallèles dues à l'imagination des milieux commerciaux ». Aussi un nouveau décret est-il paru au *Journal officiel* du 14 avril 1971.

Afin de donner une portée plus efficace à l'interdiction dont les ventes avec primes font l'objet, ce décret élargit considérablement la notion de primes ; votre commission a pensé qu'il était utile que cette définition soit incluse dans la loi et présente un amendement dans ce sens.

Par ailleurs, ce décret précise, en son article 4 retranscrit ci-après, la notion de « menus objets de faible valeur marqués d'une manière indélébile et apparente, conçus spécialement pour la publicité » qui avait donné lieu à de nombreuses contestations :

« La valeur, toutes taxes comprises, des objets conçus spécialement pour la publicité, y compris les récipients et emballages autres que ceux définis à l'article précédent, dont la distribution à titre de prime est autorisée en vertu de l'article 3 de la loi du 20 mars 1951 ne doit pas dépasser 10 F ni excéder 5 % du prix net, toutes taxes comprises, du ou des produits vendus par celui qui y joint la prime.

« Ces objets doivent être marqués de manière indélébile et apparente, l'inscription publicitaire étant facilement lisible dans leur position normale d'utilisation. »

Toutefois, ces mesures réglementaires n'ont pas comblé la lacune majeure de la *loi du 20 mars 1951* qui tient à ce qu'elle *ne s'applique pas aux prestations de services*.

Cette lacune a deux conséquences :

- les primes accordées par les prestataires de services ne sont ni interdites ni réglementées ;
- les primes consistant en prestations de services ne sont ni interdites ni réglementées.

L'objet de la présente loi est donc de combler cette lacune en étendant l'application de la loi du 20 mars 1951 aux prestations de services.

\*  
\* \* \*

Votre commission n'a pas remis en cause le fondement même de la loi de 1951, ni son extension aux prestations de services. En revanche, elle a estimé nécessaire de procéder à une adaptation de la loi de 1951 qui tiendrait compte des modifications apportées depuis vingt ans aux techniques de vente et de l'évolution de l'économie moderne.

En conséquence, votre commission vous propose deux amendements qui tentent de concilier, dans la mesure du possible, la nécessité de protéger le consommateur et d'éviter une concurrence

déloyale qui se traduirait en définitive par une hausse des coûts, et le souci de ne pas aller à l'encontre de l'évolution des techniques de vente qui pourrait se traduire par une diminution de certaines productions.

Le premier de ces amendements a pour but :

- d'autoriser les menues prestations de services par analogie avec les dispositions concernant les menus objets de faible valeur ;
- d'exclure du champ de la loi les échantillons dès lors qu'ils proviennent de la production du fabricant ou du transformateur du produit vendu.

Afin de ne pas gêner certaines techniques nouvelles de vente et de ne pas faire obstacle à certaines manifestations commerciales souvent organisées avec le concours des municipalités, le second amendement a pour but de permettre au Ministère de l'Economie et des Finances et aux autorités préfectorales d'accorder des dérogations dans des cas bien déterminés.

\*  
\* \* \*

Ces propositions qu'a inspirées à votre rapporteur et à votre Commission des Affaires économiques et du Plan l'examen du texte adopté par l'Assemblée Nationale vont être précisées au cours de l'examen des différents articles.

## EXAMEN DES ARTICLES

### Texte adopté par l'Assemblée Nationale en première lecture.

#### Article premier.

Aux articles premier et 2 de la loi n° 51-356 du 20 mars 1951 portant interdiction du système de vente avec timbres-primés ou tous autres titres analogues ou avec primes en nature sont substituées les dispositions suivantes :

« Art. premier. — Est interdite toute vente de produits, toute prestation de services, toute offre, proposition de vente de produit ou de prestation de service :

« 1° Comportant une distribution de coupons-primés, de timbres-primés, bons, tickets, vignettes ou autres titres donnant droit à une prime quelconque dont la remise ou la prestation est différée par rapport à l'opération réalisée ;

« 2° Donnant droit à une prime consistant en produits ou en prestations de services différents de ceux qui sont l'objet de l'opération réalisée. »

### Proposition de la commission.

#### Article premier.

Conforme.

Conforme.

« 1° Comportant...

... à une prime dont la remise ou la prestation est différée par rapport à la vente ou la prestation de services réalisée ;

« 2° Donnant droit...

... qui sont l'objet de la vente ou la prestation de services réalisée. »

*Observations.* — Le texte voté par l'Assemblée Nationale reprend, en un seul article et en améliorant la rédaction, les articles premier et 2 de la loi du 20 mars 1951 en étendant l'application de la loi aux prestations de services et aux propositions de prestations de services.

*Amendements.* — Dans un premier amendement, votre commission vous propose la suppression de l'adjectif *quelconque* qui était accolé à la notion de prime. Votre commission a jugé souhaitable, comme nous le verrons plus loin, de définir la prime dans le texte même de la loi. Dès lors que cette définition y figure expressément, il ne peut plus y avoir de contestation sur l'interprétation à donner au terme « prime » dans l'article premier de la loi

de 1951 et il n'est plus nécessaire de conserver le qualificatif « quelconque ». Ce qualificatif pourrait même donner à penser que le législateur a voulu, en cet article premier, utiliser une notion de la prime qui n'est pas en accord avec la définition qui est donnée à l'article 3 *bis* (nouveau). C'est pourquoi il a paru nécessaire à votre commission de le supprimer.

Elle a, en outre, pensé que l'expression « l'opération réalisée » était ambiguë et peu claire. Elle vous propose, en conséquence, de lui substituer les mots : « la vente ou la prestation de services réalisée ».

**Texte voté par l'Assemblée Nationale.**

Art. 2.

Les dispositions de l'article premier ci-dessus applicables aux prestataires de services et aux primes consistant en prestations de services entreront en vigueur six mois après la promulgation de la présente loi.

**Proposition de la commission.**

Art. 2.

Conforme.

*Observations.* — Cet article détermine le délai nécessaire pour l'application des dispositions nouvelles contenues dans l'article premier.

**Texte voté par l'Assemblée Nationale.**

Art. 3.

Il est inséré dans le texte de la loi du 20 mars 1951, avant l'article premier, un article A (nouveau) ainsi rédigé :

« Art. A (nouveau). — Les dispositions de la présente loi sont applicables à toutes les ventes ou prestations de services réalisées par des producteurs, des commerçants grossistes ou détaillants, ou des prestataires de services. »

**Proposition de la commission.**

Art. 3.

Conforme.

Conforme.

*Observations.* — Cet article précise que les dispositions de la présente loi ne s'appliquent pas seulement aux commerçants détaillants, mais à tous les stades de la distribution (ce que le décret du 7 avril 1971 précisait en son article premier) ainsi qu'aux prestataires de services.

Texte voté par l'Assemblée Nationale.

Proposition de la commission.

Article additionnel 3 bis (nouveau).

*Il est inséré dans le texte de la loi du 20 mars 1951, avant l'article premier, un article B (nouveau) ainsi rédigé :*

« Art. B (nouveau). — Sont considérés comme primes au sens de la présente loi :

« 1° tout produit différent de celui ou de ceux faisant l'objet de la vente et attribué à l'acheteur ou susceptible d'être obtenu par lui, immédiatement ou d'une manière différée, chez le vendeur ou chez un autre fournisseur :

« soit à titre gratuit ;

« soit à des conditions de prix ou de vente présentées explicitement ou implicitement comme un avantage réservé à l'acheteur du ou des produits faisant l'objet de la vente,

« quelles que soient la forme ou les modalités suivant lesquelles l'attribution de cet objet est effectuée, lors même que l'option serait laissée à l'acheteur d'obtenir une remise en espèces ;

« 2° tout produit attribué aux participants à une opération présentée sous forme de concours, de jeu ou sous toute autre dénomination lorsque, d'une part, la participation à l'opération ou l'octroi de bonifications de points est subordonné à un ou plusieurs achats et que, d'autre part, la facilité des questions permet normalement au plus grand nombre de participants de trouver la solution. »

*Observations.* — La loi du 20 mars 1951 n'avait aucunement défini la notion de prime. C'est donc au pouvoir réglementaire qu'est revenu le soin de procéder à cette définition.

Le décret de 1951 considérait comme prime « tout objet, marchandise ou service attribué sans rémunération supplémentaire à l'acheteur d'une marchandise ou d'une prestation ». Cette disposition a d'ailleurs été annulée par le Conseil d'Etat. Elle réglementait en effet les prestations de services, ce que ne permettait pas la loi de 1951.

