



CHAMBRE DES DÉPUTÉS
GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Dossier consolidé

Projet de loi 4844

Projet de loi réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

Date de dépôt : 17-09-2001

Date de l'avis du Conseil d'État : 02-07-2002

Liste des documents

Date	Description	Nom du document	Page
17-09-2001	Déposé	4844/00	<u>3</u>
30-10-2001	Avis de la Chambre des Employés Privés (30.10.2001)	4844/01	<u>26</u>
16-01-2002	Avis de la Chambre de Commerce (16.1.2002)	4844/02	<u>31</u>
28-02-2002	1) Avis de la Chambre des Métiers (28.2.2002) 2) Avis de la Chambre de Travail (1.3.2002)	4844/03	<u>44</u>
16-04-2002	Avis du Conseil d'Etat (16.4.2002)	4844/04	<u>52</u>
18-06-2002	Amendements adoptés par la/les commission(s) : Commission des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement	4844/05	<u>69</u>
02-07-2002	Avis complémentaire du Conseil d'Etat (2.7.2002)	4844/06	<u>72</u>
05-07-2002	Rapport de commission(s) : Commission des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement Rapporteur(s) :	4844/07	<u>75</u>
19-07-2002	Dispense du second vote constitutionnel par le Conseil d'Etat (19-07-2002) Evacué par dispense du second vote (19-07-2002)	4844/08	<u>96</u>
31-12-2002	Publié au Mémorial A n°90 en page 1830	4844	<u>99</u>

4844/00

N° 4844

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2000-2001

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

(Dépôt: le 17.9.2001)

SOMMAIRE:

	<i>page</i>
1) Arrêté Grand-Ducal de dépôt (11.8.2001)	1
2) Texte du projet de loi	2
3) Exposé des motifs.....	8
4) Commentaire des articles	13

*

ARRETE GRAND-DUCAL DE DEPOT

Nous HENRI, Grand-Duc de Luxembourg, Duc de Nassau,

Sur le rapport de Notre Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement et après délibération du Gouvernement en Conseil;

Arrêtons:

Article unique.— Notre Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement est autorisé à déposer, en Notre nom, à la Chambre des Députés, le projet de loi réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

Cabasson, le 11 août 2001

*Le Ministre des Classes Moyennes,
du Tourisme et du Logement,*

Fernand BODEN

HENRI

*

TEXTE DU PROJET DE LOI

TITRE 1

De certaines pratiques commerciales

Art. 1er. Les ventes en solde, les liquidations, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.

Section 1. Des ventes en solde

Art. 2. Est considérée comme vente en solde, toute offre de vente ou toute vente à des prix réduits pratiquée par un détaillant pendant la période des soldes, telle que prévue aux articles 3 à 5 de la présente loi.

Art. 3. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en utilisant le terme „solde (s)“ soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi que toute dénomination ou présentation suggérant une vente en solde en dehors des cas et conditions prévus aux articles de la présente section.

Art. 4. La vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

Les prix des biens offerts en solde doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

Par dérogation à l'article 20, les biens soldés que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde peuvent être vendus à perte.

Art. 5. Les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an pendant un mois au maximum.

Un règlement grand-ducal fixe chaque année après consultation des chambres professionnelles intéressées, la date d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.

La publicité relative à chacune de ces périodes de soldes ne peut débuter qu'à partir du septième jour précédant les dates ainsi déterminées.

Section 2. Des ventes sous forme de liquidation

Art. 6. Les ventes sous forme de liquidation en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'une partie d'un stock ne peuvent avoir lieu que dans les cas suivants:

1. cessation complète de l'activité commerciale exercée;
2. cas exceptionnel dûment justifié et autorisé
3. Les ventes sous forme de liquidation, sauf en cas de circonstances exceptionnelles dûment justifiées et sur autorisation du ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, doivent avoir lieu dans les locaux où les articles à liquider sont habituellement vendus, elles ne peuvent être fractionnées.

Art. 7. (1) Les ventes sous forme de liquidation et leur prolongation sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, sur avis d'une commission consultative composée de représentants dudit ministère et des organisations professionnelles concernées; les modalités de fonctionnement de la commission sont déterminées par règlement grand-ducal. L'action commerciale ne peut commencer avant l'autorisation ministérielle.

(2) Un règlement grand-ducal précisera les renseignements et documents à produire à l'appui de la demande d'autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué.

(3) En cas de fausses indications données à l'appui d'une demande, l'autorisation de liquidation peut être refusée ou révoquée, sans préjudice des sanctions prévues à l'article 25.

(4) Il doit être fait mention de l'autorisation ministérielle de liquidation sur la devanture du local commercial et dans toute publicité, annonce ou affiche de la vente sous forme de liquidation. Les dispositions qui précèdent ne s'appliquent pas aux ventes sous forme de liquidation en exécution d'une décision judiciaire, dans ce cas, la juridiction, le numéro et la date du jugement sont à indiquer dans toute mention de la liquidation.

(5) Un recours en réformation de la décision ministérielle peut être exercé auprès du tribunal administratif dans les conditions prévues par la loi du 7 novembre 1996 portant organisation des juridictions administratives.

Art. 8. Les ventes sous forme de liquidation, prolongation comprise, ne doivent pas dépasser six mois.

Art. 9. (1) Les ventes sous forme de liquidation prévues au point 1 de l'article 6 doivent précéder immédiatement l'événement en cause; le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux de l'exploitation est interdit.

(2) Aucune vente sous forme de liquidation visée au point 1 de l'article 6 ne peut être autorisée au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce.

(3) Les liquidations prévues au point 1 de l'article 6 impliquent pour le commerçant la renonciation au commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans, à calculer à partir du jour suivant celui où le commerçant a mis fin à son activité.

Pendant cette période, il est également interdit à ce commerçant de reprendre ou de recommencer un commerce de la ou des mêmes branches commerciales par l'intermédiaire d'une société dans laquelle il serait associé majoritaire ou dans laquelle il ferait intervenir sa qualification professionnelle en vue de l'obtention de l'autorisation d'établissement.

Cette même interdiction vaut pour l'associé majoritaire et le dirigeant social, répondant aux exigences de l'accès à la profession au sens de la législation en matière de droit d'établissement, d'une société ayant obtenu une autorisation de liquidation qui voudrait reprendre ou recommencer le même commerce sous forme individuelle ou sous le couvert d'une autre société commerciale.

(4) Dans les cas énoncés au point 2 de l'article 6, la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause.

Art. 10. Le prix des biens vendus en liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens, sauf en cas de prix imposés par le fabricant et à condition que le consommateur en soit clairement informé. Par dérogation à l'article 20, les biens liquidés que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.

Art. 11. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en recourant au terme de „liquidation(s)“, soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi qu'à toute autre dénomination ou présentation suggérant une vente sous forme de liquidation dans des cas autres que ceux prévus à l'article 6.

La publicité relative à une vente sous forme de liquidation ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de cette vente.

Section 3. Des ventes sur trottoir

Art. 12. Aux fins de la présente loi, on entend par „vente sur trottoir“: la vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce.

Il est réservé au collège échevinal de chaque commune d'autoriser aux professionnels disposant d'une autorisation d'établissement afférente l'organisation des ventes sur trottoir.

Le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes est informé par écrit des dates choisies.

Section 4. Des ventes aux enchères publiques

Art. 13. Les ventes aux enchères publiques de biens neufs en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens ne sont autorisées qu'à titre exceptionnel et peuvent avoir lieu uniquement par l'intermédiaire d'un officier ministériel.

Les ventes aux enchères publiques sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes sur avis de la commission consultative prévue à l'article 7 point 1 de la présente loi.

Il doit être fait mention de l'autorisation dans toute annonce ou affiche de la vente et l'officier ministériel doit en donner connaissance aux acheteurs avant de procéder aux enchères.

La publicité relative à une vente aux enchères ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant cette vente.

TITRE II

De certains abus de la concurrence

Section 1. De la concurrence déloyale

Art. 14. Commet un acte de concurrence déloyale toute personne qui exerce une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale qui, par un acte contraire soit aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, soit à un engagement contractuel, enlève ou tente d'enlever à ses concurrents ou à l'un d'eux une partie de leur clientèle ou porte atteinte ou tente de porter atteinte à leur capacité de concurrence.

Section 2. De la publicité

Art. 15. Aux fins de présente loi, on entend par „publicité“ toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

Art. 16. Est interdite toute publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi.

Art. 17. (1) Est interdite toute publicité trompeuse. Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité trompeuse“: toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent.

(2) Pour déterminer si une publicité est trompeuse, il est tenu compte de tous ses éléments notamment de ses indications concernant:

- a) les caractéristiques des biens ou services, telles que leur disponibilité, leur nature, leur exécution, leur composition, le mode et la date de fabrication ou de prestation, leur caractère approprié, leurs utilisations, leur quantité, leurs spécifications, leur origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentiels des tests ou contrôles effectués sur les biens ou les services;
- b) le prix ou son mode d'établissement et les conditions de fourniture des biens ou des prestations de services;
- c) la nature, les qualités et les droits de l'annonceur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les prix qu'il a reçus ou ses distinctions.

Art. 18. (1) Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité comparative“: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

(2) Pour autant que la comparaison est concernée, la publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites:

- a) elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 17 de la présente loi;
- b) elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;
- c) elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie;
- d) elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;
- e) elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent;
- f) pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;
- g) elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;
- h) elle ne présente pas un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

(3) Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des biens et des services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

Art. 19. Peut seul être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions des articles 16, 17 et 18 l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, au cas où ce dernier ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au Grand-Duché de Luxembourg, l'action en cessation peut également être intentée à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle produise ses effets.

Section 3. De la vente à perte

Art. 20. Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un bien ou une prestation de services à perte. La même interdiction s'applique au grossiste toutes les fois où le commerçant-détaillant se trouve sous la dépendance juridique ou économique du commerçant-grossiste.

Est considérée comme une vente à perte d'un bien, toute vente à un prix qui n'est pas au moins égal au prix auquel le produit a été facturé lors de l'approvisionnement ou auquel il serait facturé en cas de réapprovisionnement, si ce dernier prix est inférieur. Par prix facturé on entend le prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause.

Est considérée comme prestation de services à perte, toute prestation de services à un prix inférieur au prix de revient du service.

L'interdiction prévue aux alinéas qui précèdent n'est pas applicable:

- a) aux biens susceptibles d'une détérioration rapide et dont la conservation ne peut plus être assurée;
- b) aux biens dont la valeur commerciale se trouve profondément diminuée du fait de leur détérioration, d'une réduction de leurs possibilités d'utilisation ou d'une modification fondamentale de la technique;
- c) aux biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère s'il est manifeste que ces biens ne peuvent plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque est passé l'événement;
- d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de service est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants, pour un bien identique;

- e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou en liquidation conformément aux dispositions des articles 1 à 11.

Section 4. Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Art. 21. Est licite et autorisée par la présente loi l'organisation de loteries, de jeux-concours et de tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale, pour autant qu'ils répondent aux conditions énumérées ci-dessous:

- a) l'annonceur d'une loterie, d'un jeu-concours ou d'une tombola publicitaires établit, préalablement à toute diffusion du message publicitaire, un règlement précisant les conditions et le déroulement de l'opération commerciale. Ce règlement et un exemplaire des documents adressés aux consommateurs sont déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le texte complet du règlement est envoyé gratuitement par l'annonceur à toute personne qui en fait la demande;
- b) les documents publicitaires ne doivent ni faire naître une confusion de quelque nature qu'elle soit dans l'esprit de leurs destinataires, ni induire en erreur sur le nombre et la valeur des lots, ainsi que sur les conditions de leur attribution;
- c) le bulletin de participation doit être distinct du bon de commande du bien ou de la prestation de service;
- d) la participation au tirage au sort, quelles que soient les modalités, ne peut être soumise à aucune contrepartie financière de quelque nature qu'elle soit, ni à aucune obligation d'achat. Cette obligation ne fait pas obstacle à ce qu'il soit demandé au gagnant d'un lot préalablement identifié une participation aux frais occasionnés par l'envoi de ce lot;
- e) l'annonceur qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.

Section 5. De la vente en chaîne

Art. 22. Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre un bien ou un service en recourant à un procédé de vente en chaîne ou à une autre technique commerciale assimilable.

Est considérée comme vente en chaîne au sens de la présente loi tout procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

Est notamment assimilée à une vente en chaîne, la vente „en boule de neige“ qui consiste à offrir au consommateur des biens ou des services en lui faisant espérer qu'il les obtiendra soit à titre gratuit, soit contre remise d'une somme inférieure à leur valeur réelle, à la condition qu'il parvienne à vendre des biens ou des services ou à placer contre paiement auprès des tiers des bons, coupons ou autres titres analogues ou à obtenir de leur part des adhésions ou des souscriptions.

La participation en connaissance de cause à de telles ventes est également interdite.

TITRE 3

Dispositions communes

Section 1. De l'action en cessation

Art. 23. Sans préjudice des dispositions législatives ou réglementaires prises en application de la directive 98/27/CE du Parlement Européen et du Conseil du 19 mai 1998 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs telle qu'elle a été modifiée par les directives 99/44/CE et 2000/31/CE, le magistrat présidant la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel ou d'une association de consommateurs représentée à la commission des prix, ordonne la cessation des actes contraires aux dispositions des articles 1 à 22 de la présente loi, même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel ou d'une intention ou négligence de la part de l'annonceur.

L'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 932 à 940 du Nouveau Code de Procédure Civile. Toutefois, par dérogation à l'article 939, alinéa 2 du Nouveau Code de Procédure Civile, l'ordonnance de référé n'est pas susceptible d'opposition.

Sont également applicables les articles 2059 à 2066 du Code Civil.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale peut:

- a) exiger que l'annonceur apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce, et dans le cas de la publicité comparative, exiger que l'annonceur fournisse ses preuves à bref délai,
- b) considérer des données de fait comme inexactes si les preuves exigées conformément au point a) ne sont pas apportées ou estimées insuffisantes.

Art. 24. L'affichage de la décision peut être ordonné à l'extérieur des installations de vente du contrevenant et aux frais de celui-ci. La décision précise la durée de l'affichage. Elle peut également ordonner la publication, en totalité ou par extrait aux frais du contrevenant, par la voie des journaux ou de toute autre manière.

Il ne peut être procédé à l'affichage et à la publication qu'en vertu d'une décision judiciaire non susceptible d'appel ou d'opposition.

Section 2. Des pénalités

Art. 25. Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision non susceptible d'appel ni d'opposition prononcée en vertu de l'article 23 est puni d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

Sont punis des mêmes peines:

- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 3, 4 et 5 alinéa 3;
- ceux qui ont contrevenu aux articles 7.1, 7.3, 7.4, 9.1, 9.3, 10 et 11 de la présente loi;
- ceux qui ont pratiqué une vente aux enchères publique en ne respectant pas les conditions de l'article 13;
- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 14 à 22.

Indépendamment de l'action publique, la cessation de tout acte contraire à ces dispositions peut être ordonnée par le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale et statuant comme il est dit à l'article 23 susmentionné. La cessation ordonnée par ce magistrat prend toutefois fin en cas d'acquiescement irrévocable par le juge pénal.

Les personnes, les groupements professionnels ou les associations de consommateurs représentatives visés à l'article 23 sont recevables à se constituer partie civile devant les juridictions répressives relativement aux faits portant un préjudice à leurs intérêts particuliers ou collectifs.

Art. 26. Les dispositions du livre 1er du code pénal sont applicables aux infractions prévues par la présente loi.

Toutefois, la confiscation des biens ayant fait l'objet de l'infraction est facultative. Les tribunaux pourront prononcer en cas de condamnation l'insertion dans les journaux ou l'affichage de la décision aux frais de la personne qu'ils désignent.

Section 3. Disposition transitoire

Art. 27. Les ventes sous forme de liquidation autorisées au titre des articles 6 à 11 de la loi du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale telle qu'elle a été modifiée par la loi du 14 mai 1992, avant l'entrée en vigueur de la présente loi et dont la période de liquidation n'est pas encore échuée peuvent être organisées ou poursuivies jusqu'à l'échéance indiquée sur l'autorisation afférente.

TITRE 4

Dispositions finales

Art. 28. Est abrogée la loi du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale telle qu'elle a été modifiée par la loi du 14 mai 1992.

Sont également abrogés:

- l'arrêté royal du 11 avril 1822 concernant l'établissement des foires et marchés modifié par l'arrêté royal du 2 mars 1887,
- l'arrêté royal grand-ducal du 28 juin 1856 relatif à la tenue des foires,
- l'arrêté grand-ducal du 22 mai 1892 concernant la tenue des foires aux jours fériés créés par la loi du 16 février 1892,
- l'arrêté de la Régence du 15 juillet 1840 concernant les transports d'approvisionnements destinés aux marchés et
- l'article 3 de la loi du 15 février 1882 sur les loteries.

*

EXPOSE DES MOTIFS

La présente refonte de la loi du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale telle qu'elle a été modifiée par la loi du 14 mai 1992 poursuit un double objectif. En effet, le nouveau texte transpose en droit national la directive 97/55/CEE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative tout en complétant certaines dispositions existantes afin de les rendre totalement compatibles avec les dispositions de la directive de 1984, laquelle n'avait pas fait l'objet d'une transposition; la législation luxembourgeoise ayant été estimée comme suffisamment proche des normes européennes. Par ailleurs, une révision des dispositions relatives aux pratiques commerciales s'est avérée nécessaire, dans l'optique d'une modernisation de la législation eu égard à l'évolution des pratiques de commerce et des nouvelles techniques de vente, des réflexions actuelles dans les pays limitrophes en ce qui concerne les ventes promotionnelles, les ventes avec prime et les soldes ainsi que des travaux du groupe de travail de la Commission Européenne sur les communications commerciales. En effet, il est impératif que notre marché, de taille réduite, situé au coeur d'une grande région économique et donc particulièrement sensible aux offres de biens et de services de ses proches voisins puisse soutenir la concurrence étrangère en bénéficiant d'une réglementation qui tienne compte de la libéralisation de certaines pratiques de commerce en cours de réalisation à nos frontières. La présente loi a donc pour objet de protéger les intérêts du public en général et ceux des personnes exerçant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale en particulier, contre des actes de concurrence déloyale et d'établir des conditions dans lesquelles certaines pratiques commerciales sont licites.

1. La transposition de la directive relative à la publicité trompeuse

La directive a pour triple objectif d'apporter un nouvel élément à l'achèvement du marché intérieur, d'améliorer l'information du consommateur et de stimuler la concurrence.

La directive part du constat de la diversité des dispositions législatives, réglementaires et administratives relatives à la publicité comparative dans les différents Etats membres, alors que celle-ci déborde les frontières et que sa plus ou moins grande acceptation ou interdiction peut constituer un obstacle à la libre circulation des biens et des services et créer des distorsions de concurrence notamment pour les entreprises qui pourraient se trouver dans l'impossibilité de répondre à armes égales vu la législation à laquelle elles sont soumises.

La directive établit les conditions dans lesquelles la publicité comparative est considérée comme licite, pour autant que la comparaison soit concernée, en se basant sur des critères de comparaison objective des caractéristiques des biens et des services concurrents répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif. La comparaison du seul prix de biens ou de services est possible si elle respecte certaines conditions, en particulier si elle n'est pas trompeuse.

La transposition de la directive modifie fondamentalement la position luxembourgeoise vis-à-vis de la publicité comparative puisque celle-ci était jusqu'à présent interdite par la disposition de l'article 17 point g) de la loi du 27 novembre 1986 telle que modifiée par la loi du 14 mai 1992, laquelle prévoit: „Commet un acte de concurrence déloyale notamment celui qui. ... g) fait une publicité comportant des comparaisons avec d'autres concurrents ou avec ses produits ou services.“

Les dispositions de la loi européenne concernant les conditions de licéité de la publicité comparative étant impératives, elles ont été transposées telles quelles.

2. La révision des dispositions relatives à certaines pratiques commerciales

Les dispositions relatives à certaines pratiques commerciales sont groupées sous le titre 1er, elles visent les modes de vente traités par la législation antérieure, à savoir: les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques d'articles neufs. Par contre, les ventes à prix réduits, habituellement dénommées „promotions“, en dehors des soldes, liquidations et ventes sur trottoirs ne sont plus désormais soumises à des conditions spéciales, hormis bien évidemment l'interdiction, sauf exceptions, de la vente à perte et l'obligation de ne pas constituer d'actes de concurrence déloyale.

La plupart des dispositions visent désormais la fourniture de biens et de services, en effet d'une part ceux-ci sont de plus en plus souvent complémentaires, d'autre part il arrive qu'il soit même difficile de les identifier comme appartenant à l'une ou l'autre catégorie.

– Les ventes en solde

Un intense débat a eu lieu sur la question de savoir s'il était opportun de garder la possibilité de solder sous la forme actuelle ou s'il fallait envisager de libéraliser complètement cette pratique et de la permettre tout au long de l'année, au gré des besoins des commerçants, mais avec le risque de voir diminuer l'attrait pour une action commerciale qui de l'exception deviendrait la règle. Il a été relevé que les soldes ne sont plus aujourd'hui l'apanage exclusif des commerçants du secteur de la mode, mais que désormais la plupart des branches du commerce profite de la période dite „des soldes“ pour se débarrasser des invendus sans se préoccuper du critère de caractère saisonnier des articles. C'est pourquoi la nouvelle définition de la vente en solde ne reprend plus le critère de „renouvellement saisonnier de l'assortiment“. De plus, il n'est plus interdit au commerçant d'emmagasiner en vue ou au cours des soldes, comme sous l'empire de la précédente législation. En effet, il arrive que l'assortiment des invendus restant pour les soldes ne soit plus suffisamment attrayant pour motiver le consommateur à entrer dans le local commercial; le commerçant pourra donc dorénavant procéder à un réassortiment, s'il le juge utile ou s'il entend faire profiter ses clients d'un prix plus favorable consenti par son fournisseur à l'occasion des soldes, sans toutefois pouvoir vendre ces articles à perte. Seuls les articles que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde continueront à pouvoir être vendus à perte.

L'interdiction des offres de vente ou des ventes promotionnelles pendant les trente jours précédant le début des soldes a été levée. Cette période d'attente, inspirée de la loi belge, avait pour objectifs de maintenir une saine concurrence entre les commerçants en gelant toute possibilité de pratiquer des soldes anticipés et de permettre au consommateur de disposer d'une période de référence qui devait lui permettre d'aborder les soldes dans un contexte de transparence des prix. En réalité, il a été constaté que cette interdiction avait pour effet de pénaliser les commerçants respectueux de la loi par rapport à ceux qui soit exerçant sur notre territoire utilisaient des moyens détournés pour signaler aux consommateurs des réductions illégales, soit à partir d'un Etat voisin bénéficiant d'une législation moins contraignante profitaient de ce délai de carence pour attirer le consommateur luxembourgeois à grand renfort de publicité. Le consommateur, demandeur dans la plupart des cas de réductions, promotions ou même présoldes, ne bénéficiait pas, lui non plus des effets recherchés.

– Les ventes sous forme de liquidation

Désormais, le texte ayant été largement simplifié, seuls deux cas de liquidation sont reconnus, à savoir: la cessation complète de l'activité commerciale exercée et le cas exceptionnel dûment justifié. La cessation d'une partie des branches commerciales ainsi que la cessation d'une succursale ne peuvent être autorisées. La transformation immobilière, le déménagement, les dégâts graves occasionnés par un sinistre, la vente du stock recueilli par les héritiers ou ayants droit d'un commerçant, la force majeure, tels que prévus par l'ancienne législation ne sont plus en eux-mêmes des motifs légaux de liquidation,

car ils ne répondent plus à des impératifs économiques évidents étant donné qu'il est désormais possible de pratiquer des ventes promotionnelles, des ventes avec prime et des offres conjointes à tout moment, sans respecter des conditions spécifiques. Ces cas pourront, éventuellement, faire l'objet d'une demande de liquidation au titre de cas exceptionnels, s'ils sont dûment justifiés. De plus, la liste des situations pouvant être invoquées comme motif de liquidation est illimitée. La commission consultative devra statuer de cas en cas au vu des justifications fournies par le requérant afin d'émettre un avis pour le ministre compétent.

– *Les ventes sur trottoir*

La vente sur trottoir est désormais définie comme vente en détail en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce, tel que c'est le cas, à titre exemplatif, lors des braderies ou autres actions commerciales organisées à l'extérieur. L'autorisation afférente reste de la compétence exclusive du collège échevinal de chaque commune, laquelle autorité communale est désormais également seule compétente pour l'autorisation relative à l'organisation des foires et marchés; l'ancienne législation des années 1822 et suivantes étant intégralement abrogée. Le nombre de ces manifestations est laissé à l'entière appréciation du collège échevinal. Il s'agit en l'occurrence d'une importante mesure de simplification administrative par rapport à la procédure antérieure qui exigeait l'intervention successive du collège échevinal, du commissaire de district, du ministère des classes moyennes, de la Chambre de Commerce et du Grand-Duc.

Néanmoins, il s'avère utile que le ministre ayant le département des classes moyennes sous sa compétence soit informé des dates choisies pour pouvoir transmettre l'information à ceux qui en feront la demande.

– *Les ventes aux enchères publiques*

Les ventes aux enchères publiques d'articles neufs sont à présent traitées hors du cadre de la vente en liquidation, sous une section qui leur est spécialement consacrée. Le régime qui leur est applicable n'est en rien modifié par rapport à la précédente législation.

3. La révision du titre relatif à certains abus de concurrence

Ce titre est profondément remanié par rapport au texte antérieur, il comprend désormais cinq sections relatives à la concurrence déloyale, à la publicité, à la vente à perte, aux loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires et à la vente en chaîne. La vente avec prime est complètement libéralisée, ce qui devrait d'un côté largement simplifier la tâche des commerçants de détail travaillant avec des produits conditionnés à l'étranger sous l'empire de législations moins strictes que ne l'était la nôtre jusqu'à présent et d'un autre côté dynamiser la consommation par un nouvel attrait ajouté aux produits mis en vente sur le territoire national.

Grâce à cette nouvelle orientation, des techniques de vente innovantes existant déjà dans d'autres Etats membres de la CE ainsi que dans le cadre de la vente à distance pourront être mises en oeuvre par les commerçants qui le souhaitent dans le respect des règles de saine concurrence et à l'exclusion de toute infraction aux règles régissant la publicité.

– *La concurrence déloyale*

De l'ancien texte seule subsiste la définition de l'acte de concurrence déloyale, qui peut être désormais également le fait d'une personne exerçant une activité libérale. Dans un souci de simplification du texte et considérant le libellé extrêmement large de la définition, l'énumération exemplative de l'ancien article 17 est transférée au commentaire des articles avec en contrepartie l'introduction d'un nouvel article sur la publicité trompeuse, lequel repris de la directive afférente énumère les critères qui servent à la déterminer, critères qui reprennent en grande partie les anciennes dispositions de l'article 17 de la précédente loi.

– *La publicité*

Il s'agit d'une nouvelle section comprenant une définition de la publicité, une interdiction de la publicité favorisant un acte de concurrence déloyale reprise de l'ancienne loi, une interdiction de la publicité trompeuse avec indication exemplative des critères permettant de la déterminer telle que la prévoit la directive afférente et une autorisation de la publicité comparative aux conditions strictes énumérées

dans la directive en cause. Le libellé des dispositions impératives de la loi européenne a été suivi à la lettre afin d'éviter tout risque de voir intentée par la Commission Européenne une procédure pour transposition non conforme.

Lors de l'entrée en vigueur de la directive relative à la publicité trompeuse, il avait été estimé que la loi luxembourgeoise comprenait déjà la quasi-totalité des dispositions faisant l'objet de la directive, et par conséquent, il avait été signalé à la Commission Européenne qu'aucune modification de la loi alors en vigueur ne s'imposait, ce qui avait été accepté tel quel par la Commission. La directive sur la publicité comparative ayant été élaborée sur base d'une modification de la directive sur la publicité trompeuse, il a paru opportun de reprendre dans le texte de loi les dispositions concernant la publicité trompeuse sur lesquelles s'articule la publicité comparative.

Jusqu'à présent, l'acceptation ou l'interdiction de publicité comparative selon les différentes législations nationales pouvait constituer un obstacle à la libre circulation des biens et des services et créer des différences de traitement; des entreprises pouvant se trouver exposées à des formes de publicité mises en oeuvre par des concurrents auxquelles elles ne pouvaient pas répondre à armes égales.

Le recours à la publicité comparative est légalisé suivant la directive à certaines conditions, pour autant que la comparaison soit concernée, dans le double but de donner aux consommateurs la possibilité de tirer parti du marché intérieur et d'ouvrir des débouchés pour les biens et les services en recourant partout aux mêmes règles d'utilisation afin d'éviter des pratiques qui peuvent entraîner une distorsion de concurrence et avoir des incidences négatives sur le choix des consommateurs. La publicité comparative, quand elle compare des caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives et qu'elle n'est pas trompeuse est considérée comme un moyen d'informer les consommateurs.

– *La vente à perte*

Cette section est reprise de l'ancienne législation, avec comme innovation majeure l'extension de l'interdiction de vente à perte à l'offre et à la fourniture de prestations de services.

– *Les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires*

Cette nouvelle section répond à un réel besoin de réglementation de ces pratiques commerciales, jusqu'ici régies par le seul droit commun et les interdictions de concurrence déloyale et de vente avec prime de la loi de 1986 telle que modifiée par la suite, cette dernière interdiction étant levée par la présente loi. En effet, la loi sur les loteries du 15 février 1882 telle que modifiée par la loi du 20 avril 1977 relative à l'exploitation des jeux de hasard et des paris relatifs aux épreuves sportives se borne à indiquer que sont réputées autorisées et licites les jeux-concours publicitaires ainsi que les tombolas gratuites destinés exclusivement à des fins de propagande commerciale.

Or, cette forme de communication commerciale en plein essor, génératrice de nombreuses frustrations, réclamations et plaintes de consommateurs est souvent, par ailleurs, source de distorsion de concurrence, pour cause d'actes de concurrence déloyale, entre le commerce classique et le secteur de la vente à distance, plus particulièrement celui de la vente par correspondance actuellement, sans préjuger d'un développement possible sur internet. De plus, il apparaîtrait, suite aux travaux du groupe de réflexion sur les communications commerciales de la Commission Européenne, que le Grand-Duché de Luxembourg serait le seul Etat membre de la Communauté Européenne à ne pas avoir réglementé les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires.

– *La vente en chaîne*

Jusqu'à présent, dans notre pays, la vente en chaîne ou vente en boule de neige ne faisait l'objet d'aucune réglementation spécifique, alors qu'elles sont interdites dans les pays voisins. Or, ces pratiques de vente qui utilisent l'accroissement mathématique et exponentiel d'un réseau reposent sur diverses pratiques commerciales déloyales et sur de nombreuses infractions à la législation e.a. en matière de droit d'établissement, de législation sociale et fiscale et dans certains cas sont à qualifier d'escroqueries. En effet, seuls ceux qui sont au début de la chaîne peuvent espérer réaliser un gain important, mais très rapidement les possibilités d'écoulement des biens ou de placement des services vont se réduire et les participants resteront détenteurs d'un stock invendable ou ne pourront plus retrouver leur mise de départ en cas de placement de prestations de services. Les ventes en chaîne ou en boule de neige sont donc à présent clairement interdites afin que certains ne saisissent l'occasion d'un vide juridique en la matière pour installer sur notre territoire leur base d'activités.

4. Les dispositions communes

L'action en cessation prévue par la législation antérieure a été reprise avec quelques petites adaptations techniques et une référence aux mesures législatives ou réglementaires qui en exécution de la directive 98/27/CE relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs, telle que modifiée par la suite, modifieront les présentes dispositions.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le juge pourra désormais conformément aux directives de 1984 et de 1997 appliquer un renversement de la charge de la preuve, en ce sens que c'est l'annonceur qui devra apporter les preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce, faute de quoi le juge pourra considérer ces données de fait comme inexactes. Il s'agit là d'une innovation toute à l'avantage du commerçant lésé ou du consommateur trompé qui souhaite intenter une action en cessation et qui désormais ne reculera plus devant la difficulté d'apporter au moins un début de preuve quant à la fausseté des allégations en cause dans ladite publicité. La tâche du juge sera également facilitée. Enfin, ce renversement de la charge de la preuve devrait avoir un effet préventif en ce sens qu'il entraînera une diminution des publicités à risque.

Quant aux pénalités, le montant de l'amende a été aligné sur celui prévu par la législation sur le droit d'établissement et libellé en euros. La grande nouveauté se situe dans la volonté de sanctionner pénalement tous les actes constitutifs d'abus de concurrence. En effet, si l'action en cessation est assurément la solution la plus rapide et la moins onéreuse pour un commerçant et dans une moindre mesure pour un consommateur susceptible d'être lésé par des actes contraires aux dispositions de la présente loi, il faut cependant constater que ni l'un, ni l'autre, ni leur organisation respective n'ont usé fréquemment de cette procédure aujourd'hui institutionnalisée au niveau communautaire par la directive citée ci-dessus pour ce qui concerne les intérêts collectifs des consommateurs par le biais des associations „qualifiées“ ayant pour objet la protection desdits intérêts qui pourront former des actions en cessation intracommunautaires. L'utilité de sanctions pénales en cas de récidive dans les cinq ans, après une ordonnance de cessation ou d'interdiction disparaît puisque les infractions visées dans l'ancien texte de loi sont désormais susceptibles d'être sanctionnées pénalement dès la première fois.

L'intérêt de pouvoir prononcer des condamnations pénales réside dans une sanction supplémentaire prévue par la loi d'établissement, laquelle prévoit que l'autorisation d'établissement peut être refusée ou révoquée dans le cas où l'intéressé a été condamné pénalement du chef d'infractions aux dispositions légales en matière de concurrence déloyale, ce qui est le terme générique pour qualifier l'ensemble des infractions à la législation sur les pratiques de commerce.

5. La disposition transitoire

Cette disposition permet que les liquidations autorisées sous l'empire de l'ancienne législation et dont le délai de liquidation n'est pas encore échu puissent être soit organisées, soit continuées jusqu'au terme indiqué sur l'autorisation afférente.

6. Les dispositions finales

Les dispositions finales contiennent les mesures abrogatoires relatives aux textes remplacés par les nouvelles dispositions ainsi que la formule exécutoire habituelle.

*

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Ad article 1.

Cet article, repris de l'ancienne législation, mais réaménagé dans son libellé, limite les ventes en solde, les liquidations, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques aux formes et conditions prévues par la loi. Les ventes à prix réduits en dehors des soldes, liquidations et ventes sur trottoir, mieux connues sous la dénomination de „promotions“ et les ventes avec primes y compris les offres conjointes ne sont plus réglementées, elles peuvent être mises en oeuvre sans autres conditions que le respect de la loyauté des pratiques commerciales, l'interdiction de la vente à perte et l'observation des règles relatives à la publicité.

Ad article 2.

Cette nouvelle définition de la vente en solde ne se réfère plus ni à la notion de renouvellement saisonnier de l'assortiment d'un détaillant, ni à celle du stock existant, mais précise qu'il s'agit de toute offre de vente et de toute vente à des prix réduits pratiquées par un détaillant pendant la période des soldes, telle que prévue par la présente loi. Ce nouveau libellé, qui permet dorénavant de solder tous les produits qu'ils soient saisonniers ou non, correspond à l'évolution des pratiques de solde qui au départ concernaient les articles de mode, principalement les chaussures et les vêtements et qui aujourd'hui ont gagné pratiquement toutes les branches du commerce pour répondre à la demande des consommateurs et soutenir la concurrence venant de l'étranger.

Ad article 3.

Cette disposition relative à l'interdiction de l'emploi du terme solde(s) en dehors des cas et conditions de la loi a été reprise de l'ancienne législation, y a été ajoutée l'interdiction d'utiliser une présentation pouvant suggérer une vente en solde.

Ad article 4.

La disposition des deux premiers alinéas de cet article est identique à celle de la loi antérieure. Pour faciliter la tâche de la clientèle dans le cadre de l'identification et de la comparaison des articles et de leurs prix avant et pendant les soldes, la vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les articles en question sont habituellement vendus. Afin qu'il n'y ait pas tromperie sur la signification du terme „soldes“, les prix des biens offerts en solde doivent réellement être inférieurs aux prix habituellement demandés.

Par contre, l'emmagasinage de marchandises en vue des soldes n'est plus interdit; en effet, le commerçant peut avoir intérêt à procéder à un réassortiment en vue des soldes ou en cours de période de solde, car il arrive que le choix de marchandises restant pour les soldes ne soient plus suffisamment attrayant pour motiver le consommateur à entrer dans le magasin. Le commerçant peut également souhaiter faire profiter ses clients de prix plus favorables obtenus auprès du grossiste. Des marchandises spécialement fabriquées pour les soldes pourraient donc également être mise en vente à condition qu'aucun acte de concurrence déloyale ne soit commis et qu'aucune publicité mensongère ne soit faite. En contrepartie, seuls les articles soldés que le vendeur aura détenus en stock au début de la vente en solde pourront être vendus à perte, il s'agit là d'une exception au principe général d'interdiction de vente à perte.

Ad article 5.

Le principe des deux périodes de soldes, pendant un mois au maximum est repris de l'ancienne législation. En effet, les ventes en solde répondent à une nécessité économique de pouvoir se débarrasser, avant la fin de la saison climatique, des stock de produits non vendus, alors que les nouvelles collections sont en cours d'arrivée et doivent être payées dans des délais parfois fort brefs.

La publicité peut débiter à partir du septième jour précédant les soldes. Ce nouveau délai tient compte des impératifs de la publicité dans la presse hebdomadaire.

Ad article 6.

Seuls deux cas de liquidation subsistent de la loi précédente, à savoir: la cessation complète de l'activité commerciale exercée et le cas exceptionnel dûment justifié. En effet, la possibilité de recourir

à une vente en liquidation dans les cas de cessation d'une ou de plusieurs branches commerciales, de transformation du local commercial, de déménagement, de dégâts graves occasionnés par un sinistre à la totalité ou à une partie importante du stock, de vente du stock recueillis par les héritiers ou les ayants droit d'un commerçant, de force majeure dûment constatée ne se justifie plus en elle-même, vu que les commerçants peuvent désormais procéder à tout moment à des ventes promotionnelles qu'ils pourront programmer à l'avance et suivant leurs besoins. Dans le cas exceptionnel dûment justifié, peuvent rentrer tous les cas énumérés ci-devant et prévus par la législation antérieure. La nouvelle formulation permettra d'autoriser des liquidations pour des cas non prévus jusqu'ici, qui pourront être appréciés à la lumière des informations fournies par le commerçant. C'est ainsi qu'une liquidation pour cause de travaux sur la voie publique affectant la circulation des clients et l'accès au local commercial pendant un certain laps de temps, ajout qui a été demandé à de nombreuses reprises par les commerçants concernés, serait parfaitement envisageable à partir du moment où la demande serait à classer comme cas exceptionnel et dûment justifiée, il en serait de même pour des dégâts occasionnés par un sinistre non au stock mais à l'installation elle-même.

La liquidation en exécution d'une décision judiciaire est justifiée à suffisance par sa nature; elle n'a pas à être autorisée.

Les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu à l'endroit où les articles à liquider sont habituellement vendus, sauf en cas exceptionnel dûment justifié et autorisé par le ministre, comme par exemple en cas de sinistre rendant impossible l'accès au local commercial, alors que des biens devraient être liquidés. Les liquidations ne peuvent être transférées d'un local commercial à un autre.

Les ventes sous forme de liquidation ne peuvent être fractionnées. Lorsqu'une vente en liquidation entamée est arrêtée avant son terme, quel qu'en soit le motif, elle ne pourra redémarrer par la suite pour épuiser le délai accordé.

Ad article 7.

Point 1.

A l'instar de l'ancienne législation, les ventes sous forme de liquidation, hormis celles en exécution d'une décision judiciaire, qui vu la séparation des pouvoirs n'a pas à être autorisée par une autre instance, sont autorisées par le ministre des classes moyennes sur avis d'une commission consultative, une prolongation peut être accordée par le ministre sur demande dûment justifiée. Cette commission consultative est composée de représentants du ministère et de représentants des organisations professionnelles concernées et non plus uniquement des chambres; cette nouvelle formulation permettra aux représentants de la confédération du commerce et de la fédération des artisans de siéger comme membres de ladite commission. Un règlement grand-ducal déterminera les modalités de fonctionnement de la commission consultative.

Aucune liquidation ne peut commencer avant la délivrance de l'autorisation ad hoc; au cas contraire, les sanctions pénales prévues à l'article 25 seraient d'application.

Point 2.

Les renseignements et les documents nécessaires à la constitution du dossier de demande en autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut être éventuellement effectué seront précisées par un règlement grand-ducal. Un formulaire ad hoc reprenant les renseignements et documents nécessaires sera systématiquement transmis au requérant, dès réception de sa demande, comme cela était déjà le cas sous l'empire de la loi précédente et ce dans un but de simplification administrative en faveur des PME.

Point 3.

En cas de fausse(s) indication(s) donnée(s) à l'appui d'une demande, l'autorisation de liquidation peut être refusée si le fait est constaté avant la délivrance de l'autorisation. Au cas où la constatation de l'existence d'une ou plusieurs fausses indications surviendrait après la délivrance de l'autorisation de liquidation, celle-ci pourrait être révoquée. Dans ces deux cas et dans celui où une liquidation serait terminée lors de la découverte de la ou des fausses indications qui ont été à l'origine de la délivrance de l'autorisation afférente, les sanctions pénales prévues à l'article 25 seraient d'application.

Point 4.

Dans un objectif de publicité vis-à-vis des tiers et afin de faciliter un éventuel contrôle, il doit être fait mention de l'autorisation ministérielle de liquidation sur la devanture du local commercial et dans toute publicité, annonce ou affiche de la vente sous forme de liquidation. Dans le cas d'une vente sous forme de liquidation ordonnée par un juge, laquelle liquidation n'a pas à être autorisée par le ministre ayant compétence pour les classes moyennes, les mesures de publicité consistent en l'indication de la juridiction, du numéro et de la date du jugement dans toute mention de la liquidation.

