

Protection des consommateurs: pratiques commerciales déloyales. «Directive sur les pratiques commerciales déloyales»

2003/0134(COD) - 20/04/2004 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

En adoptant le rapport de Mme Fiorella GHILARDOTTI (PSE, I), le Parlement européen a apporté un certain nombre de modifications à la proposition de directive. Le Parlement a précisé le champ d'application de la proposition de la Commission. La Commission prévoyait que la directive s'applique aux pratiques commerciales déloyales avant et après une transaction commerciale portant sur un produit quelconque. Les députés ont amendé le texte pour qu'il s'applique aux pratiques commerciales déloyales "des entreprises vis-à-vis des consommateurs" et ajouté à la base juridique l'article 153 du traité en plus de l'article 95. En outre, ils ont demandé que la directive s'applique aux décisions commerciales des consommateurs, même lorsque ces décisions ne débouchent pas sur un contrat entre le consommateur et le professionnel. Il est également précisé que la directive ne doit pas porter atteinte à la compétence des États membres de prendre des mesures dans des secteurs que la directive n'harmonise pas, tels que la santé, la protection du bien-être physique, mental ou moral des mineurs et la sécurité publique. Par dérogation, et pour une période de cinq ans à dater de l'adoption de la directive, les États membres doivent pouvoir appliquer des dispositions nationales dans le secteur harmonisé, qui sont plus strictes que la directive. Pour le Parlement, une pratique commerciale est trompeuse si elle est susceptible d'entraîner le consommateur à prendre une décision influençant son comportement financier. S'agissant des définitions, le Parlement a introduit un certain nombre d'éléments, absents de la proposition de la Commission. Pour le Parlement, une pratique commerciale déloyale peut être caractérisée par le fait de : - prendre un prix de référence artificiellement élevé comme base de ristourne de manière à donner au consommateur la fausse impression d'un prix avantageux; - exagérer les risques que courent le consommateur ou sa famille si le consommateur achète ou n'achète pas le produit; - promouvoir un produit similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à suggérer que ce produit provient de ce même fabricant alors que ce n'est pas le cas; - fournir de biens et services à des consommateurs qui ne les ont pas demandés, à moins qu'il ne soit clairement exposé que les biens et services en question sont gratuits; - organiser son activité d'une manière telle qu'il soit difficile pour les consommateurs de connaître la véritable identité des responsables en tant que vendeurs; - promouvoir la fourniture de produits ou de services sous le couvert de faire des enquêtes ou des sondages; - faire la publicité de produits ou de services d'une manière qui dissimule l'intention commerciale de la démarche; - amener de manière frauduleuse le consommateur à signer une renonciation à la protection juridique prévue par la directive; - se mettre en liquidation ou changer de propriétaire dans le but d'échapper aux responsabilités antérieures; - organiser des concours et proposer de gagner des prix alors que l'on n'a pas l'intention de fournir de tels prix. Les députés ont également précisé que le "publi-reportage" (articles ou offres publiés contre paiement) doit être conforme à la directive si ce sont les opérateurs du marché et non les éditeurs qui contrôlent le contenu. De plus, les professionnels et les éditeurs doivent déclarer que les offres par annonce sont des annonces, par exemple en les intitulant "offre par annonce". Les députés ont adopté un amendement qui définit la notion de "groupe déterminé de consommateurs" comme un groupe de consommateurs qui présentent des caractéristiques distinctes comme la vulnérabilité en raison de divers facteurs tels que l'âge, le handicap, l'état physique ou mental ou le niveau d'alphabétisation, tous ces facteurs influençant leur capacité d'évaluation ou de réaction. Cette notion devrait également couvrir les consommateurs possédant des connaissances spécifiques dans le domaine où opère le professionnel, qui les rendent à même de comprendre une communication commerciale spécialisée. Enfin, les députés demandent à la Commission de faire périodiquement rapport au Parlement et au Conseil sur l'application de cette directive dans les États membres et de proposer, tous les cinq ans, l'adaptation de la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances.