

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

2003/0134(COD) - 24/02/2005 - Texte adopté du Parlement, 2ème lecture

En adoptant le rapport de Mme Mercedes BRESSO (PSE, IT), le Parlement européen juge satisfaisant le compromis atteint dans la position commune, mais souhaite réintroduire quelques amendements présentés en première lecture en vue de renforcer sensiblement la protection des consommateurs.

Le Parlement propose de nouveau des dispositions en faveur de la protection des consommateurs pour les cas de limitation substantielle des garanties de service après-vente, à l'égard des prix de référence artificiellement élevés et sous l'aspect des droits d'échange et de remboursement. Un amendement important, qui a trait à la protection des mineurs, vise non pas à interdire la publicité s'adressant à cette catégorie de la population, mais à renforcer l'interdiction déjà inscrite dans la position commune des pratiques commerciales susceptibles de mettre les enfants sous une pression excessive.

Le Parlement précise qu'une pratique commerciale est également considérée comme une omission trompeuse lorsque le consommateur moyen est amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Par ailleurs, le recours aux codes de conduite est optionnel et ne peut se substituer aux recours judiciaires ou administratifs prévus à l'article 11 de la directive.

La liste des pratiques réputées déloyales en toute circonstance, annexée au projet de directive, a été largement amendée par les députés. Cette liste unique devrait s'appliquer dans tous les États membres et ne devrait pouvoir être modifiée qu'au travers d'une révision de la présente directive. Seraient ainsi considérées comme déloyales les pratiques suivantes :

- dans une publicité, inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité ;
- affirmer qu'un professionnel (y compris ses pratiques commerciales) ou qu'un produit a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ;
- déclarer faussement que le produit ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ;
- promouvoir un produit similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas ;
- affirmer faussement ou donner l'impression que le professionnel n'agit pas à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur ;
- créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit est disponible dans un État membre autre que celui dans lequel le produit est vendu ;

- obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à un courrier y relatif ;

- donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait : soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent ; soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.