Point 5.

Les décisions ministérielles de refus ou de révocation de l'autorisation de liquidation peuvent faire l'objet d'un recours en réformation auprès du tribunal administratif dans les conditions prévues par la loi du 7 novembre 1996 portant organisation des juridictions administratives.

Ad article 8.

La durée des ventes sous forme de liquidation est limitée à six mois, prolongation comprise. Cette limitation de la durée maximum de liquidation se justifie par les nouvelles possibilités de pratiquer des promotions tout au cours de l'année et par le fait qu'une liquidation pour cause de cessation de l'activité commerciale exercée se programme en général assez longtemps à l'avance, ne fût-ce que pour des raisons de préavis du personnel ou de résolution du bail commercial. Quant aux autres cas exceptionnels dûment justifiés, leur caractère même parle en faveur d'un délai limité.

La durée de la liquidation pourra être ajustée suivant les circonstances dans un délai de six mois. Au cas où la durée accordée serait inférieure au maximum légal autorisé, une prolongation pourra être accordée par le ministre sur demande dûment justifiée et après avis de la commission consultative.

Lorsque le commerçant n'aura pas réussi à liquider son stock dans le délai imparti, il lui restera la possibilité de demander une autorisation de vente aux enchères publiques à titre exceptionnel conformément à l'article 13 de la loi ou de revendre son stock à un éventuel repreneur.

*Ad article 9.**Point 1.*

Les ventes sous forme de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale doivent précéder immédiatement l'événement en cause.

Désormais, seule la mise en stock avant la liquidation qui dépasse les besoins normaux de l'exploitation est interdite; le commerçant pourra donc commander normalement les marchandises nécessaires à la bonne marche de son entreprise. De plus, il n'est plus interdit au commerçant, qui le juge utile, de se réapprovisionner durant la liquidation afin de maintenir un certain choix pour le client, ce qui augmentera ses chances de vendre également certains articles plus anciens ou moins attrayants. Le commerçant qui aura recours à cette faculté de réapprovisionnement devra mesurer le risque de garder des invendus à la date d'expiration de l'autorisation de liquidation pour cause de cessation complète de son activité commerciale; au cas où ce commerçant souhaiterait obtenir une autre autorisation à titre exceptionnel pour vente aux enchères publiques d'articles neufs, il pourrait être tenu compte de la nécessité qu'il y avait à emmagasiner.

Point 2.

Afin d'éviter les abus de commerçants indécents qui ouvriraient des locaux commerciaux dans le seul but d'obtenir peu après une autorisation de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, aucune autorisation de liquidation pour cause de cessation complète ne peut être accordée au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce. Cette disposition antiabus est complétée par les dispositions du point 3.

Par contre, les ventes sous forme de liquidation pour cas exceptionnels peuvent être autorisées au cours de la première année d'exploitation, le risque d'abus étant quasi inexistant, vu les justifications à apporter par le requérant désireux d'obtenir ladite autorisation et l'instruction administrative que peut mener la commission consultative avant de rendre son avis.

Point 3.

Lorsqu'un commerçant, personne physique ou personne morale a bénéficié d'une autorisation de liquidation pour cause de cessation complète de son activité commerciale, il renonce ipso facto au

commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans. Cette période de carence est à calculer soit à partir du jour suivant celui où expire le délai de liquidation si celle-ci a été menée à son terme soit à partir du jour suivant celui où le commerçant a informé le Ministre qu'il a mis fin à sa liquidation avant l'expiration du délai qui lui a été accordé, ce qui lui évitera d'être pénalisé en attendant l'expiration d'un délai dont il n'a pas pu profiter ou dont il n'avait plus besoin.

Pendant cette période, il est également interdit à ce commerçant, personne morale ou personne physique de reprendre ou de recommencer un commerce de la ou des mêmes branches commerciales par l'intermédiaire d'une société dans laquelle il serait associé majoritaire ou dans laquelle en qualité d'associé non majoritaire ou de salarié non associé il ferait intervenir sa qualification professionnelle en tant que gérant technique ou administrateur délégué chargé de la gestion journalière de la société et dans ce dernier cas même si le mandat est rémunéré autrement que par un contrat de travail ou si le mandat est réputé gratuit en vue de l'obtention de l'autorisation d'établissement.

Cette même interdiction vaut pour l'associé majoritaire d'une société ayant obtenu une autorisation de liquidation pour cessation complète de l'activité commerciale exercée ou pour celui qui avait fait intervenir sa qualification professionnelle pour obtenir l'autorisation d'établissement qui voudrait reprendre ou recommencer le même commerce sous forme individuelle ou sous le couvert d'une autre société commerciale.

Point 4.

Dans les cas de liquidation à titre exceptionnel, la demande doit être introduite dans les quinze jours de l'événement en cause. Ce délai repris de l'ancienne loi pour les cas de dégâts graves occasionnés par un sinistre à la totalité ou à une partie importante du stock et pour les cas de force majeure dûment constatée, est par expérience suffisant pour préparer un dossier à l'appui de la demande, après avoir, si nécessaire, fait constater et évaluer, par exemple, les pertes subies, les réparations à effectuer. Un plus grand délai favoriserait la déperdition des preuves et le désintérêt de la clientèle.

Ad article 10.

Ces dispositions, stipulant que le prix des articles vendus en liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes articles et que les articles liquidés que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte, sont le pendant des dispositions similaires de l'article 4 concernant les ventes en soldes. La nouveauté consiste en une exception pour le cas où les prix sont imposés par le fabricant, à la condition expresse que le consommateur en soit clairement informé. En effet, la situation est comparable à celle prévalant lors des soldes: il s'agit d'éviter que le client ne soit trompé sur la réalité des prix de liquidation. Par ailleurs, l'emmagasinage de marchandises en cours de liquidation n'étant plus interdit, il a fallu limiter l'exception de la vente à perte aux seules marchandises détenues en stock au début de la liquidation, les articles emmagasinés au cours de la liquidation doivent être vendus à prix réduits sans qu'ils puissent faire l'objet d'une vente à perte.

Ad article 11.

L'interdiction d'annoncer ou de procéder à une vente en recourant au terme de „liquidation(s)“ soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi qu'à toute autre dénomination ou présentation suggérant une vente sous forme de liquidation dans des cas autres que ceux prévus par la présente loi correspond à l'interdiction similaire en matière d'usage abusif de la dénomination de „solde(s)“.

La publicité relative à une vente sous forme de liquidation, à l'instar de ce qui est désormais prévu pour les ventes en soldes ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de l'action commerciale. L'allongement du délai de un jour à sept tient compte des impératifs de la presse hebdomadaire.

Ad article 12.

La vente sur trottoir est définie comme vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce; sont donc comprises sous cette appellation les braderies, journées françaises ou autres organisées à l'extérieur du local commercial. Sont également visés par cette disposition les foires et marchés; l'ancienne législation des années 1822 et suivantes étant intégralement abrogée. Le nombre des manifestations commerciales à organiser est laissé à l'appréciation du collègue

échevinal. Cette grande liberté permettra à chaque collègue échevinal d'adapter le nombre des manifestations aux besoins des commerçants. Il s'agit néanmoins de rappeler que les dispositions de la loi d'établissement doivent être strictement respectées.

Ad article 13.

Les ventes aux enchères publiques de biens neufs sont traitées en tant que telles et non plus comme un cas de liquidation dans une section qui leur est exclusivement consacrée. Il est précisé que seules sont visées par ces dispositions les ventes de ce type organisées en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens; les ventes aux enchères publiques de biens neufs organisées en exécution d'une décision judiciaire ne sont pas concernées. Comme dans l'ancienne législation, elles ne sont autorisées qu'à titre exceptionnel par le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, sur avis de la commission consultative prévue à l'article 8 point 1 de la présente loi.

Dans un but de publicité vis-à-vis des tiers et pour faciliter d'éventuels contrôles, il doit être fait mention de l'autorisation dans toute annonce ou affiche de la vente et l'officier ministériel doit en donner connaissance aux acheteurs avant de procéder aux enchères.

La publicité peut débiter à partir du septième jour précédant cette vente ce qui permettra à la presse hebdomadaire de publier les annonces y relatives.

Ad article 14.

La définition de l'acte de concurrence déloyale est reprise de la législation précédente, seule innovation, elle s'applique désormais également à une personne exerçant une profession libérale car la directive sur la publicité trompeuse et sa modification en vue d'y inclure la publicité comparative visent également les professions libérales. Cependant, il ne faut donc pas y voir une tentative d'assimilation des professions libérales aux professions commerciales au sens large. Cette extension ne préjuge en rien des interdits, obligations et discipline auxquels sont soumises les professions libérales de par des législations spéciales ou de leur déontologie.

Cette définition de l'acte de concurrence déloyale a été jugée suffisamment claire pour pouvoir dans un souci de simplification du texte supprimer l'énumération exemplative de la législation précédente.

Dans cette définition très large peuvent rentrer non seulement tous les cas énumérés antérieurement, mais également par exemple le fait d'entraver la liberté de décision de la clientèle en usant de méthodes particulièrement agressives comme le prévoit une disposition de la loi fédérale suisse contre la concurrence déloyale, ainsi que des infractions relevant d'autres législations et constituant également des actes de concurrence déloyale comme par exemple le dumping social. Commet donc un acte de concurrence déloyale par exemple celui qui:

- a) dans l'intention de faire naître dans le public la croyance qu'il vend ses marchandises ou fournit ses services à des conditions particulièrement favorables, aura annoncé publiquement sur la nature, l'origine, le mode de fabrication ou de production, la quantité, le prix ou la provenance des marchandises en magasin, sur la possession de récompenses industrielles ou de distinctions honorifiques quelconques, ou enfin sur le but et les motifs de la vente ou de la prestation de services, des indications fausses propres à tromper l'acheteur ou le destinataire de services;
- b) ayant fait une offre spéciale particulièrement avantageuse, ne dispose pas du stock nécessaire pour couvrir la vente du ou des produits offerts à des prix réduits;
- c) appose, laisse ou fait apposer sur des produits naturels ou fabriqués ou transportés en vue de la vente, mis en vente ou vendus, ou sur les emballages, caisses, ballots, enveloppes, boîtes, étiquettes, une marque de fabrique ou de commerce, un nom, un signe ou une indication quelconque, de nature à faire croire que les produits ont une origine ou une provenance autre que leur véritable origine ou provenance;
- d) fait croire à une origine ou à une provenance inexacte desdits produits soit par une addition, un retranchement ou une altération quelconque d'une marque, d'une dénomination ou d'une étiquette, soit par des annonces, brochures, circulaires, prospectus ou affiches, soit par la production de factures ou de certificats d'origine ou de provenance, soit par tout autre moyen;
- e) crée ou tente de créer la confusion entre sa personne, son établissement, ses produits ou ses services et la personne, l'établissement, les produits ou les services d'un concurrent;
- f) répand des imputations fausses sur la personne, l'entreprise, les marchandises, les services ou le personnel d'un concurrent;

- g) donne des indications inexactes sur sa personnalité commerciale ou artisanale, sur son industrie ou ses dessins, marques, brevets, références, distinctions, sur la nature de ses produits, de ses marchandises ou de ses services, sur les conditions de leur fabrication, leur origine, leur provenance, leur qualité ou leur prestation;
- h) fait un usage non autorisé ou provoque à un tel usage de modèles, échantillons, combinaisons techniques, formules d'un concurrent et, en général, de toutes indications ou de tous documents confiés en vue d'un travail, d'une étude ou d'un devis;
- i) fait un emploi non autorisé du matériel d'un concurrent, de l'emballage, des récipients de ses produits, même sans intention de s'en attribuer la propriété ni de créer une confusion entre les personnes, les établissements ou les produits;
- j) se prévaut dans les ventes ou offres de ventes au dernier consommateur, de sa qualité de négociant en gros, à moins que la vente ne se fasse effectivement au prix de gros ou qu'il ne ressorte clairement que le prix demandé au consommateur est supérieur au prix de gros;
 - ou se prévaut, dans les ventes ou offres au dernier consommateur de sa qualité de producteur, à moins que la vente ne se fasse effectivement au prix du producteur ou qu'il en ressorte clairement que le prix demandé au consommateur est supérieur au prix de fabrication; cette disposition ne s'applique pas au producteur qui vend exclusivement au dernier consommateur;
 - ou utilise la dénomination de „magasin d'usine“ ou de „factory outlet“ ou toute autre dénomination pouvant faire croire que le point de vente au consommateur final soit exploité directement par le fabricant, si ce dernier ne vend pas exclusivement des articles de sa propre production, sans aucun intermédiaire.

L'intérêt de pouvoir invoquer une infraction supplémentaire en se référant à l'acte de concurrence déloyale réside en l'éventuelle application de l'article 2 de la loi d'établissement du 28 décembre 1988 telle qu'elle a été modifiée par la suite. Les dispositions de l'article en cause prévoient que l'autorisation d'établissement peut être refusée ou révoquée dans le cas où l'intéressé a été condamné pénalement du chef d'infractions aux dispositions légales en matière de concurrence déloyale.

Ad article 15.

La publicité est définie, au sens de la présente loi et sans préjudice d'autres dispositions particulières y relatives comme par exemple en matière de télévision, comme toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

Cette définition reprend fidèlement les termes de la définition donnée par l'article 2 point 1) de la directive européenne relative à la publicité trompeuse.

Par la présente loi, il n'est pas dérogé aux dispositions plus restrictives prévues par des lois spéciales en matière de publicité en faveur de médicaments et du tabac et de ses produits.

Ad article 16.

Le principe d'interdiction de la publicité relative à un acte de concurrence déloyale a été repris de la législation antérieure mais reformulé de façon à englober tous les cas qui peuvent représenter une infraction à la présente loi. Sont donc également interdites les publicités trompeuses et/ou comparatives qui ne respectent pas les conditions légales.

Ad article 17.

Cet article, qui reprend outre l'interdiction absolue de la publicité trompeuse, la définition de celle-ci et, à titre indicatif, les éléments susceptibles d'aider à la déterminer, transpose les articles 2 point 2) et 3 de la directive relative à la publicité trompeuse, afin que puisse s'articuler sur ces dispositions l'article suivant relatif à la publicité comparative. Les interdictions ou restrictions de publicité pour des biens ou des services e.a. ceux relevant de professions libérales ne sont en rien modifiées par ces dispositions.

Les allégations mensongères relatives e.a. aux effets bénéfiques sur la santé ou sur l'environnement ainsi que celles relatives aux promesses de gains sont couvertes par cet article.

Ad article 18.

Cet article intégralement repris des articles 2 point 2bis et 3bis de la directive relative à la publicité trompeuse telle que modifiée par la directive sur la publicité comparative définit la publicité compara-

tive et pour autant que la comparaison est concernée la rend licite aux conditions cumulatives qu'il impose. L'interdiction de publicité pour certains biens ou services imposée par la réglementation en vigueur est étendue à la publicité comparative.

Huit conditions cumulatives doivent être remplies pour que la publicité comparative soit licite: e.a, le premier des critères étant qu'elle ne doit pas être trompeuse; pour qu'elle ne soit pas utilisée de manière anticoncurrentielle et déloyale les comparaisons ne sont permises qu'entre des biens et des services concurrents répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif; la comparaison du seul prix de biens ou de services est possible si cette comparaison respecte les conditions énoncées et qu'elle n'est pas trompeuse; les conventions internationales sur le droit d'auteur ainsi que les dispositions du droit luxembourgeois sur la responsabilité contractuelle et extra-contractuelle s'appliquent lors de la mention ou de la reproduction, dans la publicité comparative, des résultats d'essais comparatifs effectués par des tiers; il en est de même de l'application des dispositions réglementaires relatives à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine; l'utilisation d'une marque, d'un nom commercial ou d'autres signes distinctifs doit être faite uniquement dans le but de distinguer et de mettre objectivement en relief des différences et non d'engendrer la confusion; la publicité comparative ne doit pas être dénigrante ou tirer indûment profit de la notoriété attachée à l'objet de la comparaison ou se présenter comme une imitation.

En cas d'offre spéciale, celle-ci doit se faire dans la plus grande transparence tant au profit du consommateur qu'à celui du commerçant subissant la comparaison de ses biens ou services. La date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou la mention „jusqu'à épuisement des biens ou des services“, ou la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions sont applicables doit être indiquée de manière claire et non équivoque.

Ad article 19.

En cas de manquement aux articles concernant l'interdiction de publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi, que ce soit une publicité trompeuse, une publicité comparative non licite ou une publicité pour un acte de concurrence déloyale ou autre illégalité peut seul être mis en cause l'annonceur de la publicité incriminée. Toutefois, au cas où il ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au pays, une responsabilité en cascade est prévue et l'action en cessation peut être intentée également à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité commerciale incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle sorte ses effets. Cette responsabilité en cascade est reprise de la loi antérieure.

Ad article 20.

L'interdiction de vente à perte est maintenue dans son principe, mais elle est étendue aux prestations de services à perte. Quant au prix facturé, il doit s'entendre comme prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause. En effet, il est arrivé que des preuves de vente à perte aient pu être rassemblées par un commerçant à l'encontre d'un de ses concurrents grâce à des factures qui lui avaient été communiquées par un producteur ou un grossiste mécontent, or un rabais concédé en toute dernière minute après que la vente desdits produits ait été terminée à permis au commerçant ayant procédé à une vente à perte d'échapper à toute action en justice, le dossier étant vidé de sa substance.

Parallèlement à la définition de la vente à perte, une définition de la prestation de services à perte à été élaborée afin de protéger les commerçants et artisans contre cette forme de concurrence déloyale.

Deux cas d'exception à l'interdiction de vente à perte ont été ajoutés à ceux qui existaient déjà sous l'empire de l'ancienne législation. Le premier concerne les biens spécialement offerts en vue de répondre à un besoin momentané du consommateur, lorsqu'est passé l'événement ou l'engouement éphémère qui est à l'origine de ce besoin, s'il est manifeste que ces biens ne peuvent être vendus aux conditions normales du commerce comme par exemple des articles siglés ou datés spécialement à l'occasion d'un important événement. Le second ajouté reprend, pour des raisons de clarté et de simplification vis-à-vis des utilisateurs du texte, les exceptions de l'interdiction de vente à perte dans le cadre d'une vente en solde ou en liquidation, exceptions qui sont déjà stipulées dans les dispositions relatives à ces pratiques de commerce.

Par ailleurs, une modification de la disposition relative à l'exception d'interdiction de vente à perte lorsque le prix du bien est aligné sur celui généralement pratiqué pour le même bien par d'autres commerçants a pour objet de préciser qu'il s'agit de commerçants situés dans la même zone de chalandise, ce qui permet désormais d'aligner le prix sur celui pratiqué par d'autres commerçants exerçant de l'autre côté de la frontière et ainsi de pouvoir répondre efficacement à la pression concurrentielle.

Ad article 21.

Par rapport à l'ancien texte de loi qui n'abordait pas ce sujet, une nouvelle section relative aux loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires régleme[n]te désormais ces pratiques commerciales. La loi sur les loteries du 15 février 1882 telle que modifiée par la loi relative à l'exploitation des jeux de hasard et des paris relatifs aux épreuves sportives se borne à indiquer que sont réputées autorisées et licites les jeux-concours publicitaires ainsi que les tombolas gratuites destinés exclusivement à des fins de propagande commerciale.

Le principe de la licéité et de l'absence d'autorisation spéciale est réaffirmé pour les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale pour autant qu'ils répondent aux conditions cumulatives énumérées dans l'article 21. Ces conditions inspirées de la législation française ont pour objectifs de concilier la protection du consommateur avec les nécessités de la promotion commerciale. Elles garantissent l'information du consommateur et ont pour but d'éviter toute confusion quant à la gratuité, quant au nombre et à la valeur des lots et aux conditions de leur attribution. De plus, il y a obligation que le bulletin de participation soit distinct du bon de commande pour que le consommateur ne commette pas d'erreur en passant une commande sans en être conscient.

La gratuité reste un élément essentiel de la validité des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires: il ne peut y avoir de contrepartie financière de quelque nature qu'elle soit, ni aucune obligation d'achat. Par contre, il peut être demandé au gagnant d'un lot préalablement identifié une participation aux frais occasionnés par l'envoi de ce lot, le gagnant pouvant renoncer à son prix en toute connaissance de cause.

Ad article 22.

Le recours à un procédé de vente en chaîne ou à une autre technique commerciale assimilable pour vendre un bien ou un service est interdit. La vente en chaîne est définie comme procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services aux consommateurs. La vente dite „en boule de neige“ est assimilée à la vente en chaîne et donc également interdite et passible des mêmes suites civiles et pénales.

La participation en connaissance de cause à de telles ventes est également interdite.

Ad article 23.

