

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

2003/0134(COD) - 11/05/2005 - Acte final

OBJECTIF : renforcer la protection des consommateurs tout en harmonisant la législation communautaire dans le domaine des pratiques commerciales déloyales et favoriser ainsi le développement des activités transfrontalières.

ACTE LÉGISLATIF : Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE ainsi que le règlement 2006/2004/CE.

CONTENU : le Conseil a adopté la directive interdisant les pratiques commerciales déloyales des entreprises qui portent atteinte aux intérêts des consommateurs, en retenant tous les amendements votés par le Parlement européen (se reporter au résumé précédent).

La nouvelle directive vise à mettre à jour les directives existantes sur : la protection des consommateurs en matière de contrats à distance; les actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs; la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs. Elle définit, d'une part, les critères permettant de déterminer le caractère déloyal d'une pratique commerciale et, d'autre part, donne des précisions sur deux types clés de pratiques déloyales identifiées: les pratiques trompeuses et les pratiques agressives.

La liste des pratiques réputées déloyales en toute circonstance, annexée à la directive, devra s'appliquer dans tous les États membres. Seront ainsi notamment 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 ;
- afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans autorisation ;
- affirmer qu'un produit a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ;
- proposer l'achat d'un produit à un prix indiqué, et ensuite : refuser de présenter l'article ayant fait l'objet de la publicité ; refuser de prendre des commandes concernant cet article ou de le livrer dans un délai raisonnable ; en présenter un échantillon douteux ;
- 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 ;
- se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre moyen de communication à distance ;
- donner la fausse impression que le consommateur a gagné, gagne ou gagnera en accomplissant tel acte un prix alors que, en fait : soit il n'existe pas de prix ; soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

Les États membres prendront les mesures nécessaires pour informer les consommateurs des dispositions de droit national qui transposent la présente directive et encourager les professionnels à faire connaître leurs codes de conduite aux consommateurs.

ENTRÉE EN VIGUEUR : 12/06/2005.

TRANSPOSITION : 12/06/2007.