



14ème législature

Question N° : 101617	De M. Guillaume Chevrollier (Les Républicains - Mayenne)	Question écrite
Ministère interrogé > Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire		Ministère attributaire > Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire
Rubrique >commerce et artisanat	Tête d'analyse >protection	Analyse > protection des consommateurs. courriers trompeurs. lutte et prévention.
Question publiée au JO le : 27/12/2016 Réponse publiée au JO le : 16/05/2017 page : 3499		

Texte de la question

M. Guillaume Chevrollier attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie et des finances, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, sur le manque d'encadrement des courriers trompeurs faisant espérer des gains. Ces courriers sont rédigés de telle manière que les personnes peuvent se croire bénéficiaires de ces gains importants ou de ces rentes mirobolantes. Ils reposent sur la crédulité des personnes et sur leur inaptitude à décrypter les réserves soigneusement édulcorées. Il vient donc lui demander ce que le Gouvernement compte faire afin de limiter ces courriers trompeurs à la limite du mensonger.

Texte de la réponse

Les loteries font l'objet de deux régimes distincts. Les loteries publicitaires ou commerciales relèvent exclusivement du code de la consommation et les autres sont régies par le code de la sécurité intérieure. Plus précisément, les opérations commerciales promotionnelles faisant naître l'espérance d'un gain, peu importe le mode de tirage au sort, sont régies par l'article L. 121-20 du code de la consommation. En application de cette disposition et conformément à la directive no 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales et à la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne, les loteries publicitaires sont licites dès lors qu'elles ne sont pas déloyales. Cela signifie que la loterie ne doit pas être contraire aux exigences de la diligence professionnelle et ni altérer, ou être susceptible d'altérer, de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service. En outre, en application de l'article L. 121-2 du code de la consommation constituent des pratiques commerciales déloyales, les pratiques commerciales trompeuses reposant sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur et portant, notamment, sur la portée des engagements de l'annonceur. Les pratiques commerciales trompeuses sont punies des peines prévues à l'article L. 132-2 du code de la consommation, c'est-à-dire d'un emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 €. Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit. Dans l'exercice de leurs missions, les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont particulièrement attentifs à protéger le consommateur contre de telles pratiques. Lorsqu'un consommateur s'estime victime de celles-ci, il est invité à se rapprocher de la direction départementale de la protection des populations de son lieu de résidence.