L'action en cessation est reprise de la législation antérieure. Un lien est fait avec les futures dispositions législatives ou réglementaires qui seront prises lors de la transposition en droit national de la directive 98/27/CE du Parlement Européen et du Conseil du 19 mai 1998 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs qui prévoit une action en cessation intra-communautaire.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le renversement de la charge de la preuve prévu par la directive de 1984 sur la publicité trompeuse, telle qu'elle a été modifiée par la directive de 1997 sur la publicité comparative permet au juge d'exiger de l'annonceur qu'il apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité et de considérer comme inexactes les données de fait si les preuves exigées ne sont pas apportées ou estimées insuffisantes.

Ad article 24.

Cette disposition est reprise in extenso de la législation antérieure.

Ad article 25.

Le montant de l'amende a été ajusté sur le montant de l'amende prévu par la législation sur le droit d'établissement et converti en euros.

Les infractions les plus graves, à savoir celles qui induisent une distorsion de concurrence entre les commerçants ou qui lèsent directement le consommateur peuvent être sanctionnées pénalement dès la première fois avec comme corollaire la possibilité pour le Ministre des Classes Moyennes de refuser ou de révoquer une autorisation d'établissement au commerçant condamné comme prévu dans la loi d'établissement.

Ad article 26.

Cette disposition a été reprise de la législation précédente.

Ad article 27.

Cette disposition transitoire permet que les liquidations autorisées avant l'entrée en vigueur de la présente loi et dont la période pour procéder à la liquidation n'est soit pas entamée, soit pas échue, puissent être organisées ou poursuivies suivant le cas jusqu'à l'échéance indiquée sur l'autorisation ministérielle afférente.

Ad article 28.

Il s'agit d'une disposition abrogatoire nécessaire.

Service Central des Imprimés de l'Etat

4844/01

N° 4844¹**CHAMBRE DES DEPUTES**

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

AVIS DE LA CHAMBRE DES EMPLOYES PRIVES

(30.10.2001)

Par lettre du 26 juillet 2001, Monsieur Fernand Boden, Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement, a soumis l'avant-projet de loi sous rubrique à l'avis de la Chambre des Employés Privés.

*

1. INTRODUCTION

1. Ledit avant-projet a pour objet de transposer en droit national la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. En outre, l'avant-projet tient à moderniser la législation à l'égard de l'évolution de certaines pratiques commerciales.

2. Le projet comprend deux titres principaux. Le titre I traite de certaines pratiques commerciales: ventes en solde, ventes sous forme de liquidation, ventes sur trottoir et ventes aux enchères publiques. Le titre II a pour objet de sanctionner certains abus de la concurrence concernant la concurrence déloyale, la publicité, la vente à perte, les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires ainsi que la vente en chaîne.

*

2. PRATIQUES COMMERCIALES**2.1. Les ventes à prix réduits**

3. Les ventes à prix réduits, habituellement dénommées „promotions“, en dehors des soldes, liquidations et ventes sur trottoir ne sont plus soumises à des conditions spéciales relatives à l'affichage des prix. L'interdiction de procéder à des promotions dans les trente jours précédant immédiatement le début des ventes en solde est également levée. L'auteur du projet de loi justifie cette mesure par le fait qu'une telle interdiction avait pénalisé les commerçants respectueux de cette disposition par rapport à ceux qui ne la respectaient pas à la lettre.

2.2. Les ventes en soldes

4. Les ventes en soldes restent limitées à deux périodes par an pendant un mois maximum pour ne pas diminuer l'attrait de cet événement. On a supprimé le critère de „renouvellement saisonnier“ qui de toute façon ne jouait plus de rôle dans la pratique. Les prix des biens vendus en soldes doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement pratiqués et la vente en solde doit se faire dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

5. L'emmagasinage de marchandises en vue et au cours des ventes en soldes est désormais autorisé. Mais uniquement les biens soldés détenus en stock avant le début des soldes peuvent être vendus à perte.

6. La publicité relative aux périodes de soldes peut dorénavant commencer sept jours avant le début des soldes. L'ancienne loi n'autorisait cette publicité qu'à partir du jour ouvrable précédant la date d'ouverture des soldes.

7. La Chambre des Employés Privés accueille ces mesures qui servent à la fois les intérêts des commerçants et ceux des consommateurs.

2.3. Les ventes sous forme de liquidation

8. Les ventes sous forme de liquidation ne sont plus possibles que dans deux cas:

- cessation complète de l'activité commerciale exercée;
- cas exceptionnel dûment justifié et autorisé.

Dans un souci de simplification, on ne fait plus d'énumération des différents motifs justifiant une liquidation. Une telle liste est jugée toujours non exhaustive. Le Ministre des Classes Moyennes décide donc, sur avis d'une commission consultative, si la demande de liquidation est dûment justifiée.

La CEP•L salue cette simplification du texte qui est logique puisque de toute façon la liste de situations pouvant être invoquées comme motif de liquidation est théoriquement illimitée.

9. En ce qui concerne les cas exceptionnels dûment justifiés et autorisés, une demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause.

La CEP•L demande une précision quant au déroulement de l'introduction d'une telle demande pour cause de transformation du local commercial ou de déménagement puisque ces deux événements sont prévus dans le commentaire des articles comme motifs justifiant une vente en liquidation. Dans un tel cas, il est manifestement insensé d'introduire la demande après l'événement en cause.

10. Les ventes sous forme de liquidation, quelque soit leur motif, ne doivent désormais pas dépasser six mois. Auparavant, le maximum était d'une année en cas de cessation complète et de trois mois dans les autres cas. En outre, il ne sera plus interdit de procéder à une vente sous forme de liquidation durant les trente jours précédant le début des soldes.

11. Seul le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux reste interdit. Le transfert d'une partie du stock d'un autre point de vente dans le local commercial en liquidation, ainsi que toute mise en stock au cours de la liquidation sont désormais autorisés. Toutefois, seuls les biens détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.

12. Il reste interdit de procéder à une liquidation pour cessation complète au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce. Les liquidations de ce type imposent en plus au commerçant une renonciation au commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans. Cette interdiction vaut aussi bien pour une participation directe qu'indirecte à un tel commerce.

13. La CEP•L approuve notamment que la publicité relative à des ventes sous forme de liquidation peut désormais commencer dès le septième jour précédant le début de la liquidation.

2.4. Les ventes sur trottoir

14. La vente sur trottoir est désormais définie comme vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce (braderies par exemple).

Le pouvoir d'autoriser des ventes sur trottoir reste dans les mains exclusives du collège échevinal de chaque commune. Le nouveau projet supprime le maximum de trois journées par année. Des conditions relatives aux références à des prix antérieurement pratiqués sont abolies.

La CEP•L se demande cependant pourquoi les marchandises vendues sur trottoir ne peuvent désormais plus être vendues à perte.

2.5. Les ventes aux enchères publiques

15. Les ventes aux enchères publiques de biens neufs restent interdites sauf exception autorisée par le Ministre des Classes Moyennes sur avis d'une commission consultative.

La CEP•L approuve que la publicité relative à ces ventes peut désormais commencer dès le septième jour précédant ces ventes.

*

3. ABUS DE LA CONCURRENCE

3.1. Les ventes avec primes

16. La section sur les ventes avec primes est supprimée. Les ventes avec primes vont donc être complètement libéralisées afin de dynamiser la consommation et de simplifier la tâche des commerçants de détail vendant des biens conditionnés à l'étranger sous des législations moins strictes.

3.2. La concurrence déloyale

17. La CEP•L approuve que la notion d'acte de concurrence déloyale s'applique désormais également aux activités de type libéral. Cette adjonction s'ajoute aux activités commerciales, artisanales et industrielles.

Par souci de simplification, l'énumération exemplative d'actes de concurrence déloyale, qui connaît quelques modifications mineures, ne se trouve plus dans le texte de la loi, mais dans le commentaire des articles.

3.3. La publicité

18. Il s'agit d'une nouvelle section qui n'existait pas telle quelle dans l'ancienne loi. La directive européenne sur la publicité comparative de 1997 a été élaborée sur base d'une modification de la directive sur la publicité trompeuse de 1984 qui n'avait pas été transposée en droit luxembourgeois car la législation grand-ducale comprenait déjà quasi toutes les dispositions de cette directive. On a maintenant profité de la transposition de la nouvelle directive de 1997 pour reprendre les dispositions sur la publicité trompeuse qui reste évidemment interdite.

Pour évaluer si une publicité est trompeuse, c'est-à-dire susceptible d'induire en erreur et de porter préjudice à un concurrent, il est tenu compte des indications concernant:

- les caractéristiques des biens ou services (disponibilité, nature, composition, quantité, origine, etc.);
- le prix et les conditions de fourniture;
- la nature, les qualités et les droits de l'annonceur (qualifications, droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle, etc.).

19. La CEP•L approuve la transposition en droit national de la directive européenne de 1997 sur la publicité comparative.

La publicité comparative sera désormais licite si certaines conditions sont respectées. Ces conditions sont intégralement reprises de la directive européenne afin d'éviter une transposition non conforme.

La publicité comparative doit notamment:

- ne pas être trompeuse;
- comparer des biens ou services répondant aux mêmes besoins;
- comparer objectivement des caractéristiques essentielles, pertinentes vérifiables et représentatives;
- ne pas entraîner le discrédit d'un concurrent;
- etc.

20. En principe, seul l'annonceur d'une publicité incriminée peut être mis en cause. La nouvelle loi prévoit qu'en cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le magistrat compétent

peut décider qu'il incombe à l'annonceur de prouver l'exactitude des données de fait contenues dans la publicité. Il y aurait donc dans ce cas un renversement de la charge de la preuve.

3.4. La vente à perte

21. La vente à perte reste interdite et en plus, l'interdiction est étendue aux prestations de service. Les biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère constituent une nouvelle exception où la vente à perte est permise.

3.5. Les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

22. Ces pratiques commerciales étaient jusqu'ici réglées par le seul droit commun et les interdictions de la concurrence déloyale et des ventes avec primes. Selon l'exposé des motifs du projet de loi, il s'agit d'une forme de communication en plein essor et susceptible d'engendrer de nombreuses frustrations, réclamations et plaintes de consommateurs. D'où un réel besoin de réglementation.

23. Les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale seront licites pour autant que certaines conditions sont satisfaites:

- règlement déposé auprès d'un officier ministériel;
- pas de confusion;
- participation gratuite et n'obligeant à rien;
- etc.

3.6. La vente en chaîne

24. La section sur la vente en chaîne est également nouvelle. Cette pratique commerciale est désormais interdite, tout comme la participation en connaissance de cause.

25. La vente en chaîne est définie comme tout procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

*

4. REMARQUE FINALE

26. La CEP•L reconnaît la nécessité de réviser la législation relative aux pratiques commerciales et de s'adapter aux réglementations en vigueur dans nos pays voisins.

Les techniques de vente évoluent constamment. Il semble évident que le Grand-Duché de Luxembourg doit se doter d'une législation moderne dans ce domaine car les commerçants luxembourgeois sont particulièrement soumis à la concurrence étrangère à cause de l'exiguïté du territoire du pays.

En dehors de quelques observations ponctuelles, la Chambre des Employés Privés marque ainsi son accord au présent projet de loi.

Luxembourg, le 30 octobre 2001.

Pour la Chambre des Employés Privés,

Le Directeur,
Théo WILTGEN

Le Président,
Jos KRATOCHWIL

L'avis a été adopté à l'unanimité.

4844/02

N° 4844²**CHAMBRE DES DEPUTES**

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

AVIS DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

(16.1.2002)

Par sa lettre du 24 juillet 2001, Monsieur le Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement a bien voulu saisir la Chambre de Commerce pour avis du projet de loi sous rubrique.

Le projet de loi sous avis poursuit un double objectif.

D'une part, il transpose en droit luxembourgeois la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

Cette directive communautaire pose le principe que la publicité comparative doit être considérée comme licite dès lors qu'elle répond à un certain nombre de conditions; la directive aurait en principe dû être transposée le 23 avril 2000 au plus tard.

A l'heure actuelle, la publicité comparative est toujours interdite au Luxembourg aux termes de l'article 17 g) de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale.

Il y a toutefois lieu de relever qu'un jugement de référé en matière de concurrence déloyale du 25 avril 2001 a conclu à l'invocabilité directe au Luxembourg des dispositions de la directive concernant la publicité comparative.

Un deuxième objectif, plus général, consiste en la révision fondamentale des dispositions luxembourgeoises applicables en matière de concurrence déloyale. A cet effet, la loi précitée du 27 novembre 1986 est abrogée et remplacée par les dispositions sous avis.

La nouvelle réglementation tend à moderniser et à simplifier notre législation applicable en la matière, d'une part, et à libéraliser cette même législation, d'autre part.

Cette libéralisation est opérée sur la toile de fond de l'évolution des pratiques de commerce et des nouvelles techniques de vente et des mêmes tendances à la libéralisation que l'on peut observer dans les législations de nos pays limitrophes.

La Chambre de Commerce partage entièrement les vues des auteurs du projet de loi lorsqu'elles estiment qu'au vu de la taille réduite du marché luxembourgeois, il est impératif de tenir compte de la libéralisation des pratiques de commerce en cours de réalisation au-delà de nos frontières.

La Chambre de Commerce tient d'ailleurs à relever qu'elle a été étroitement impliquée, ensemble avec la Confédération Luxembourgeoise du Commerce, dans l'élaboration d'un avant-projet de loi ayant abouti au projet de loi sous rubrique.

Si les efforts de libéralisation de notre législation en matière de concurrence déloyale sont donc expressément salués, il y a toutefois lieu de relever la publication récente d'un document de la Commission Européenne datant du 2 octobre 2001 par lequel la Commission entend pousser la libéralisation des pratiques de commerce encore au-delà de ce qui est prévu par le projet de loi dans la teneur sous avis.

Le document communautaire en question contient une communication de la Commission relative aux promotions des ventes dans le marché intérieur et une proposition du règlement du Parlement

Européen et du Conseil relatif aux promotions des ventes dans le marché intérieur (doc. COM (2001) 546 final).

La Chambre de Commerce reviendra plus en détail sur ce document dans le cadre du commentaire des articles qui suit.

Il résulte de l'exposé des motifs que l'objectif général du projet de loi sous avis est de protéger les intérêts du public en général et ceux des personnes exerçant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale en particulier contre des actes de concurrence déloyale et d'établir les conditions dans lesquelles certaines pratiques commerciales sont à considérer comme licites.

La Chambre de Commerce tient à relever qu'elle partage cette vue des choses qui souligne que l'objet primaire des règles en matière de concurrence déloyale n'est pas celui de la protection des consommateurs, mais qu'il s'agit principalement de créer les conditions légales devant assurer une saine concurrence entre les vendeurs ou prestataires de service professionnels, ce qui, évidemment, aura un effet indirect positif pour les consommateurs.

Les principales modifications proposées par le projet de loi sous avis sont les suivantes:

- suppression des dispositions concernant les ventes à prix réduits („promotions“) et les ventes avec prime;
- simplification des règles concernant les ventes en solde, notamment par le biais de la suppression de la période dite „de carence“, de même que des dispositions relatives aux liquidations;
- extension du champ d'application des règles afférentes de la loi aux prestations de services et aux professions libérales;
- simplification des règles relatives aux abus de concurrence;
- introduction de la licéité de la publicité comparative;
- introduction de nouvelles dispositions relatives aux loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires ainsi qu'aux ventes en chaîne.

*

COMMENTAIRE DES ARTICLES

TITRE 1

De certaines pratiques commerciales

Concernant l'article 1er

Cet article reprend, moyennant un certain nombre d'aménagements, les dispositions de l'article 1er de la loi actuelle du 27 novembre 1986 en prévoyant que les ventes en solde, les liquidations, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies par la loi.

La Chambre de Commerce propose, conformément à l'intitulé de la section 2, de parler également à l'article 1 de „ventes sous forme de liquidation“.

L'article ne vise plus les ventes à prix réduits en dehors des soldes, liquidations et ventes sur trottoir, communément appelées les „promotions“. Dorénavant, les promotions ne seront dès lors plus soumises à des conditions spéciales, les seules limites résidant dans l'interdiction de principe de la vente à perte et dans la publicité trompeuse.

La Chambre de Commerce salue la libéralisation de cette pratique commerciale, qui est d'ailleurs à la base de la restriction d'autres ventes spéciales, comme par exemple les ventes sous forme de liquidation.

Section 1. Des ventes en solde

Concernant l'article 2

L'article 2 fournit une nouvelle définition des ventes en solde.

D'une part, le projet de loi ne se réfère plus à la notion de renouvellement saisonnier d'un assortiment de marchandises.

Par conséquent, la participation aux ventes en solde ne sera plus limitée au seul commerce soumis à des renouvellements saisonniers comme l'est typiquement le secteur de l'habillement.

La Chambre de Commerce salue cette simplification, alors que, dans le passé, un certain nombre de litiges avaient précisément porté sur la question de savoir quelles sortes d'articles subissaient des renouvellements saisonniers ou non.

De plus, la situation se compliquait encore du fait que, pour les professionnels participant aux ventes en solde, la période de carence d'un mois avant le début des soldes s'appliquait, alors que pour les autres, ne participant en principe pas aux ventes en soldes, cette période de carence n'était pas à respecter.

La situation devenait de ce fait souvent désordonnée et confuse et rendait par ailleurs un contrôle très difficile.

D'autre part, le nouvel article 2 ne vise plus le seul écoulement accéléré du stock existant, de sorte que l'interdiction de l'emmagasinage en vue des soldes disparaît.

Cette plus grande liberté accordée par le projet de loi sous avis devrait, aux yeux de la Chambre de Commerce, se révéler à l'avenir comme étant à l'avantage aussi bien des professionnels que des consommateurs.

En ce qui concerne la structure du texte de cette section 2, la Chambre de Commerce propose de modifier l'agencement des articles 3 à 5.

En effet, il semble plus logique de faire suivre l'article 2 de l'article 5 actuel, qui deviendrait l'article 3 nouveau.

L'article 3 actuel serait à placer derrière l'article 4, devenant ainsi l'article 5 nouveau.

Concernant l'article 3

L'alinéa 1 de cet article repris tel quel de la loi du 27 novembre 1986 n'appelle pas de commentaires de la part de la Chambre de Commerce.

L'alinéa 2 actuel interdisant toute offre de vente spéciale ou avantageuse durant les trente jours précédant le début des soldes est supprimé.

Il s'ensuit que la loi ne connaîtra plus de „période de carence“ ou de „période d'attente“ précédant les soldes.

La Chambre de Commerce salue expressément cette modification importante, alors que la période de carence actuelle donnait lieu à un certain nombre de litiges; par ailleurs, les difficultés pratiques tenant à des contrôles efficaces pénalisaient en pratique les professionnels qui respectaient les dispositions légales.

S'y ajoutait que, d'une part, une telle période de carence ne s'appliquait pas pour les professionnels ne participant pas aux soldes et que, d'autre part, il arrivait de plus en plus fréquemment que certains professionnels bien avisés contournaient, d'une façon tout à fait légale, les règles relatives à la période de carence en faisant débiter une vente sous forme de liquidation juste avant la période de carence, ce qui leur permettait de recourir à des ventes à prix réduits pendant cette période.

Finalement, la période de carence au Luxembourg était souvent mise à profit par des commerçants des régions limitrophes, non soumis à de telles contraintes, pour submerger le pays d'offres avantageuses et à prix réduit, drainant ainsi une partie du pouvoir d'achat luxembourgeois au-delà des frontières.

Pour toutes ces raisons, la Chambre de Commerce estime que les nouvelles dispositions constituent une simplification nécessaire et une mesure de libéralisation devant profiter au commerce luxembourgeois.

La Chambre de Commerce voudrait relever finalement que la proposition de règlement communautaire précitée prévoit, au paragraphe 1 de son article 3, que les Etats membres doivent s'abstenir de toute interdiction des rabais précédant les soldes.

Concernant l'article 4

Ainsi qu'il a déjà été relevé à l'endroit de l'article 2, l'emmagasinage de marchandises en vue des soldes ne sera plus interdit.

Par contre, seuls les articles détenus en stock au début de la période des soldes pourront être vendus à perte.

L'alinéa 2 de l'article 4 reprend par ailleurs la disposition de l'alinéa 4 de l'article actuel de la loi du 27 novembre 1986 qui prévoit que les prix des biens offerts en solde doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

La Chambre de Commerce propose de supprimer cette exigence, alors qu'elle est d'avis que la loi ne devrait pas imposer au professionnel sa politique des prix en obligeant celui-ci à vendre l'ensemble de ses articles à prix réduit.

Le commerçant doit en effet garder la liberté de calculer ses prix et de déterminer, selon ses priorités, les biens qui seront vendus au même prix, ceux qui seront vendus à prix réduit et ceux qui seront vendus à perte.

L'accent devrait par contre être mis sur l'information adéquate du consommateur, qui doit pouvoir faire son choix en connaissance de cause quant aux prix fixés par le commerçant.

Une information erronée à cet égard doit alors être considérée comme publicité trompeuse et sanctionnée en tant qu'acte de concurrence déloyale.

Concernant l'article 5

Le principe que les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par année, pendant un mois au maximum, est maintenu.

La Chambre de Commerce relève cependant que le projet de loi ne précise plus que les soldes doivent se situer au début des saisons d'hiver et d'été.

Le commentaire des articles se réfère toutefois explicitement à „la fin de la saison climatique“.