Le décret de 1961 donnait une définition plus large de la prime, qui devenait :

« 1° tout objet ou toute marchandise attribué immédiatement ou d'une manière différée, sans rémunération supplémentaire ou contre une rémunération très inférieure à son prix de départ



usine, à l'acheteur d'un objet ou d'une marchandise, quelle que soit la forme ou les modalités suivant lesquelles cette attribution est effectuée, notamment si elle revêt l'aspect d'une vente jumelée ;

« 2° tout objet ou toute marchandise attribué aux participants à une opération présentée sous forme de concours, de jeu ou sous toute autre dénomination, lorsque, d'une part, la participation à l'opération ou l'octroi de bonifications de points est subordonné à un ou plusieurs achats et que, d'autre part, la facilité des questions permet normalement au plus grand nombre des participants de trouver la solution. »

Enfin, le décret de 1971 élargissait encore la définition de la prime en y incluant toute remise d'objets, même à titre onéreux, dès lors que cette acquisition était présentée comme un avantage réservé aux acheteurs d'un ou de plusieurs autres articles.

Il paraît à tous égards souhaitable à votre Commission que la définition de la prime figure dans la loi elle-même. C'est pourquoi nous vous proposons de reprendre, en un article nouveau, la définition donnée par le décret de 1971, c'est-à-dire la définition la plus large.

**Texte voté par l'Assemblée Nationale.**

Art. 4.

Il est inséré entre le 1° et le 2° de l'article 3 de la loi du 20 mars 1951 le nouvel alinéa suivant :

« 1° bis. A la prestation de services après-vente, ainsi qu'aux facilités de stationnements offerts par les commerçants à leurs clients. »

**Propositions de la commission.**

Art. 4.

Il est inséré...

... du 20 mars 1951 les deux alinéas nouveaux suivants :

« 1° bis. Aux menues prestations de services que les usages commerciaux associent en général à la vente ou à la prestation de services réalisée, aux prestations de services après-vente, ainsi qu'aux facilités de stationnement offertes par les commerçants à leurs clients ;

« 1° ter. Aux échantillons provenant de la production du fabricant ou du transformateur du produit vendu. »

*Observations.* — Cet article résulte d'un amendement du Gouvernement, accepté par la Commission de la Production et des Echanges de l'Assemblée Nationale.

Aux deux cas où les interdictions prévues ne s'appliquent pas (objets de faible valeur et escomptes ou remises en espèces) viennent s'ajouter « les prestations de services après-vente, ainsi que les facilités de stationnement ».

*Amendement.* — La loi de 1951 est très stricte, puisqu'elle entend interdire les primes de la manière la plus générale possible dans son article premier. Après cette interdiction absolue, il est nécessaire de prévoir certaines exceptions pour des primes qui peuvent à la fois bénéficier au consommateur, jouer un rôle économique non négligeable et ne fausser en rien la concurrence.

Le législateur de 1951 avait ainsi exclu du domaine de la loi les « menus objets de faible valeur marqués d'une manière indélébile et apparente, conçus spécialement pour la publicité ». Dès lors que l'on interdit également les primes constituées par des prestations de services, il est légitime d'autoriser également les *menues prestations de services*. Fort évidemment, le caractère immatériel des prestations de services empêche d'exiger qu'elles soient marquées de manière indélébile et leur nature même ne permet pas d'imposer qu'elles soient conçues spécialement pour la publicité. Toutefois, on pourrait craindre que le seul qualificatif de *menues prestations de services* ne suffise pas à empêcher un débordement de primes en ce domaine ; c'est pourquoi votre commission, soucieuse d'éviter que se crée ainsi une brèche dans le dispositif de protection du consommateur, vous propose de n'autoriser que les *menues prestations de services que les usages commerciaux associent en général à la vente ou à la prestation de services réalisée*. Ainsi le lavage gratuit d'une voiture pour tous les clients d'un centre commercial ou d'un salon de coiffure tombera sous le coup de la loi ; en revanche, les menus services que peut rendre le petit commerçant ou artisan à ses clients habituels de même que le lavage des pare-brise et la vérification de la pression des pneus que pratiquent couramment les pompistes demeureront autorisés.

D'autre part, la mise sur le marché d'un produit nouveau est fréquemment accompagnée de distributions gratuites d'échantillons de ce produit qui sont destinés à le faire connaître et à le faire apprécier. Le fabricant peut, dans le cadre de sa campagne de lancement, distribuer gratuitement ces échantillons à l'ensemble de la population, mais il peut également chercher à toucher seulement une partie de la population qui lui paraît représentative de sa clientèle potentielle et, pour cela, donner un échantillon du produit nouveau aux acheteurs d'un produit voisin qu'il fabrique déjà.

Une telle pratique ne fausse nullement la concurrence, puisqu'il ne s'agit pas de donner une prime à l'acheteur du produit principal, mais d'attirer son attention sur un autre produit. Là

encore, dans le souci d'éviter que la loi soit ainsi détournée, votre commission vous propose de n'autoriser que les *échantillons provenant de la production du fabricant ou du transformateur du produit vendu*.