Il reste que les dates des soldes seront fixées par règlement grand-ducal, sur avis des chambres professionnelles intéressées.

La publicité relative aux ventes en solde pourra dorénavant débiter à partir du septième jour précédant les dates ainsi déterminées, et non plus seulement, comme prévu actuellement, le jour ouvrable précédant les soldes.

La Chambre de Commerce salue également cette ouverture, alors que les dispositions actuellement applicables pénalisent les journaux hebdomadaires au détriment des quotidiens.

Il n'en reste que l'extension de cette période de publicité rendra plus difficile l'application stricte de la loi qui ne permet les soldes qu'à partir de la date de début officielle.

Section 2. Des ventes sous forme de liquidation

Concernant l'article 6

L'article 6 ne prévoit plus que deux hypothèses autorisant le recours à une vente sous forme de liquidations, à savoir la cessation complète de l'activité commerciale exercée et le cas exceptionnel dûment justifié.

Ne sont ainsi plus retenus les cas suivants:

- la cessation d'une ou de plusieurs branches commerciales,
- la transformation immobilière,
- le déménagement,
- les dégâts graves occasionnés par un sinistre,
- la vente du stock recueilli par les héritiers ou ayants droit d'un commerçant,
- la force majeure dûment constatée,
- la vente aux enchères publiques d'articles neufs, qui se trouve dorénavant réglementée à l'article 13,
- l'exécution d'une décision judiciaire.

Pour des raisons de sécurité juridique, la Chambre de Commerce propose de préciser à l'endroit du point 1. que la cessation complète de l'activité commerciale exercée ne vise ni le cas de la cessation d'une ou de plusieurs branches commerciales, ni celui de la cessation de l'activité d'une succursale.

Le commentaire de cet article 6 indique à raison que cette limitation des cas pouvant autoriser une liquidation se justifie par le fait que les ventes promotionnelles ne sont plus soumises à des conditions particulières et donnent ainsi aux professionnels la possibilité d'organiser et de programmer librement, selon leurs besoins, des ventes avantageuses en vue de liquider leur stock.

Par ailleurs, la formulation générale de l'hypothèse du cas exceptionnel dûment justifié, qui ne se confond pas nécessairement avec une éventuelle force majeure, permettra d'autoriser des liquidations à titre exceptionnel dans les hypothèses existantes qui n'ont plus été retenues textuellement et même dans des cas non prévus jusqu'ici.

Il peut en être ainsi par exemple en cas de difficultés d'accès à un local commercial pour cause de travaux sur la voie publique, en cas de maladie grave perturbant significativement l'activité d'un vendeur d'articles saisonniers ou encore dans le cadre d'une transmission d'entreprise suivie d'une nouvelle affectation du local commercial.

La Chambre de Commerce approuve les mesures proposées par l'article 6 sous avis.

Elle suggère néanmoins de supprimer la numérotation 3. précédant le dernier alinéa, alors que les dispositions de cet alinéa ne sont pas en rapport avec l'énumération des deux cas d'ouverture d'une vente sous forme de liquidation.

Concernant l'article 7

Le paragraphe (1) de l'article 7 maintient le principe de l'autorisation à donner par le Ministre des Classes Moyennes sur avis d'une commission consultative.

Au vu de la nouvelle formulation de l'article 6, le rôle de cette commission consultative gagnera évidemment en importance.

La Chambre de Commerce salue le fait que les organisations professionnelles concernées siégeront dorénavant au même titre que les chambres professionnelles comme membres à part entière au sein de cette commission, et non plus seulement en tant qu'experts.

Etant entendu toutefois que le projet de loi sous avis est censé régler les actes de commerce et les rapports des professionnels entre eux, la Chambre de Commerce propose de préciser que sont exclusivement visées les chambres et organisations professionnelles patronales.

La Chambre de Commerce voudrait relever que le règlement grand-ducal précisant les renseignements et documents à produire à l'appui de la demande, prévu également par la loi actuelle, n'a jamais été pris.

Dans l'intérêt d'une meilleure sécurité juridique, elle estime qu'il devrait être remédié à cette lacune dans les meilleurs délais.

Il est à noter qu'aux termes du paragraphe (5) de l'article 7, un recours en réformation peut être introduit contre la décision ministérielle.

Concernant l'article 8

Cet article limite la durée des liquidations à six mois, prolongation éventuelle comprise.

La Chambre de Commerce approuve cette réduction de la durée maximale, alors que, de nouveau, la libéralisation des ventes promotionnelles accorde aux professionnels des moyens adéquats pour programmer efficacement l'écoulement de leur stock.

En ce qui concerne la possibilité d'une prolongation, la Chambre de Commerce voudrait relever que, dans la pratique les liquidations ont presque toujours été, dans le passé, autorisées pour la durée maximale prévue par la loi.

Concernant l'article 9

Au paragraphe (1) de cet article, il est prévu, comme à l'heure actuelle, que les liquidations pour cause de cessation complète doivent précéder immédiatement ladite cessation du commerce.

L'emmagasinage effectué avant ou pendant la liquidation ne sera interdit que si ce stockage dépasse les besoins normaux de l'exploitation.

La Chambre de Commerce approuve cette modification, alors que, même pendant une phase de liquidation, un réapprovisionnement ponctuel peut s'avérer nécessaire en vue de maintenir l'attrait de l'assortiment du professionnel.

La Chambre de Commerce marque également son accord aux dispositions du paragraphe (3) de l'article 9, qui maintiennent le principe que la liquidation pour cessation complète de l'activité commerciale exercée implique la renonciation au commerce de la ou des branches commerciales concernées pendant une période de deux ans, mais qui empruntent une nouvelle formulation devant permettre de mieux parer à des abus en la matière.

Concernant l'article 10

Cet article prévoit, à l'instar de ce qui est prévu à l'article 4 pour les soldes, que les prix de biens vendus en liquidation doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

La Chambre de Commerce renvoie à cet égard aux considérations émises à l'endroit de l'article 4 et demande la suppression de cette disposition.

Par ailleurs, le projet de loi restreint lui-même cette exigence en exceptant le cas de prix imposés par le fabricant, à condition que le consommateur en soit clairement informé.

La Chambre de Commerce note, d'une part, que cette exception n'est pas prévue par l'article 4 en ce qui concerne les prix pratiqués pendant les soldes.

D'autre part, il est à relever que des prix peuvent être imposés non seulement par le fabricant, mais encore par un fournisseur ou tout autre contractant, dans la limite des conditions édictées par le règlement grand-ducal du 9 décembre 1965 portant réglementation des prix imposés et du refus de vente, ou même, pour un certain nombre d'articles, par un texte législatif ou réglementaire.

L'article 10 limite également la possibilité de vendre à perte aux seuls biens détenus en stock au début de la liquidation.

Concernant l'article 11

La Chambre de Commerce approuve l'allongement du délai pendant lequel une publicité relative à une vente sous forme de liquidation peut être faite de un jour à sept jours, tenant ainsi compte des intérêts de la presse hebdomadaire.

*Section 3. Des ventes sur trottoir**Concernant l'article 12*

Cet article définit les ventes sur trottoir, en prévoyant qu'il s'agit de la vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce.

Il est précisé au commentaire des articles que sont visés par cette définition aussi bien les braderies que les foires et marchés.

La Chambre de Commerce estime par contre qu'une vente sur trottoir ne se pratique pas nécessairement sur la voie publique; les grandes surfaces par exemple organisent leur vente sur trottoir habituellement sur leur territoire privé, mais en dehors de leur installation fixe.

Il est dès lors proposé de définir la vente sur trottoir pour tenir compte de cette situation comme étant la „vente en détail en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce, respectivement, pour les grandes surfaces commerciales, en dehors de la surface de vente telle que définie par l'article 12 (1) de la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales“.

Au deuxième alinéa, la Chambre de Commerce approuve expressément la précision indispensable que la participation aux ventes sur trottoir est réservée aux seuls professionnels disposant d'une autorisation d'établissement, mais propose de reformuler la phrase comme suit:

„Il est réservé au collège échevinal de chaque commune d'autoriser l'organisation des ventes sur trottoir, pour lesquelles la participation est réservée aux seuls professionnels disposant d'une autorisation d'établissement en bonne et due forme.“

La Chambre de Commerce est également d'accord avec le nouveau texte en ce qu'il ne limite plus le nombre de ventes sur trottoir possibles, mais laisse cette question à l'appréciation des autorités communales.

Finalement, la Chambre de Commerce note que le nouvel article ne prévoit plus la possibilité de la vente à perte dans le cadre des ventes sur trottoir, contrairement à ce que prévoit actuellement l'article 15 de la loi du 27 novembre 1986.

Le nombre des ventes sur trottoir n'étant plus limité par la loi, la Chambre de Commerce approuve cette suppression.

Section 4. Des ventes aux enchères publiques

La Chambre de Commerce propose pour cette section l'intitulé suivant: „Des ventes aux enchères publiques de biens neufs“

Concernant l'article 13

Les ventes aux enchères publiques de biens neufs sont désormais traitées dans une section à part et non plus, comme dans la loi du 27 novembre 1986, comme constituant une des variantes de la vente sous forme de liquidations.

Il est par ailleurs précisé qu'une telle vente aux enchères publiques ne peut se faire qu'en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens.

Il est précisé à raison que les ventes aux enchères publiques organisées en exécution d'une décision judiciaire ne sont pas visées par cet article.

TITRE 2

De certains abus de la concurrence

La Chambre de Commerce relève une légère modification de l'intitulé de ce Titre II, celui-ci s'appelant actuellement „De certains abus de concurrence“; cette notion d'abus de concurrence constituant, aux yeux de la Chambre de Commerce, le terme consacré en la matière, elle propose le maintien de l'intitulé actuel.

Section I. De la concurrence déloyale

Concernant l'article 14

La définition de l'acte de concurrence déloyale est reprise de l'article 16 actuel de la loi du 27 novembre 1986, avec l'ajout toutefois que sont désormais visées également les professions libérales.

Etant entendu que le projet de loi sous avis se propose de transposer littéralement, à l'article 17, les dispositions afférentes de la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse, qui inclut également dans son champ d'application les professions libérales, la Chambre de Commerce approuve cette extension du champ d'application légal.

Par ailleurs, la transposition textuelle de cette directive sur la publicité trompeuse permet de supprimer l'actuel article 17, qui comporte une énumération très longue et indigeste d'exemples d'actes de concurrence déloyale; en effet les dispositions communautaires ainsi transposées permettent de sanctionner la plupart des actuelles dispositions de l'article 17.

Le commentaire de l'article 14 sous avis prend soin d'énumérer, à titre d'exemples, les dispositions actuelles de l'article 17 de la loi du 27 novembre 1986 qui peuvent être considérées comme couvertes par la nouvelle disposition de l'article 17 du projet de loi sous avis concernant la publicité trompeuse.

Parmi les actes énumérés à l'article 17 actuel de la loi du 27 novembre 1986, deux ne figurent pas dans cette liste fournie par le commentaire des articles du projet de loi sous avis.

En premier lieu, la disposition de l'article 17 b) actuel, qui sanctionne le fait de faire croire au public que l'ensemble des marchandises d'un professionnel est vendu à des conditions plus favorables que normalement, n'est pas reprise.

Etant entendu que le projet de loi sous avis ne contient plus de restrictions en relation avec les offres promotionnelles, les auteurs du projet de loi ont à raison ignoré cette disposition au commentaire des articles.

En deuxième lieu, l'énumération ne contient pas l'actuel point 1) de l'article 17 de la loi du 27 novembre 1986, qui érige en acte de concurrence déloyale le fait d'offrir, d'annoncer ou d'accorder des réductions de prix sur l'acquisition de marchandises à des acheteurs en leur qualité de membres de groupements ou d'associations, que ces acheteurs agissant directement, par personne interposée ou par d'autres voies indirectes ou détournées.

Il s'avère en effet qu'en pratique, des professionnels accordent des remises de prix à des acheteurs en leur qualité de membres de groupements ou de salariés ou de clients d'entreprises tierces, mais que la

publicité concernant ces remises de prix n'émane pas du commerçant lui-même, mais du groupement ou de l'entreprise qui sont des tiers à la relation commerçant/client.

Il faut effectivement constater qu'une telle pratique, qui devient de plus en plus fréquente, ne semble pas tomber sous le champ d'application de la publicité trompeuse.

La Chambre de Commerce se doit toutefois de relever que de nombreux commerçants se plaignent actuellement de cette situation et que l'organisation professionnelle faïtière du commerce revendique l'introduction de dispositions légales sanctionnant de telles pratiques commerciales.

Section 2. De la publicité

Concernant l'article 15

Cet article introduit dans la loi sur la concurrence déloyale une définition de la publicité, qui reprend fidèlement les termes de la définition fournie par l'article 2 point 1) de la directive sur la publicité trompeuse.

Concernant l'article 16

Aux termes de cet article, une publicité est interdite si elle favorise un acte qui contrevient aux dispositions de la loi sur la concurrence déloyale.

Sont donc visées aussi bien les publicités favorisant un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 14 du projet de loi sous avis que les publicités trompeuses visées par l'article 17 ou les publicités comparatives qui ne sont pas conformes à l'article 18.

Concernant l'article 17

Cet article transpose donc littéralement les dispositions afférentes de la directive 84/450/CEE de la directive sur la publicité trompeuse.

La Chambre de Commerce renvoie à ses commentaires y relatifs à l'endroit de l'article 14 et constate avec satisfaction que l'introduction de ces dispositions conduisent, par le biais de la suppression de l'article 17 actuel de la loi du 27 novembre 1986, à une simplification bénéfique du texte de la loi.

Concernant l'article 18

Cet article fournit la transposition de la directive 97/55/CE concernant la publicité comparative.

La transposition de cette directive ne constituant pas une simple faculté pour les Etats membres, et le délai de transposition étant par ailleurs largement dépassé, la Chambre de Commerce n'estime pas utile de se lancer dans des discussions concernant l'opportunité de légaliser la publicité comparative.

Le commentaire des articles relève à juste titre qu'une publicité comparative n'est licite que si elle répond d'une façon cumulative aux huit conditions posées à cet égard par le paragraphe 2 de l'article 18 sous avis.

En tout état de cause, il est à prévoir que l'application de ces nouvelles dispositions ne manquera pas, d'entraîner de nombreuses controverses qui peuvent être la source d'un contentieux important, à l'instar de ce qui peut être constaté à l'étranger.

Concernant l'article 19

Cet article reprend les dispositions de l'article 18, alinéas 2 et 3, de la loi du 27 novembre 1986 et ne donne pas lieu à des observations de la part de la Chambre de Commerce.

La Chambre de Commerce voudrait, avant de commenter la section 3 relative à la vente à perte, rappeler que la section 2 actuelle de la loi du 27 novembre 1986 sur la vente avec prime est supprimée.

La Chambre de Commerce peut approuver cette suppression, qui s'intègre parfaitement dans le cadre de l'objectif de simplification et de libéralisation des dispositions légales concernant la concurrence déloyale.

De plus, il faut constater que l'interdiction de principe de la vente avec prime découlant de l'article 19 de la loi du 27 novembre 1986 donnait lieu à un important contentieux devant les tribunaux.

Finalement, la communication de la Commission Européenne ainsi que la proposition de règlement précitées préconisent la légalité de la vente avec prime, sous réserve d'un certain nombre d'informations à fournir aux acheteurs.

Section 3. De la vente à perte

Concernant l'article 20

L'interdiction de la vente à perte est étendue aux prestations de service à perte, qui sont définies comme prestations de service à un prix inférieur au prix de revient du service.

En ce qui concerne les exceptions à l'introduction de la vente à perte, le projet de loi ajoute les biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère s'il est manifeste que ces biens ne peuvent plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque l'événement en question a pris fin.

La Chambre de Commerce suggère à l'endroit de ce nouveau point c) de l'article 20 alinéa 4 de reformuler la fin de phrase comme suit:

„... s'il est manifeste que ces biens ne pourront plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque l'événement en question a pris fin.“

Le commentaire des articles indique en outre que la possibilité de vente à perte en cas d'alignement du prix, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants pour un bien identique est étendue aux prix pratiqués par d'autres commerçants situés dans la même zone de chalandise, donc, le cas échéant, également dans une région limitrophe.

La Chambre de Commerce constate toutefois, à la lecture du point d) de l'article 20, qu'aucune disposition permettant de conclure à une telle extension n'a été ajoutée.

Elle propose dès lors de reformuler ce point d) comme suit:

„d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de service est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué pour un bien identique par d'autres commerçants, industriels ou artisans situés dans la même zone de chalandise;“

La Chambre de Commerce voudrait finalement relever que la communication et la proposition de règlement de la Commission Européenne précitées se prononcent contre l'interdiction générale de la vente à perte, en préconisant une obligation d'information concernant une vente à perte tant à l'égard des fournisseurs qu'à l'égard des consommateurs.

Dans ce cadre, une vente à perte ne saurait être interdite que si elle reflète un abus de position dominante de la part d'un professionnel.

Section 4. Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Concernant l'article 21

Cette nouvelle section est censée remplacer les dispositions de l'article 3 de la loi du 19 février 1882 sur les loteries.

Le principe de la licéité et de l'absence d'autorisation spéciale est réaffirmé, de même que la condition d'absence d'obligation d'achat.

À côté de la condition de la gratuité de l'opération commerciale, cinq conditions nouvelles ont été ajoutées, tenant notamment à l'établissement préalable d'un règlement précisant les conditions et le déroulement de l'opération commerciale et l'envoi de ce règlement, sur demande, à toute personne.

La Chambre de Commerce constate qu'un tel règlement serait à déposer auprès d'un officier ministériel qui doit s'assurer de sa régularité.

Si la Chambre de Commerce peut comprendre en soi l'obligation du dépôt auprès d'un officier ministériel en vue de garantir l'inaltérabilité des règlements, il y a toutefois lieu de se demander quel pourrait bien être l'officier ministériel qui pourrait s'assurer de la régularité de ce règlement et quels critères précis pourraient par ailleurs servir à une telle analyse de la régularité.

La Chambre de Commerce se permet de douter du bien-fondé d'un tel système.

D'une façon plus générale, si elle ne s'oppose pas à une réglementation des pratiques commerciales visées, qui constituent des instruments de marketing de plus en plus fréquemment utilisés, la Chambre de Commerce est toutefois d'avis que la condition fondamentale de la licéité de toute loterie, jeux-concours ou tombola publicitaire, à savoir la stricte gratuité de l'opération, n'est plus adaptée et devrait être fondamentalement repensée.

L'on pourrait à cet égard penser à une disposition qui se limiterait à interdire le renchérissement d'un produit offert en vente en combinaison avec une telle opération commerciale.

Il y a lieu de relever d'ailleurs que la communication et la proposition de règlement de la Commission Européenne se prononcent contre de telles dispositions interdisant toute obligation d'achat pour pouvoir participer à des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires, mais préconisent par contre une information adéquate sur la nature et les conditions de participation à l'action promotionnelle, qui est d'ailleurs plus détaillée que les dispositions proposées à cet égard par l'article 21 sous avis.

Section 5. De la vente en chaîne

Concernant l'article 22

Ce nouvel article définit et interdit les pratiques commerciales qu'on qualifie de ventes en chaîne ou ventes en boule de neige.

La Chambre de Commerce ne s'oppose pas au principe de l'interdiction de telles pratiques commerciales, mais elle estime que le texte tel que proposé prête à critique.

La vente en chaîne est définie comme un procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

Cette définition paraît très aléatoire et abstraite et la Chambre de Commerce est d'avis que des notions comme „tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement d'un réseau ...“ seront très difficiles à appliquer en pratique.

A titre d'exemple, un réseau de franchise, parfaitement légal au demeurant, n'a-t-il pas précisément pour objet de tirer un avantage résultant de l'élargissement du réseau des franchisés?

Par ailleurs, elle voudrait relever qu'un procédé tel que décrit se heurterait de toute façon aux dispositions applicables en matière de droit d'établissement, un vendeur non professionnel ne pouvant en aucune manière être autorisé de vendre quoi que ce soit à un consommateur.

La même remarque s'impose à l'égard de la définition de la vente en boule de neige, qui serait basée sur un procédé par lequel un consommateur vendrait des biens ou des services à un tiers pour obtenir la gratuité ou une remise de prix d'un bien acheté auprès d'un vendeur.

Au vu de ce qui précède, la Chambre de Commerce est donc d'avis que notre législation concernant les autorisations d'établissement constitue déjà un verrou significatif permettant de contrecarrer toute une série d'opérations qui seraient à qualifier de vente en chaîne.

En conclusion, la Chambre de Commerce estime que les dispositions de l'article 22 sous avis prêtent à confusion et devraient être revues d'une façon fondamentale.

TITRE 3

Dispositions communes

Section I. De l'action en cessation

Concernant l'article 23

L'action en cessation est reprise de la loi du 27 novembre 1986, moyennant quelques modifications.

Il est précisé d'emblée dans ce nouvel article 23 que ces dispositions s'entendent „sans préjudice des dispositions législatives ou réglementaires prises en application de la directive 98/27/CE du Parlement Européen et du Conseil du 19 mai 1998 relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts du consommateur ...“.

Or, la Chambre de Commerce se doit de constater que la transposition de cette directive fait précisément l'objet d'un projet de loi relative aux actions en cessation, qui a été transmis pour avis à la Chambre de Commerce par dépêche du Ministre de l'Economie datant du 2 août 2001.

Ce projet de loi, postérieur en date à celui sous avis, a pour objet de modifier partiellement les mêmes dispositions que celles que le présent projet de loi se propose de modifier.

Devant une telle absence de concertation entre les différents départements ministériels, la Chambre de Commerce a du mal à commenter les dispositions sous avis, qui de toute façon, ne seraient applica-

bles que sous réserve d'autres dispositions législatives à venir ultérieurement et sur lesquelles elle devrait également se prononcer.

Ce n'est donc qu'à titre subsidiaire et d'une façon tout à fait sommaire que la Chambre de Commerce voudrait commenter les dispositions de cet article.

Une nouvelle disposition transpose notamment la directive communautaire sur la publicité comparative en opérant un renversement de la charge de la preuve qui permet au juge d'exiger de l'annonceur qu'il apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité comparative incriminée et de considérer comme inexactes ces données si les preuves afférentes ne sont pas apportées ou sont insuffisantes.

Concernant l'article 24

Cet article n'appelle pas de commentaires de la part de la Chambre de Commerce.

Concernant l'article 25

D'après l'exposé des motifs, les pénalités prévues par cet article subissent une modification importante en ce sens que les infractions les plus graves peuvent être sanctionnées pénalement dès la première fois où elles sont commises.

Le maximum des pénalités, converties en euro, est par ailleurs plus que doublé.

La Chambre de Commerce approuve la pénalisation des actes contraires aux dispositions essentielles du projet de loi sous avis; contrairement aux auteurs du projet de loi sous avis, elle estime cependant que les dispositions du projet de loi ne constituent pas une nouveauté en ce sens que, depuis la loi du 14 mai 1992 ayant modifié la loi du 27 novembre 1986, la quasi-totalité des infractions à cette loi avait déjà été pénalisée, même en l'absence de récidive.

Les dispositions des articles 26 à 28 qui suivent n'appellent pas de commentaires de la part de la Chambre de Commerce.

*

Après consultation de ses ressortissants et sous réserve des observations qui précèdent, la Chambre de Commerce peut marquer son accord aux dispositions du projet de loi sous avis.

Service Central des Imprimés de l'Etat

4844/03

N° 4844³

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

SOMMAIRE:

	<i>page</i>
1) Avis de la Chambre des Métiers (28.2.2002).....	1
2) Avis de la Chambre de Travail (1.3.2002).....	4

*

AVIS DE LA CHAMBRE DES METIERS

(28.2.2002)

Par sa lettre du 24 juillet 2001, Monsieur le Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement a bien voulu demander l'avis de la Chambre des Métiers au sujet du projet de loi repris sous rubrique.

1. OBSERVATIONS GENERALES

Le projet de loi transpose, d'une part, en droit national la directive 97/55/CE modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. Il procède, d'autre part, à une révision complète des dispositions relatives aux pratiques commerciales de la loi du 27 novembre 1986 qui sera abrogée.

Les principaux changements du projet de loi se résument comme suit:

- introduction de la licéité de la publicité comparative,
- extension du champ d'application de la loi aux professions libérales et aux prestations de services,
- suppression des dispositions concernant les ventes avec prime et les ventes à prix réduits,
- réforme des ventes en solde par la suppression de la période de carence précédant les soldes,
- réforme du dispositif sur les liquidations,
- simplification des dispositions relatives aux abus de concurrence,
- introduction d'une réglementation sur les ventes en chaîne,
- adaptations des dispositions relatives aux loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires.

Il ressort du projet de loi que la publicité comparative est considérée comme licite à partir du moment où elle répond à un certain nombre de conditions et de critères objectifs.

Il s'agit d'un changement important par rapport à la législation actuelle où d'après l'article 17 point g) de la loi du 27 novembre 1986 la publicité comparative était interdite. Compte tenu de la diversité des législations en la matière, la transposition de la directive dans l'ensemble des Etats membres de l'Union Européenne est un élément important dans le cadre de l'achèvement du marché intérieur.

La Chambre des Métiers note par ailleurs avec satisfaction que la nouvelle réglementation en matière de concurrence déloyale a pour objet de moderniser et de simplifier la législation applicable d'une part, et de la libéraliser d'autre part. Il s'agit d'une réglementation équilibrée qui vise à protéger les intérêts du public en général et des professionnels exerçant une activité artisanale, commerciale, industrielle ou libérale en particulier, contre des actes de concurrence déloyale et d'établir les conditions dans lesquelles certaines pratiques commerciales sont licites.

Avec ce nouveau cadre légal, le marché luxembourgeois, situé au coeur de la Grande Région et donc particulièrement sensible aux offres de biens et de services des pays limitrophes, devrait par ailleurs être en mesure de mieux soutenir la concurrence étrangère.

La Chambre des Métiers approuve le projet de loi dans son principe dans la mesure où il correspond en grande partie à ses propres visions. Dans ces circonstances, elle ne va pas commenter le projet dans son ensemble, mais se limiter à certaines remarques ponctuelles.

*

2. COMMENTAIRE DES ARTICLES

Ad article 6

L'article ne reconnaît plus que deux cas de liquidation, à savoir la cessation complète de l'activité commerciale exercée et le cas exceptionnel dûment justifié.

La Chambre des Métiers approuve l'introduction du critère général du „cas exceptionnel justifié“ dans la mesure où il permettra d'autoriser ces cas non prévus jusqu'ici, qui pourront être appréciés à la lumière des informations fournies par le professionnel.

La cessation d'une ou de plusieurs branches commerciales ne donne plus lieu à une vente sous forme de liquidation. Dans un but de sécurité juridique, la Chambre des Métiers est d'avis qu'il serait utile de le préciser expressément, comme le fait le texte actuel en cas de cessation d'une succursale.

Ad article 7

La liquidation est soumise à l'autorisation du Ministre, sur avis d'une commission consultative. Il est prévu qu'elle regroupe à côté des chambres professionnelles, également les organisations professionnelles. Ainsi les représentants de la fédération des artisans et de la confédération de commerce pourront-ils siéger comme membres dans cette commission.

La Chambre des Métiers se félicite de cette ouverture. Pour éviter toute ambiguïté au niveau de la composition de la commission, il serait cependant utile de préciser que les chambres et organisations professionnelles visées sont uniquement les chambres professionnelles patronales.

Il est prévu qu'un règlement grand-ducal précisera les renseignements et documents à fournir à l'appui de la demande d'autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué.

Il est à noter qu'un tel règlement, également prévu dans le cadre légal actuel, n'a jamais été pris. Dans ces circonstances, la Chambre des Métiers invite les responsables politiques à ne pas refaire les erreurs du passé et de présenter un projet de règlement grand-ducal afférent dans les meilleurs délais.

Ad article 10

L'article 10 prévoit que les prix des biens vendus en liquidation doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens, sauf en cas de prix imposés par le fabricant et à condition que le consommateur en soit clairement informé.

La Chambre des Métiers a du mal à comprendre pourquoi il est fait référence au seul cas de prix imposés par le fabricant. Il échet en effet de noter à ce sujet qu'il existe un règlement grand-ducal de 1965 sur les prix imposés et le refus de vente. Il serait par conséquent utile de revoir l'article sous cet angle et de lui donner une tournure plus générale.

Ad article 11

L'article prévoit que la publicité relative à une vente sous forme de liquidation ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de cette vente. Comme la liquidation doit, au sens

de l'article 6, point 1, être autorisée par le ministre compétent, la Chambre des Métiers se demande s'il n'y a pas lieu de préciser que la publicité ne peut s'effectuer sept jours avant l'événement qu'à condition que l'entreprise dispose de l'autorisation requise par la loi.

Ad article 18

L'article 18 transpose la directive 97/55/CE sur la publicité comparative en droit luxembourgeois. Il est précisé qu'une telle publicité n'est licite que si elle répond à un certain nombre de critères et conditions objectives.

Il est également prévu que toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des biens et des services.

La Chambre des Métiers est d'avis que la simple référence à l'épuisement des biens et des services est insuffisante. Il faudrait éviter que des entreprises lancent à grand renfort de publicité des offres spéciales qui s'avèrent en fin de compte être des coquilles vides, c'est-à-dire des offres portant sur un nombre infime de biens. Dans un but d'une concurrence saine et loyale, il paraît indiqué de préciser que de telles offres présupposent l'existence d'un stock *suffisant* de biens et de services.

Ad article 22

L'article 22 interdit la vente en chaîne et la vente boule de neige. Si la Chambre des Métiers peut être d'accord avec l'interdiction de telles pratiques, elle est cependant d'avis que le texte n'est pas à l'abri de critique.

La Chambre des Métiers constate ainsi que dans le cadre de la vente en chaîne, il est fait référence à des vendeurs non professionnels. Il en va de même au niveau de la définition de la vente en boule de neige. L'opportunité d'inclure des non-professionnels dans le cadre du présent article n'est pas forcément donnée, alors que le droit d'établissement interdit de toute façon à des non-professionnels de faire des actes de commerce.

Dans ces circonstances, la Chambre des Métiers se demande s'il n'y a pas lieu de revoir l'article sous cet angle de vue.

La Chambre des Métiers, après consultation de ses ressortissants, et sous réserve des observations précitées, peut approuver le projet de loi sous avis.

Luxembourg, le 28 février 2002

Pour la Chambre des Métiers,

Le Directeur,
Paul ENSCH

Le Président,
Paul RECKINGER

*

AVIS DE LA CHAMBRE DE TRAVAIL

(1.3.2002)

Par lettre en date du 24 juillet 2001, Monsieur le Ministre des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement a fait parvenir à notre chambre professionnelle l'avant-projet de loi réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

L'avant-projet de loi poursuit deux objectifs:

- transposer en droit national la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative;
- procéder à une révision des dispositions relatives aux pratiques commerciales dans l'optique d'une modernisation de la législation eu égard à l'évolution des pratiques de commerce et des nouvelles techniques de vente, des réflexions actuelles dans les pays limitrophes en ce qui concerne les ventes promotionnelles, les ventes avec prime et les soldes, ainsi que des travaux du groupe de travail de la Commission européenne sur les communications commerciales.

D'après l'exposé des motifs accompagnant l'avant-projet de loi, le texte aurait pour objet de protéger les intérêts du public en général et ceux des personnes exerçant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale en particulier, contre des actes de concurrence déloyale et d'établir des conditions dans lesquelles certaines pratiques commerciales sont licites.

Le texte du projet de loi comprend deux grandes parties, à savoir le titre I qui régit certaines pratiques commerciales et le titre II qui traite de certains abus de la concurrence.

Après avoir analysé l'avant-projet de loi, la Chambre de travail tient à communiquer au Gouvernement ses observations suivantes:

TITRE I

De certaines pratiques commerciales

Section 1. Des ventes en solde

L'article 4 prévoit que la vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

Notre chambre attire l'attention sur le fait que des soldes ont également lieu à travers l'internet, ce qui échappe malheureusement à la législation luxembourgeoise.

En outre se pose la question du contrôle de la disposition selon laquelle les biens soldés que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde peuvent être vendus à perte. Qui contrôle en effet les biens qui sont détenus au début de la période des soldes et les biens achetés pendant la période des soldes?

L'article 5 dispose que les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an pendant un mois au maximum. Cette disposition est imprécise puisqu'elle n'indique pas si le maximum d'un mois vaut pour les deux périodes de soldes prises ensemble ou pour chacune des deux périodes. En tout état de cause, la Chambre de travail demande qu'il soit précisé que les ventes en solde ne peuvent pas dépasser un mois au maximum **par année**.

Etant donné que les soldes ont également des répercussions sur l'organisation du travail des salariés travaillant dans le commerce, la Chambre de travail demande au Gouvernement de consulter également les chambres professionnelles salariales du secteur privé avant la fixation des périodes de soldes, à l'instar de ce qui est prévu pour les chambres patronales.

Section 2. Des ventes sous forme de liquidation

Le texte de l'avant-projet de loi ne retient plus que deux cas de liquidation: la cessation complète de l'activité commerciale exercée et le cas exceptionnel dûment justifié.

Dans le cas exceptionnel dûment justifié peuvent rentrer notamment tous les cas prévus par la législation actuelle. En outre, d'après le commentaire des articles, la nouvelle formulation permettra

d'autoriser également des liquidations pour d'autres raisons, par exemple pour cause de travaux sur la voie publique affectant la circulation des clients et l'accès au local commercial.

La Chambre de travail accueille favorablement cette innovation. Elle doit cependant souligner que le paragraphe (4) de l'article 9, qui prévoit que la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les 15 jours après l'événement en cause, est insensé dans le cas d'une liquidation pour les travaux cités ci-dessus.

En ce qui concerne l'article 7, paragraphe (1), la Chambre de travail demande que la commission consultative doive obligatoirement comporter des représentants des consommateurs.

Le 2e alinéa du paragraphe (3) de l'article 9 interdit au commerçant ayant procédé à une liquidation pour cessation complète de recommencer un commerce sous forme de société dans laquelle il serait associé majoritaire. La Chambre de travail demande de supprimer le mot „majoritaire“ étant donné que cette interdiction devrait également s'étendre aux associés minoritaires. La même remarque vaut pour le 3e alinéa du paragraphe (3) de l'article 9 qui interdit à l'associé majoritaire de recommencer un commerce sous forme individuelle ou sous couvert d'une autre société commerciale.

Notre chambre note avec satisfaction que la publicité relative à une liquidation pourra débuter à partir du 7e jour précédant la liquidation. Elle avait déjà revendiqué un avancement de la date de début, puisque le délai d'un jour figurant actuellement dans la loi est trop court pour une information convenable des consommateurs.

Section 3. Des ventes sur trottoir

La Chambre salue la simplification qui consiste à réserver l'autorisation d'organiser des ventes sur trottoir au seul collège échevinal de la commune ainsi que la suppression du maximum de 3 journées par an.

Section 4. Des ventes aux enchères publiques

L'avant-projet de loi traite les ventes aux enchères publiques dans une section séparée, et non plus dans les ventes sous forme de liquidation.

La Chambre de travail note que l'autorisation requise ne concerne que les ventes aux enchères publiques qui ont lieu géographiquement à Luxembourg. Or, à travers la télévision et l'internet sont couramment organisées des enchères qui peuvent constituer des arnaques considérables et qui échappent à la législation visant à protéger le consommateur.

TITRE II

De certains abus de la concurrence

Section 1. De la concurrence déloyale

Cette section inclut désormais également les professions libérales dans le champ d'application de la loi. Notre chambre n'y voit pas d'objection.

Section 2. De la publicité

Cette section contient un des éléments les plus importants de la modification de la législation sur la concurrence déloyale: elle vise à autoriser désormais la publicité comparative au Luxembourg.

La Chambre de travail accueille favorablement cette mesure puisqu'il s'agit d'une recommandation de sa part. En effet, dans son avis du 20 décembre 1990 relatif au projet de loi portant modification des articles 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 21 et 23 de la loi du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, elle écrivait dans ses remarques finales:

„La Chambre de travail se prononce en faveur de la publicité comparative, cette pratique permettant une meilleure information des consommateurs par une transparence accrue des prix.

Il ne faut cependant pas oublier certains dangers inhérents à la publicité comparative, à savoir une publicité trompeuse qui pourrait se baser uniquement sur quelques produits effectivement moins chers tandis que d'autres ne le sont pas.

Ces possibilités d'abus ne sauraient toutefois être invoquées pour empêcher l'autorisation de la publicité comparative, car s'il y a abus, il s'agira de combattre ceux-ci, et non de mettre en question cette forme de publicité qui présente des avantages indéniables pour le consommateur.

C'est pourquoi l'introduction de la publicité comparative doit être liée à l'existence d'une volonté ferme du côté du Gouvernement de combattre efficacement les abus."

Le texte proposé par le Gouvernement contient effectivement les garanties demandées par notre chambre dans son avis cité ci-dessus. Il s'agit de la reprise pure et simple du texte de la directive.

Section 3. De la vente à perte

Cette section vise à interdire à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un bien ou une prestation de service à perte.

Notre chambre se demande d'abord si cette énumération n'est pas trop limitative et s'il ne faudrait pas inclure également les professions libérales, puisque le 3e alinéa de l'article 20 définit les prestations de service à perte et que, d'une manière générale, la législation sur la concurrence déloyale est étendue aux activités libérales.

En outre, la Chambre de travail estime que toute vente à perte n'est pas nécessairement un acte de concurrence déloyale. Elle peut néanmoins être un tel acte si l'entreprise qui la pratique a une position dominante sur le marché. C'est pourquoi la revente à perte pourrait être traitée de manière plus utile dans la réglementation sur la concurrence.

Section 4. Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Actuellement, le Luxembourg est le seul pays de l'Union européenne à ne pas avoir de réglementation en matière de loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires. La Chambre de travail salue que ces activités seront soumises à des règles assez strictes, afin de protéger les consommateurs.

Section 5. De la vente en chaîne

L'interdiction projetée des ventes en chaîne est également à saluer, étant donné que cette forme de vente qui utilise l'accroissement exponentiel d'un réseau repose sur des pratiques que l'on peut qualifier d'escroqueries. En effet, ce sont seuls les premiers vendeurs, c'est-à-dire ceux qui se trouvent au début de la chaîne, qui peuvent espérer un gain important alors que les participants au bout de la chaîne resteront détenteurs d'un stock de marchandises invendable et ne peuvent plus récupérer leur mise de départ.

*

CONCLUSION

La Chambre de travail salue la volonté du législateur de mettre à jour la législation sur la concurrence déloyale. En effet, la législation existante est souvent trop protectionniste et trop axée sur la défense de la cause des commerçants en oubliant souvent les intérêts légitimes des consommateurs, notamment en matière de transparence.

Notre chambre attend cependant avec impatience une réglementation luxembourgeoise sur la concurrence qui devrait donner aux pouvoirs publics des moyens réels et efficaces visant à prévenir et à sanctionner les abus de position dominante.

En effet, le texte de l'avant-projet de loi comprend un nombre important d'interdictions, mais ne prévoit pas d'organisme de contrôle qui pourrait vérifier si ces dispositions sont respectées ou non. La réglementation sur la concurrence devrait comprendre également un tel organisme.

Luxembourg, le 1er mars 2002

Pour la Chambre de travail,

Le Directeur,
Marcel DETAILLE

Le Président,
Henri BOSSI

Service Central des Imprimés de l'Etat

4844/04

N° 4844⁴**CHAMBRE DES DEPUTES**

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI**réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative**

* * *

AVIS DU CONSEIL D'ETAT

(16.4.2002)

Par dépêche du 30 juillet 2001, le Premier Ministre, Ministre d'Etat, a soumis à l'avis du Conseil d'Etat le projet de loi sous rubrique, élaboré par le ministre des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement. Le texte du projet était accompagné d'un exposé des motifs et d'un commentaire des articles.

L'avis de la Chambre des employés privés fut transmis au Conseil d'Etat par dépêche du 19 novembre 2001. L'avis de la Chambre de commerce lui parvint par dépêche du 7 février 2002. Quant aux avis de la Chambre de travail et de la Chambre des métiers, ils furent transmis au Conseil d'Etat par une autre dépêche du 8 mars 2002.

*

CONSIDERATIONS GENERALES

Le projet de loi sous avis opère une refonte importante du droit luxembourgeois relatif à diverses pratiques commerciales. Il s'agit d'un texte-carrefour, regroupant dans un seul corps l'ensemble des dispositions gouvernant le comportement des commerçants entre eux et face aux consommateurs.

Les auteurs du projet visent simultanément à alléger la législation existante, à assouplir la rigueur de cette législation, et enfin à réglementer des pratiques qui, jusqu'ici, étaient soit interdites – c'est le cas de la publicité comparative –, soit étaient imparfaitement réglementées (les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires), soit encore n'étaient pas réglementées du tout (la vente en chaîne).

Le projet transpose en particulier la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

L'objectif du projet est double. En effet, d'un côté, il vise à libérer les commerçants luxembourgeois d'une série de contraintes qui ne sont plus justifiées dans le contexte économique actuel et à supprimer ainsi des prohibitions qui constituent un désavantage commercial pour les opérateurs luxembourgeois face à la concurrence des autres pays européens. D'un autre côté, il tâche de trouver un juste équilibre en maintenant les garanties et les obstacles nécessaires pour assurer une protection suffisante du consommateur.

Enfin, le Conseil d'Etat regrette que les auteurs du projet de loi n'aient pas établi de tableau de correspondance, énonçant d'un côté les dispositions à transposer, de l'autre côté l'endroit précis où elles sont transposées en droit luxembourgeois. Le Conseil d'Etat estime qu'un tel tableau devrait désormais être joint chaque fois que nécessaire.

*

EXAMEN DES ARTICLES

Article 1er

Cet article énumère les pratiques commerciales visées par le Titre 1er, à savoir les ventes en solde, les liquidations, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères.