**Texte voté par l'Assemblée Nationale.**

**Propositions de la commission.**

Article additionnel 5 (nouveau).

*Il est inséré dans le texte de la loi du 20 mars 1951, avant l'article 4, un article 3 bis (nouveau) ainsi rédigé :*

*« Des dérogations à l'article premier de la présente loi pourront être accordées :*

*« — par les autorités préfectorales pour les manifestations connues sous le nom de « semaines ou quinzaines commerciales » ;*

*« — par le Ministère de l'Economie et des Finances pour les campagnes promotionnelles ».*

*Observations.* — En dépit des dispositions de la loi de 1951 qui ne prévoyait aucune exception en ce domaine, la vente avec primes est pratiquée de nos jours dans les semaines ou quinzaines commerciales. Votre Commission des Affaires économiques, soucieuse de mettre en accord le droit avec le fait, et consciente du rôle de ces manifestations dans l'animation commerciale de notre pays, a estimé préférable de prévoir explicitement une dérogation. Mais exclure du champ d'application de la loi les ventes effectuées au cours de quinzaines commerciales auraient pu amener la multiplication de ces manifestations dans le seul but d'échapper à l'interdiction des ventes avec primes. C'est pourquoi votre commission vous propose de laisser à l'autorité préfectorale le soin d'accorder une dérogation.

Par ailleurs, les techniques modernes de vente accordent une large place aux campagnes promotionnelles. Il s'agit là d'une forme d'action récente qui a principalement pour but de promouvoir un produit nouveau, mais qui peut également déplacer le marché d'un produit en faveur d'une marque et au détriment d'une autre. La promotion n'a pas pour effet d'augmenter le coût de production, son financement étant assuré par le budget de lancement ou le budget de publicité régulier d'un produit. C'est pourquoi votre commission a estimé que des campagnes de ce genre ne devaient pas tomber sous le coup des dispositions concernant la vente avec

primes. Toutefois, il ne lui a pas paru possible d'autoriser de manière générale ces campagnes, de crainte de voir ainsi tourner la loi. Elle a, en conséquence, estimé que le Ministère des Finances était le plus apte à juger de l'opportunité d'une dérogation en ce domaine.

\*  
\* \*

C'est dans ces conditions que, sous réserve des amendements ci-après, votre commission vous demande d'adopter la proposition de loi votée par l'Assemblée Nationale.

## AMENDEMENTS PRESENTES PAR LA COMMISSION

### Article premier.

**Amendement :** Dans le troisième alinéa, à la troisième ligne, supprimer le mot :

... *quelconque*...

**Amendement :** Dans le troisième alinéa, à la quatrième ligne, et dans le quatrième alinéa, aux deuxième et troisième lignes, remplacer les mots :

... l'opération réalisée

par les mots :

... la vente ou la prestation de services réalisée

### Article additionnel 3 bis (nouveau).

**Amendement :** Insérer, après l'article 3, un article additionnel 3 bis (nouveau) ainsi rédigé :

Il est inséré dans le texte de la loi du 20 mars 1951, avant l'article premier, un article B (nouveau) ainsi rédigé :

« Art. B (*nouveau*). — Sont considérés comme primes au sens de la présente loi :

« 1° tout produit différent de celui ou de ceux faisant l'objet de la vente et attribué à l'acheteur ou susceptible d'être obtenu par lui, immédiatement ou d'une manière différée, chez le vendeur ou chez un autre fournisseur :

« Soit à titre gratuit ;

« Soit à des conditions de prix ou de vente présentées explicitement ou implicitement comme un avantage réservé à l'acheteur du ou des produits faisant l'objet de la vente,

« quelles que soient la forme ou les modalités suivant lesquelles l'attribution de cet objet est effectuée, lors même que l'option serait laissée à l'acheteur d'obtenir une remise en espèces ;

« 2° tout produit attribué aux participants à une opération présentée sous forme de concours, de jeu ou sous toute autre dénomination lorsque, d'une part, la participation à l'opération ou l'octroi de bonifications de points est subordonné à un ou plusieurs achats et que, d'autre part, la facilité des questions permet normalement au plus grand nombre de participants de trouver la solution. »

Art. 4.

**Amendement** : Rédiger comme suit cet article :

Il est inséré, entre le 1° et le 2° de l'article 3 de la loi du 20 mars 1951, les deux alinéas nouveaux suivants :

« 1° *bis*. Aux menues prestations de services que les usages commerciaux associent en général à la vente ou à la prestation de services réalisée, aux prestations de services après-vente, ainsi qu'aux facilités de stationnement offertes par les commerçants à leurs clients.