Le texte ne reprend plus la formule, figurant à l'article 1er de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, que les dispositions afférentes régissent ces pratiques „sous quelque forme que ce soit“. Il s'ensuit qu'on passe d'un texte inclusif à un texte auquel figure une liste exhaustive de pratiques réglementées, alors que d'autres formes de ventes promotionnelles sont entièrement libres sous réserve du respect de la loyauté et de la bonne foi, ainsi que des règles générales et des obligations inscrites dans le projet sous avis. Seule la pratique permettra de déterminer si, notamment en matière de ventes en solde, des actions commerciales libres dénommées „promotion“, „rabais“ ou d'une façon autrement plus originale, vont en fait reléguer au second plan les ventes en solde proprement dites et réglementées comme telles.

Le Conseil d'Etat recommande d'écrire „les ventes sous forme de liquidation“ au lieu de „les liquidations“.

Article 2

Les articles 2 à 5 du projet sont relatifs aux ventes en solde.

L'article 2 définit les ventes en solde. Par rapport à l'ancienne définition, telle qu'elle figure à l'article 2 de la loi modifiée de 1986, précitée, seuls les critères de la réduction du prix et de la limitation temporaire à une période des soldes définie comme telle sont retenus. Par contre, le renouvellement saisonnier n'est plus retenu comme critère, alors que les soldes sont aujourd'hui une pratique commerciale généralisée dépassant les magasins tributaires de changements saisonniers.

Articles 3 et 4

Ces articles n'appellent dans leur substance pas d'observation, sauf à relever les conditions qui n'y figurent précisément plus, à savoir l'interdiction de publicité personnalisée dans les trente jours précédant le début des soldes et la prohibition de l'emménagement de marchandises en vue des soldes.

En effet, lorsque l'on suit l'optique que les soldes doivent constituer une période de promotions généralisées pour le consommateur, une limitation de l'offre ne se justifie plus. De même, dans la mesure où les types non expressément réglementés de pratiques sont libres, il serait contradictoire de maintenir l'interdiction de promotion personnalisée trente jours avant le début des soldes.

Il est cependant permis de s'interroger sur la signification de la notion de „prix habituellement demandés“, alors que la liberté des actions promotionnelles permet désormais aux commerçants de pratiquer une multitude de prix plus ou moins réduits tout au long de l'année.

Article 5

Cet article détermine les règles pour fixer la fréquence et la durée des soldes. Il reprend de l'ancien texte la limitation à deux fois un mois par an, sans pour autant préciser que ces périodes doivent se situer au début des saisons d'hiver et d'été. La fixation des périodes de soldes est donc désormais libre en ce sens que les deux périodes ne sont plus situées par la loi à un moment particulier de l'année.

Afin d'éviter toute équivoque, le Conseil d'Etat recommande de libeller l'alinéa 1 comme suit: „Les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an, chaque période de soldes ne pouvant excéder la durée d'un mois au maximum.“

D'après l'alinéa 2, la fixation des dates de début et de fin des périodes de soldes se fera désormais par règlement grand-ducal. Quant à la référence à une consultation des chambres professionnelles intéressées, le Conseil d'Etat considère qu'il s'agit d'une formulation superfétatoire par rapport au droit commun. L'alinéa 2 se lira dès lors comme suit:

„Un règlement grand-ducal fixe chaque année les dates d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.“

Enfin, la publicité pour les soldes pourra débiter sept jours avant le début des soldes, au lieu de seulement le jour ouvrable précédant le début des soldes.

Article 6

Les articles 6 à 11 concernent les ventes sous forme de liquidation. L'article 6 énumère les cas précis et limitatifs dans lesquels les ventes sous forme de liquidation sont possibles. Cette liste a été considérablement limitée par rapport à celle figurant à l'ancien texte, ce qui est justifié par le fait que la libéralisation des ventes promotionnelles permet désormais de couvrir de nombreux cas de liquidations. La liquidation au sens strict n'a de ce fait lieu qu'en cas de cessation complète de l'activité commerciale ou dans des cas exceptionnels. La notion compréhensive de „cas exceptionnels dûment justifiés et autorisés“ devrait permettre d'inclure les cas précédemment énumérés dans le texte et présente en outre l'avantage d'être applicable à des situations non prévues d'avance.

La formule pose cependant un problème: vu qu'elle est censée recouvrir une série non limitative d'hypothèses dont certaines sont par définition imprévisibles, il n'est pas possible d'exiger que ces cas exceptionnels soient autorisés, ce qui sous-entend une autorisation préalable à l'événement. Il faudra dès lors écrire au *point 2*:

„2. cas exceptionnels dûment justifiés.“

La suppression à l'article 6 de toute référence à une autorisation est d'autant plus logique que l'article 7 est entièrement consacré aux questions touchant à l'autorisation des ventes sous forme de liquidation.

D'un point de vue formel, il convient selon le Conseil d'Etat d'organiser l'article de la façon suivante: un paragraphe 1er comprenant les *points 1 et 2*, suivi d'un paragraphe 2 (actuellement le *point 3*). Enfin, il y a lieu de terminer la dernière phrase par un point après „vendus“ et d'enchaîner par une nouvelle phrase.

L'article se lira dès lors comme suit:

„**Art. 6.** (1) Les ventes sous forme de liquidation en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'une partie d'un stock ne peuvent avoir lieu que dans les cas suivants:

1. cessation complète de l'activité commerciale exercée;
2. cas exceptionnels dûment justifiés.

(2) Sauf en cas de circonstances exceptionnelles dûment justifiées et sur autorisation du ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu dans les locaux où les articles à liquider sont habituellement vendus. Elles ne peuvent être fractionnées.“

Enfin, le Conseil d'Etat tient à souligner, à l'instar de la Chambre de commerce, que l'hypothèse de la cessation complète de l'activité commerciale exercée ne peut pas inclure le cas de la cessation d'une ou de plusieurs branches commerciales, ni celui de la cessation de l'activité d'une succursale. Le Conseil d'Etat est cependant d'avis que cet article doit être applicable au cas où un commerçant, exerçant deux ou plusieurs activités complètement distinctes et dans des locaux distincts, en cesse une entièrement.

Article 7

Cet article appelle quelques observations, dont la première s'entend par référence à ce qui sera dit relativement à l'article 9, paragraphe 4.

En deuxième lieu, il convient d'écrire, au paragraphe 1er, „l'avis d'une commission consultative composée de représentants dudit ministère et des organisations professionnelles concernées *demandé*“, ou bien de prévoir un délai dans lequel cet avis doit être rendu sous peine de forclusion. En effet, il n'est pas recommandable de freiner la procédure d'autorisation des ventes sous forme de liquidation par le fait que cet avis n'est éventuellement pas rendu.

Par ailleurs, en ce qui concerne le paragraphe 2, il est évident que le règlement grand-ducal y visé et fixant les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué, ne pourra pas déroger au droit commun en matière de police administrative et judiciaire.

Enfin, le Conseil d'Etat propose, au paragraphe 5, de prévoir un recours en annulation au lieu du recours en réformation. En effet, de l'avis du Conseil d'Etat, il convient de maintenir un parallélisme avec le recours en matière de droit d'établissement, où il s'agit également d'un recours en annulation. Comme il s'agit dès lors du recours de droit commun, le paragraphe 5 peut être supprimé.

Article 8

Cet article limite désormais la durée des liquidations à six mois, prolongation comprise. Le Conseil d'Etat salue en principe cette mesure qui permet d'éviter des liquidations qui traînent et qui risquent de ne plus présenter un véritable intérêt ni pour le commerçant ni pour les consommateurs.

Néanmoins, il estime que dans les cas de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, il faut laisser subsister la possibilité de prolongation jusqu'à un an au maximum, alors que la taille du stock à écouler peut rendre difficile de boucler les opérations de liquidation en six mois. L'article 8 se lira dès lors comme suit:

„**Art. 8.** Les ventes sous forme de liquidation, prolongation comprise, ne doivent pas dépasser six mois. Toutefois, en cas de vente sous forme de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, une prolongation jusqu'à au maximum un an peut être accordée dans les formes de l'article 7, paragraphe 1er.“

Article 9

L'article 9 énonce une série de règles visant à éviter les abus en matière de liquidations.

Il n'est désormais plus interdit de procéder à tout emmagasinage de marchandises de quelque importance qu'il soit en vue de la liquidation. En effet, le paragraphe 1er autorise le stockage ne dépassant pas les besoins normaux de l'exploitation. Même si cette notion est quelque peu floue, on peut cependant adhérer à l'objectif sous-jacent consistant à permettre au commerçant qui veut liquider son entreprise de s'approvisionner en articles suffisamment intéressants pour stimuler l'écoulement de toutes ses marchandises.

Le paragraphe 3 définit plus explicitement que sous l'empire de l'ancien texte les différentes hypothèses dans lesquelles un commerçant ne doit pas reprendre, directement ou indirectement, une activité similaire pendant une durée donnée, à savoir deux ans depuis la cessation de son activité.

Le nouveau texte est à la fois plus large et plus restrictif que l'ancien article 11 de la loi modifiée de 1986, précitée. Il est plus large en ce que le commerçant ayant liquidé son entreprise ne peut désormais pas, pendant ladite période de deux ans, être l'associé majoritaire d'une société ayant une activité similaire, alors que l'ancien texte excluait tout degré d'association. Il est plus restrictif en ce que le commerçant ne doit désormais pas non plus faire intervenir sa qualification professionnelle en vue de l'obtention d'une autorisation d'établissement pour une activité similaire.

Quant au paragraphe 4, le Conseil d'Etat propose de le reporter dans l'article 7 et d'en faire un alinéa 2 du paragraphe 1er de cet article, qui a précisément pour objet les modalités d'autorisation des liquidations. D'un point de vue matériel, la disposition devra cependant être modifiée dans la mesure où de par leur nature, certains événements, comme par exemple les transformations ou les déménagements, doivent nécessairement suivre la demande d'autorisation de la liquidation, de sorte qu'il n'est pas possible de demander l'autorisation après l'événement en cause. Il faudra dès lors écrire, en tenant compte du texte proposé par le Conseil d'Etat pour l'article 6:

„Dans les cas énoncés au paragraphe 1er, point 2 de l'article 6, la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause, sauf dans les cas exceptionnels dont la nature l'exclut, auquel cas l'autorisation ministérielle doit précéder l'action commerciale.“

Article 10

Cet article énonce le principe du prix réellement inférieur au prix habituel. D'une manière très générale, le Conseil d'Etat s'interroge sur le bien-fondé d'une telle obligation de réduction des prix. Il est certes vrai qu'elle existe dans l'ancien texte (article 7, alinéa 4 de la loi modifiée de 1986, précitée). Cependant, pourquoi contraindre un commerçant qui parvient à liquider ses marchandises au prix habituel à réduire ce prix? Or, de l'avis du Conseil d'Etat, il s'agit d'une simple faculté, de sorte qu'il n'est pas besoin de la spécifier dans le texte. L'article 10 pourrait donc se résumer à sa deuxième phrase.

A titre subsidiaire, au cas où les auteurs du projet de loi maintiendraient néanmoins l'article 10 dans son intégralité, le Conseil d'Etat fait les observations suivantes:

En premier lieu, par rapport à l'article 7 de l'ancienne loi, l'article diffère en ce sens qu'il pose comme exception au principe le cas des prix imposés par le fabricant. Le Conseil d'Etat recommande de supprimer cet ajout, alors que le principe même de prix imposés n'a cours dans notre droit que pour un nombre très limité de produits et ne devrait de toute façon pas jouer en cas de liquidation.

Par contre, on peut se demander pourquoi le texte ne maintient pas l'exception ayant existé sous l'ancien régime, à savoir la dérogation à l'obligation de vendre à un prix réellement inférieur au prix habituel dans l'hypothèse de la vente aux enchères publiques d'articles neufs. Le Conseil d'Etat propose de rajouter de nouveau cette exception.

Si l'obligation de vendre à un prix réellement inférieur est maintenue, du moins faut-il que tant le prix habituel que le prix de liquidation soient clairement et visiblement affichés pour chaque produit, afin d'éviter tout risque de tromperie du consommateur.

De plus, l'article fait par ailleurs une distinction, en ce qui concerne la vente à perte, entre les articles détenus en stock au début de la liquidation et ceux que le commerçant aura pu acquérir en cours de liquidation. Le Conseil d'Etat estime cependant qu'il pourrait s'avérer difficile en pratique d'opérer le contrôle de cette distinction qui, en elle-même, est certes justifiée par un souci de protection des concurrents.

Enfin, à titre purement rédactionnel, il faut écrire, dans la deuxième phrase de l'article, „les biens à liquider“ au lieu de „les biens liquidés“, alors que la liquidation est à venir, et „détenus“ au lieu de „détenu“.

Ainsi, et à titre subsidiaire, si l'article 10 est maintenu dans son intégralité, se lira-t-il dès lors comme suit:

„Art. 10. Le prix des biens vendus en liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens. Tant le prix habituel que le prix de liquidation doivent être clairement et visiblement affichés pour chaque produit. Par dérogation à l'article 20, les biens à liquider que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.“

Article 11

Cet article est relatif à la publicité concernant les liquidations. Il reprend l'ancien texte, sauf à étendre de un à sept jours la durée précédant le commencement de l'action pendant laquelle la publicité peut commencer. Cette extension se justifie entre autres par son parallélisme avec la durée de la publicité précédant les soldes.

Article 12

Cet article concerne les ventes sur trottoir. Le texte est sensiblement remanié par rapport à l'ancienne disposition. La vente sur trottoir est désormais expressément définie, et le collègue des bourgmestre et échevins des communes organisant de telles ventes ne se voit plus imposer de restriction quant au nombre maximal de telles ventes en une année. Vu cette liberté d'organisation des ventes sur trottoir, il est dans l'intérêt de la protection de la concurrence de ne plus spécialement autoriser la vente à perte pour les ventes sur trottoir, comme ce fut le cas dans l'ancien texte. Les ventes sur trottoir suivent donc désormais le régime général en matière de vente à perte.

Il convient par ailleurs d'écrire „le collègue des bourgmestre et échevins“ au lieu de „le collègue échevinal“.

Article 13

Les dispositions relatives aux ventes aux enchères publiques de biens neufs reprennent celles de l'ancien article 9, tout en y ajoutant les modalités d'autorisation et de publicité. Ceci est utile dans la mesure où la réglementation des ventes aux enchères publiques constitue désormais une section à part dans le texte de la loi.

Quant à l'avis de la commission consultative, prévu à l'alinéa 2, il est renvoyé à l'observation faite à l'endroit de l'article 7 à ce même sujet.

Enfin, l'intitulé de la section 4 devrait se lire:

„Section 4. Des ventes aux enchères publiques de biens neufs“

Article 14

Cet article est la première disposition du Titre 2 (et non II) relatif à certains abus de la concurrence. Il reprend l'ancienne définition générale de la concurrence déloyale, tout en y incluant les activités libérales. La définition est suffisamment large pour ne plus inclure, dans le texte même de la loi, l'ancienne

liste exemplative d'actes de concurrence déloyale. Comme il s'agit néanmoins toujours d'une illustration utile, les exemples figurent désormais au commentaire des articles.

On constate que la vente avec prime qui, sous l'empire de l'ancien texte, constituait un abus de concurrence spécialement réglementé, ne figure plus dans le texte sous avis, même pas à titre d'exemple d'acte de concurrence déloyale. Il faut en conclure que cette pratique est désormais licite sans restrictions. L'observation des pratiques commerciales permettra d'évaluer si cette libéralisation donnera lieu à des abus qu'il faudrait encadrer par la suite.

Article 15

Les articles 15 à 19 concernent la publicité. Il s'agit de dispositions largement nouvelles dans la législation luxembourgeoise et qui transposent dans notre droit national la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative. De ce fait est notamment rendue licite en droit luxembourgeois la publicité comparative. Les nouvelles dispositions relatives à la publicité énoncent à la fois une définition compréhensive de la notion de publicité (article 15) et délimitent les notions de publicité trompeuse (article 17) et de publicité comparative (article 18).

A l'égard de l'article 15, il est permis de se demander si, sous l'influence du projet sous avis, la publicité sera bientôt autorisée dans toutes les professions du moment qu'elle remplit les critères du projet de loi sous avis, alors même qu'actuellement, la publicité est interdite dans certaines professions libérales. Il est vrai que des lois spéciales pourront continuer de réglementer, voire d'interdire, la publicité pour certaines professions ou activités. Le commentaire relatif à l'article 17 relève d'ailleurs que „les interdictions ou restrictions de publicité pour des biens ou des services e.a. ceux relevant de professions libérales ne sont en rien modifiées par ces dispositions“. Or, l'article 17 est relatif à la publicité trompeuse, de sorte qu'il faut estimer que ce commentaire concerne en réalité l'article 15.

A titre purement rédactionnel, il convient d'écrire „Aux fins de *la* présente loi ...“.

Article 16

Sans observation.

Articles 17 et 18

Ces articles ne donnent pas lieu à observation dans la mesure où ils reprennent des directives européennes respectives les définitions et critères distinctifs des notions de „publicité trompeuse“ et de „publicité comparative“. On peut cependant relever que le Luxembourg n'avait jusqu'ici pas expressément transposé la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse, alors qu'on pouvait considérer que les dispositions plus générales relatives à certains abus de concurrence recouvraient cette notion. La refonte globale du texte permet désormais de réglementer explicitement la publicité trompeuse. Par ailleurs, il est devenu nécessaire de permettre enfin la publicité comparative d'après les termes de la directive 97/55/CE, alors que cette directive aurait dû être transposée depuis presque deux ans.

Article 19

Cet article n'appelle pas d'observation particulière dans la mesure où il reprend l'ancien article 18, alinéas 2 et 3, relatif à la détermination de la personne responsable d'une violation des dispositions réglementant les pratiques publicitaires.

Article 20

Le Conseil d'Etat propose de subdiviser cet article en quatre paragraphes.

Cet article régit la vente à perte. La nouvelle disposition reprend largement l'ancien article 20, mais elle appelle néanmoins les observations suivantes:

En premier lieu, l'innovation majeure consiste à étendre l'interdiction de principe de la vente à perte, tout comme ses exceptions, aux prestations de service. Dès lors, le Conseil d'Etat recommande d'ajouter cette notion également à la fin du *point d)* du paragraphe 4, et d'écrire : „... pour un bien ou un service identique.“

En deuxième lieu, le fait de cerner le prix facturé au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause constitue une mesure antiabus contre des pratiques de facturation ayant permis de masquer des ventes à perte.

En troisième lieu, le *point c)* du paragraphe 4 offre une nouvelle hypothèse de vente à perte licite certainement inspirée par des surplus invendables suite à des événements comme le passage à l'an 2000 ou de grands événements sportifs. Le Conseil d'Etat approuve cette mesure qui est de bon sens.

D'après le commentaire des articles, il y aurait en plus une autre extension de la licéité de la vente à perte, à savoir l'alignement des prix sur ceux pratiqués par des commerçants situés dans la même zone de chalandise, permettant notamment une vue d'ensemble transfrontalière dans la Grande Région. Or, il n'est pas possible de retrouver une telle disposition dans le texte. Dans la mesure où il s'agit certainement d'un oubli, le Conseil d'Etat propose de reformuler le *point d)* du paragraphe 4 dans le sens de l'intention du commentaire des articles.

Le Conseil d'Etat se demande enfin ce qu'il en advient des ventes aux enchères publiques de biens neufs de l'article 13. Il est vrai que l'ancien texte n'autorisait pas la vente à perte dans ce cas, mais on peut se demander s'il ne serait pas utile de prévoir, dans le cadre de l'article 20, que le ministre qui autorise une vente aux enchères publiques de biens neufs puisse également autoriser qu'elle soit pratiquée à perte.

Article 21

Les dispositions relatives aux loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale sont nouvelles et beaucoup plus explicites que l'ancienne loi modifiée du 15 février 1882 sur les loteries.

S'il faut saluer la nouvelle réglementation, soucieuse d'atteindre un équilibre entre les soucis de protection du consommateur et les objectifs de promotion commerciale, il faut soulever les observations suivantes:

En premier lieu, le nouveau texte ne résout pas la question des règles à appliquer à une action destinée à la fois à des fins commerciales et à des fins de bienfaisance. Vu que le texte s'adresse à des actions „exclusivement“ commerciales, il faut estimer que du moment qu'une action comprend une quelconque rétrocession à une oeuvre de bienfaisance, elle sort du cadre des restrictions du nouvel article 21 et reste intégralement gouvernée par les articles 1er et 2 de la loi modifiée du 15 février 1882, précitée, qui sont maintenus en vigueur. Il faut dès lors se demander si l'article 21 ne devrait pas également s'appliquer aux actions organisées du moins majoritairement à des fins commerciales.

En deuxième lieu, le Conseil d'Etat recommande de supprimer, au *point d)*, la possibilité de demander au gagnant d'un lot une participation aux frais. Une telle possibilité ouvre la porte à toutes sortes d'abus et permet en fait de rendre le gain sans objet réel.

Enfin, le *point e)* est susceptible d'être très générateur de litiges, dans la mesure où il érige en notion juridique susceptible de sanction l'impression subjective du consommateur, sans par ailleurs spécifier par qui et selon quels critères cette impression sera évaluée.