« 1° *ter*. Aux échantillons provenant de la production du fabricant ou du transformateur du produit vendu. »

Article additionnel 5 (nouveau).

**Amendement** : Insérer, après l'article 4, un article additionnel 5 (nouveau) ainsi rédigé :

Il est inséré dans le texte de la loi du 20 mars 1951, avant l'article 4, un article 3 *bis* (nouveau) ainsi rédigé :

« Art. 3 *bis* (nouveau). — Des dérogations à l'article premier de la présente loi pourront être accordées :

« — par les autorités préfectorales pour les manifestations connues sous le nom de « semaines ou quinzaines commerciales » ;

« — par le Ministère de l'Economie et des Finances pour les campagnes promotionnelles. »

## PROPOSITION DE LOI

(Texte adopté par l'Assemblée Nationale.)

### Article premier.

Aux articles premier et 2 de la loi n° 51-356 du 20 mars 1951 portant interdiction du système de vente avec timbres-primés ou tous autres titres analogues ou avec primes en nature sont substituées les dispositions suivantes :

« *Article premier.* — Est interdite toute vente de produits, toutes prestations de services, toute offre, proposition de vente de produits ou de prestations de services :

« 1° comportant une distribution de coupons-primés, de timbres-primés, bons, tickets, vignettes ou autres titres donnant droit à une prime quelconque dont la remise ou la prestation est différée par rapport à l'opération réalisée ;

« 2° donnant droit à une prime consistant en produits ou en prestations de services différents de ceux qui sont l'objet de l'opération réalisée. »

### Art. 2.

Les dispositions de l'article premier ci-dessus applicables aux prestataires de services et aux primes consistant en prestations de services entreront en vigueur six mois après la promulgation de la présente loi.

### Art. 3.

Il est inséré dans le texte de la loi du 20 mars 1951, avant l'article premier, un article A (nouveau) ainsi rédigé :

« *Art. A (nouveau).* — Les dispositions de la présente loi sont applicables à toutes les ventes ou prestations de services réalisées par des producteurs, des commerçants, grossistes ou détaillants, ou des prestataires de services. »

Art. 4.

Il est inséré entre le 1° et le 2° de l'article 3 de la loi du 20 mars 1951 le nouvel alinéa suivant :

« 1° *bis* à la prestation de services après-vente, ainsi qu'aux facilités de stationnements offerts par les commerçants à leurs clients. »



## ANNEXE

---

### LOI DU 20 MARS 1951 PORTANT INTERDICTION DU SYSTEME DE VENTE AVEC TIMBRES-PRIMES OU TOUS AUTRES TITRES ANALOGUES OU AVEC PRIMES EN NATURE

Article premier. — Est expressément interdit, à dater de la promulgation de la présente loi, le système de vente avec distribution de coupons-primés, timbres-primés, bons, tickets, vignettes ou autres titres de dénomination quelconque donnant droit à une prime dont la remise est différée par rapport à l'achat.

Art. 2. — Sont également interdites, à compter de la même date, les ventes avec primes en nature consistant en produits différents de ceux qui font l'objet de la vente réalisée.

Art. 3. — Les interdictions prévues aux articles premier et 2 ci-dessus ne s'appliquent pas :

1° A la distribution de menus objets de faible valeur marqués d'une manière indélébile et apparente, conçus spécialement pour la publicité ;

2° Aux escomptes ou remises en espèces.

Art. 4. — Le remboursement des timbres actuellement en circulation peut s'effectuer, au gré du débiteur, soit en nature jusqu'à épuisement des stocks existants, soit en espèces.

A défaut d'obligations précises résultant d'un contrat d'adhésion, un décret fixera les conditions d'application du présent article en ce qui concerne notamment :

1° La fixation du montant du remboursement compte tenu des charges de l'entreprise émettrice des tickets-primés ;

2° La fixation de la valeur des marchandises promises en échange de tickets, augmentée, le cas échéant, des frais accessoires de magasinage et de livraison.

Art. 5. — Les timbres devront être présentés au remboursement, à peine de forclusion, dans un délai de six mois, à dater de la promulgation de la présente loi.

Art. 6. — A l'expiration du délai fixé à l'article 5 ci-dessus, les entreprises émettrices de timbres-primés et autres titres visés à l'article 1<sup>er</sup> devront cesser toute activité.

Art. 7. — *Abrogé.*

Art. 8. — Un décret pris sur le rapport du Ministre du Commerce et du Ministre chargé des Finances et des Affaires économiques précisera en tant que de besoin les conditions d'application de la présente loi.