Le Conseil d'Etat recommande dès lors de libeller le *point e)* comme suit:

„e) l'annonceur ne doit pas faire naître l'impression que le consommateur a gagné un lot.“

Article 22

Les dispositions relatives à la définition et à l'interdiction des ventes en chaîne et des pratiques assimilables sont nouvelles en droit luxembourgeois et comblent un vide juridique, alors que ce type d'abus n'était jusqu'ici ni réglementé ni répréhensible. Le Conseil d'Etat salue dès lors cette innovation dont le texte n'appelle pas d'observations particulières.

Article 23

Cet article, relatif à l'action en cessation, est largement repris de l'ancien texte, avec cependant les innovations suivantes:

La cessation peut désormais être ordonnée même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel ou d'une intention ou négligence de la part de l'annonceur. Le texte établit ainsi clairement que les violations visées sont des faits objectifs répréhensibles en eux-mêmes. Le Conseil d'Etat salue cette approche, qui peut contribuer à couper court à toute tentative de violation dès le début.

Par ailleurs, les mesures en matière de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite sont évidemment nouvelles. En effet, si elles ne prévoient pas une possibilité de renversement de la charge de la preuve, le fardeau de la preuve peut cependant peser dans une première phase sur l'annonceur

lui-même, de sorte qu'on peut parler d'un aménagement de la charge de la preuve, qui est de bon sens dans la matière d'espèce, d'autant plus qu'il ne s'agit que d'une faculté dans le chef du magistrat compétent.

Le Conseil d'Etat recommande de supprimer la référence à la directive européenne relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs, alors que le projet de loi No 4861, actuellement à son tour sous avis devant le Conseil d'Etat, va transposer en droit luxembourgeois cette directive tout en tenant compte des dispositions du projet sous avis, et que le projet de loi en question n'est pas incompatible avec le présent projet de loi. Il est dès lors sans objet de réserver les dispositions du projet de loi No 4861 dans le présent projet de loi, de sorte que l'article 23 pourra commencer par „Le magistrat présidentant ...“.

De plus, le Conseil d'Etat propose de maintenir l'opposition comme voie de recours, car il s'agit d'une voie de recours non dilatoire vu que l'ordonnance de référé rendue en la matière est de toute façon exécutoire. Dès lors, la dernière phrase de l'alinéa 2 est à supprimer.

Enfin, au point b) de l'alinéa 4, il convient d'écrire „considérer *la matérialité* des données de fait comme inexactes ...“.

Article 24

Cet article n'appelle pas d'observation, sauf qu'il convient d'écrire, à l'alinéa 2, „coulée en force de chose jugée“, au lieu de „non susceptible d'appel ou d'opposition“.

Article 25

Tout comme à l'article 24, il convient de remplacer, à l'alinéa 1, „non susceptible d'appel ni d'opposition“ par „coulée en force de chose jugée“.

A l'alinéa 2, 3e tiret, il faut écrire „aux enchères publiques de biens neufs“.

Article 26

Cet article est en partie superfétatoire, alors qu'il reprend le droit commun en matière de délits. Il pourra dès lors se limiter à un seul alinéa, libellé comme suit:

„Les tribunaux pourront prononcer en cas de condamnation l'insertion dans les journaux ou l'affichage de la décision. Dans l'hypothèse d'une décision d'acquiescement, ils pourront en ordonner la publication ou l'affichage aux frais de l'Etat.“

En effet, la publication de la décision d'acquiescement aux frais de l'Etat constitue la contrepartie de la publication de l'ordonnance de référé qui, elle, avait retenu le reproche contre le défendeur.

Article 27

L'article 27 énonce une seule disposition transitoire, relative aux ventes sous forme de liquidation, qui se prolongent par nature dans le temps. Cependant, il pourrait s'avérer utile de prévoir un régime transitoire plus large, dans la mesure où il est possible qu'au moment de l'entrée en vigueur du nouveau texte, d'autres types d'actions commerciales, comme notamment les soldes, seront en cours ou auront déjà été autorisés. Il ne serait pas judicieux que ces actions soit se terminassent dans le vide juridique, soit dussent prendre fin avant leur terme prévu, soit eussent besoin d'une nouvelle autorisation sous le nouveau texte.

Dès lors, le Conseil d'Etat propose de libeller l'article 27 comme suit:

„**Art. 27.** Les actions commerciales autorisées ou initiées avant l'entrée en vigueur de la présente loi, au titre de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, sont organisées ou poursuivies jusqu'à leur terme autorisé ou décidé.“

Article 28

Cet article n'appelle pas d'observation, sauf qu'il est préférable de l'intituler „*Dispositions abrogées*“, vu que son contenu tient intégralement de cette nature.

*

Suit le texte tel que proposé par le Conseil d'Etat.

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

TITRE 1er

De certaines pratiques commerciales

Art. 1er. Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.

Section 1. Des ventes en solde

Art. 2. Est considérée comme vente en solde, toute offre de vente ou toute vente à des prix réduits pratiquée par un détaillant pendant la période des soldes, telle que prévue aux articles 3 à 5 de la présente loi.

Art. 3. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en utilisant le terme „solde(s)“ soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi que toute dénomination ou présentation suggérant une vente en solde en dehors des cas et conditions prévus aux articles de la présente section.

Art. 4. La vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

Les prix des biens offerts en solde doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

Par dérogation à l'article 20, les biens soldés que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde peuvent être vendus à perte.

Art. 5. Les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an, chaque période de soldes ne pouvant excéder la durée d'un mois au maximum.

Un règlement grand-ducal fixe chaque année les dates d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.

La publicité relative à chacune de ces périodes de soldes ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant les dates ainsi déterminées.

Section 2. Des ventes sous forme de liquidation

Art. 6. (1) Les ventes sous forme de liquidation en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'une partie d'un stock ne peuvent avoir lieu que dans les cas suivants:

1. cessation complète de l'activité commerciale exercée;
2. cas exceptionnels dûment justifiés.

(2) Sauf en cas de circonstances exceptionnelles dûment justifiées et sur autorisation du ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu dans les locaux où les articles à liquider sont habituellement vendus. Elles ne peuvent être fractionnées.

Art. 7. (1) Les ventes sous forme de liquidation et leur prolongation sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, l'avis d'une commission consultative composée de représentants dudit ministre et des organisations professionnelles concernées demandé; les modalités de fonctionnement de la commission sont déterminées par règlement grand-ducal. L'action commerciale ne peut commencer avant l'autorisation ministérielle.

Dans les cas énoncés au paragraphe 1er, point 2 de l'article 6, la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause, sauf dans les cas exceptionnels dont la nature l'exclut, auquel cas l'autorisation ministérielle doit précéder l'action commerciale.

(2) Un règlement grand-ducal précise les renseignements et documents à produire à l'appui de la demande d'autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué.

(3) En cas de fausses indications données à l'appui d'une demande, l'autorisation de liquidation peut être refusée ou révoquée.

(4) Il doit être fait mention de l'autorisation ministérielle de liquidation sur la devanture du local commercial et dans toute publicité, annonce ou affiche de la vente sous forme de liquidation. Les dispositions qui précèdent ne s'appliquent pas aux ventes sous forme de liquidation en exécution d'une décision judiciaire, dans ce cas, la juridiction, le numéro et la date du jugement sont à indiquer dans toute mention de la liquidation.

Art. 8. Les ventes sous forme de liquidation, prolongation comprise, ne doivent pas dépasser six mois. Toutefois, en cas de vente sous forme de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, une prolongation jusqu'à au maximum un an peut être accordée dans les formes de l'article 7, paragraphe 1er.

Art. 9. (1) Les ventes sous forme de liquidation prévues au point 1 de l'article 6 doivent précéder immédiatement l'événement en cause; le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux de l'exploitation est interdit.

(2) Aucune vente sous forme de liquidation visée au point 1 de l'article 6 ne peut être autorisée au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce.

(3) Les liquidations prévues au point 1 de l'article 6 impliquent pour le commerçant la renonciation au commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans, à calculer à partir du jour suivant celui où le commerçant a mis fin à son activité.

Pendant cette période, il est également interdit à ce commerçant de reprendre ou de recommencer un commerce de la ou des mêmes branches commerciales par l'intermédiaire d'une société dans laquelle il serait associé majoritaire ou dans laquelle il ferait intervenir sa qualification professionnelle en vue de l'obtention de l'autorisation d'établissement.

Cette même interdiction vaut pour l'associé majoritaire et le dirigeant social, répondant aux exigences de l'accès à la profession au sens de la législation en matière de droit d'établissement, d'une société ayant obtenu une autorisation de liquidation qui voudrait reprendre ou recommencer le même commerce sous forme individuelle ou sous le couvert d'une autre société commerciale.

Art. 10. Le prix des biens vendus en liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens. Tant le prix habituel que le prix de liquidation doivent être clairement et visiblement affichés pour chaque produit. Par dérogation à l'article 20, les biens à liquider que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.

Art. 11. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en recourant au terme de „liquidation(s)“, soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi qu'à toute autre dénomination ou présentation suggérant une vente sous forme de liquidation dans des cas autres que ceux prévus à l'article 6.

La publicité relative à une vente sous forme de liquidation ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de cette vente.

Section 3. Des ventes sur trottoir

Art. 12. Aux fins de la présente loi, on entend par „vente sur trottoir“: la vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce.

Il est réservé au collège des bourgmestres et échevins de chaque commune d'autoriser aux professionnels disposant d'une autorisation d'établissement afférente l'organisation des ventes sur trottoir.

Le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes est informé par écrit des dates choisies.

Section 4. Des ventes aux enchères publiques de biens neufs

Art. 13. Les ventes aux enchères publiques de biens neufs en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens ne sont autorisées qu'à titre exceptionnel et peuvent avoir lieu uniquement par l'intermédiaire d'un officier ministériel.

Les ventes aux enchères publiques sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des classes moyennes, l'avis de la commission consultative prévue à l'article 7, point 1 de la présente loi demandé.

Il doit être fait mention de l'autorisation dans toute annonce ou affiche de la vente et l'officier ministériel doit en donner connaissance aux acheteurs avant de procéder aux enchères.

La publicité relative à une vente aux enchères ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant cette vente.

TITRE 2

De certains abus de la concurrence

Section 1. De la concurrence déloyale

Art. 14. Commet un acte de concurrence déloyale toute personne qui exerce une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale qui, par un acte contraire soit aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, soit à un engagement contractuel, enlève ou tente d'enlever à ses concurrents ou à l'un d'eux une partie de leur clientèle ou porte atteinte ou tente de porter atteinte à leur capacité de concurrence.

Section 2. De la publicité

Art. 15. Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité“ toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

Art. 16. Est interdite toute publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi.

Art. 17. (1) Est interdite toute publicité trompeuse. Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité trompeuse“: toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent.

(2) Pour déterminer si une publicité est trompeuse, il est tenu compte de tous ses éléments notamment de ses indications concernant:

- a) les caractéristiques des biens ou services, telles que leur disponibilité, leur nature, leur exécution, leur composition, le mode et la date de fabrication ou de prestation, leur caractère approprié, leurs utilisations, leur quantité, leurs spécifications, leur origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentiels des tests ou contrôles effectués sur les biens ou les services;
- b) le prix ou son mode d'établissement et les conditions de fourniture des biens ou des prestations de services;
- c) la nature, les qualités et les droits de l'annonceur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les prix qu'il a reçus ou ses distinctions.

Art. 18. (1) Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité comparative“: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

(2) Pour autant que la comparaison est concernée, la publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites:

- a) elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 17 de la présente loi;
- b) elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;
- c) elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie;
- d) elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;
- e) elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent;
- f) pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;
- g) elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;
- h) elle ne présente pas un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

(3) Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des biens et des services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

Art. 19. Peut seul être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions des articles 16, 17 et 18 l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, au cas où ce dernier ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au Grand-Duché de Luxembourg, l'action en cessation peut également être intentée à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle produise ses effets.

Section 3. De la vente à perte

Art. 20. (1) Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un bien ou une prestation de services à perte. La même interdiction s'applique au grossiste toutes les fois où le commerçant-détaillant se trouve sous la dépendance juridique ou économique du commerçant-grossiste.

(2) Est considérée comme une vente à perte d'un bien, toute vente à un prix qui n'est pas au moins égal au prix auquel le produit a été facturé lors de l'approvisionnement ou auquel il serait facturé en cas de réapprovisionnement, si ce dernier prix est inférieur. Par prix facturé on entend le prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause.

(3) Est considérée comme prestation de services à perte, toute prestation de services à un prix inférieur au prix de revient du service.

(4) L'interdiction prévue aux paragraphes qui précèdent n'est pas applicable:

- a) aux biens susceptibles d'une détérioration rapide et dont la conservation ne peut plus être assurée;
- b) aux biens dont la valeur commerciale se trouve profondément diminuée du fait de leur détérioration, d'une réduction de leurs possibilités d'utilisation ou d'une modification fondamentale de la technique;

- c) aux biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère s'il est manifeste que ces biens ne peuvent plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque est passé l'événement;
- d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de service est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué pour un bien ou un service identique par d'autres commerçants situés dans la même zone de chalandise;
- e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou en liquidation conformément aux dispositions des articles 1er à 11.

Section 4. Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Art. 21. Est licite et autorisée par la présente loi l'organisation de loteries, de jeux-concours et de tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale, pour autant qu'ils répondent aux conditions énumérées ci-dessous:

- a) l'annonceur d'une loterie, d'un jeu-concours ou d'une tombola publicitaires établit, préalablement à toute diffusion du message publicitaire, un règlement précisant les conditions et le déroulement de l'opération commerciale. Ce règlement et un exemplaire des documents adressés aux consommateurs sont déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le texte complet du règlement est envoyé gratuitement par l'annonceur à toute personne qui en fait la demande;
- b) les documents publicitaires ne doivent ni faire naître une confusion de quelque nature qu'elle soit dans l'esprit de leurs destinataires, ni induire en erreur sur le nombre et la valeur des lots, ainsi que sur les conditions de leur attribution;
- c) le bulletin de participation doit être distinct du bon de commande du bien ou de la prestation de service;
- d) la participation au tirage au sort, quelles que soient les modalités, ne peut être soumise à aucune contrepartie financière de quelque nature qu'elle soit, ni à aucune obligation d'achat;
- e) l'annonceur ne doit pas faire naître l'impression que le consommateur a gagné un lot.

Section 5. De la vente en chaîne

Art. 22. Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre un bien ou un service en recourant à un procédé de vente en chaîne ou à une autre technique commerciale assimilable.

Est considérée comme vente en chaîne au sens de la présente loi tout procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

Est notamment assimilée à une vente en chaîne, la vente „en boule de neige“ qui consiste à offrir au consommateur des biens ou des services en lui faisant espérer qu'il les obtiendra soit à titre gratuit, soit contre remise d'une somme inférieure à leur valeur réelle, à la condition qu'il parvienne à vendre des biens ou des services ou à placer contre paiement auprès des tiers des bons, coupons ou autres titres analogues ou à obtenir de leur part des adhésions ou des souscriptions.

La participation en connaissance de cause à de telles ventes est également interdite.

TITRE 3

Dispositions communes

Section 1. De l'action en cessation

Art. 23. Le magistrat présidant la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel ou d'une association de consommateurs représentée à la commission des prix, ordonne la cessation des actes contraires aux dispositions des articles 1er à 22 de la présente loi, même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel ou d'une intention ou négligence de la part de l'annonceur.

L'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 932 à 940 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Sont également applicables les articles 2059 à 2066 du Code civil.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale peut:

- a) exiger que l'annonceur apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce, et dans le cas de la publicité comparative, exiger que l'annonceur fournisse ses preuves à bref délai,
- b) considérer la matérialité des données de fait comme inexactes si les preuves exigées conformément au point a) ne sont pas apportées ou sont estimées insuffisantes.

Art. 24. L'affichage de la décision peut être ordonné à l'extérieur des installations de vente du contrevenant et aux frais de celui-ci. La décision précise la durée de l'affichage. Elle peut également ordonner la publication, en totalité ou par extrait aux frais du contrevenant, par la voie des journaux ou de toute autre manière.

Il ne peut être procédé à l'affichage et à la publication qu'en vertu d'une décision judiciaire coulée en force de chose jugée.

Section 2. Des pénalités

Art. 25. Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision coulée en force de chose jugée prononcée en vertu de l'article 23 est puni d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

Sont punis des mêmes peines:

- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 3, 4 et 5 alinéa 3;
- ceux qui ont contrevenu aux articles 7.1, 7.3, 7.4, 9.1, 9.3, 10 et 11 de la présente loi;
- ceux qui ont pratiqué une vente aux enchères publiques de biens neufs en ne respectant pas les conditions de l'article 13;
- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 14 à 22.

Indépendamment de l'action publique, la cessation de tout acte contraire à ces dispositions peut être ordonnée par le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale et statuant comme il est dit à l'article 23 susmentionné. La cessation ordonnée par ce magistrat prend toutefois fin en cas d'acquiescement irrévocable par le juge pénal.

Les personnes, les groupements professionnels ou les associations de consommateurs représentatives visés à l'article 23 sont recevables à se constituer partie civile devant les juridictions répressives relativement aux faits portant un préjudice à leurs intérêts particuliers ou collectifs.

Art. 26. Les tribunaux pourront prononcer en cas de condamnation l'insertion dans les journaux ou l'affichage de la décision. Dans l'hypothèse d'une décision d'acquiescement, ils pourront en ordonner la publication ou l'affichage aux frais de l'Etat.

Section 3. Disposition transitoire

Art. 27. Les actions commerciales autorisées ou initiées avant l'entrée en vigueur de la présente loi, au titre de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, sont organisées ou poursuivies jusqu'à leur terme autorisé ou décidé.

TITRE 4

Dispositions abrogatoires

Art. 28. Est abrogée la loi du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale telle qu'elle a été modifiée par la loi du 14 mai 1992.

Sont également abrogés:

- l'arrêté royal du 11 avril 1822 concernant l'établissement des foires et marchés modifié par l'arrêté royal du 2 mars 1887,

- l'arrêté royal grand-ducal du 28 juin 1856 relatif à la tenue des foires,
- l'arrêté grand-ducal du 22 mai 1892 concernant la tenue des foires aux jours fériés créés par la loi du 16 février 1892,
- l'arrêté de la Régence du 15 juillet 1840 concernant les transports d'approvisionnements destinés aux marchés et
- l'article 3 de la loi du 15 février 1882 sur les loteries.

Ainsi délibéré en séance plénière, le 16 avril 2002.

Le Secrétaire général,
Marc BESCH

Le Président,
Marcel SAUBER

Service Central des Imprimés de l'Etat

4844/05

N° 4844⁵

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

AMENDEMENTS ADOPTES PAR LA COMMISSION DES CLASSES MOYENNES, DU TOURISME ET DU LOGEMENT

DEPECHE DU PRESIDENT DE LA CHAMBRE DES DEPUTES
AU PRESIDENT DU CONSEIL D'ETAT

(18.6.2002)

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous informer que la Commission des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement vient d'examiner en date du 17 juin 2002 le projet de loi sous objet, ainsi que l'avis y relatif du Conseil d'Etat et qu'elle a décidé de se rallier à l'essentiel des observations faites par votre Haute Corporation.

La Commission voudrait toutefois encore vous proposer deux amendements, qui se présentent comme suit:

Article 1er

La Commission voudrait faire adopter le texte suivant:

„**Art. 1er.**– Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques *de biens neufs* ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.“

Commentaire

La Commission considère que dans un souci de cohérence, il serait utile de préciser également dans l'art. 1er que les ventes aux enchères publiques concernent les biens neufs, étant donné que le Conseil d'Etat lui-même a ajouté cette précision au 3e tiret de l'alinéa 2 de l'art. 25.

Article 20

La Commission propose de compléter le point e) du paragraphe (4) comme suit:

„e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde, d'une vente *sous forme* de liquidation ou *d'une vente aux enchères publiques de biens neufs* conformément aux dispositions des articles 1er à 11 *et 13 de la présente loi.*“

Commentaire

La Commission tient à souligner que contrairement à ce qu'affirme le Conseil d'Etat, l'ancien texte autorise bel et bien la vente à perte dans le cas d'une vente aux enchères publiques d'articles neufs. En effet, l'ancien article 7, dernier alinéa, stipule que les marchandises liquidées (sans distinction entre les cas énumérés à l'article 6) peuvent être vendues à perte. La différence de textes provient du fait que la

réglementation sous avis a sorti le cas de la vente aux enchères du cadre des liquidations pour en faire une section à part.

*

Vu le retard pris par le Luxembourg en matière de transposition de la directive sous objet, je vous prie de bien vouloir faire aviser les amendements ci-dessus dans un délai permettant à la Chambre des Députés d'adopter le projet de loi 4844 encore avant les vacances parlementaires.

Copie de la présente est adressée pour information à Monsieur François Biltgen, Ministre aux Relations avec le Parlement, et à Monsieur Fernand Boden, Ministre des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement.

Veillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma très haute considération.

Jean SPAUTZ
Président de la Chambre des Députés

4844/06

N° 4844⁶

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

AVIS COMPLEMENTAIRE DU CONSEIL D'ETAT

(2.7.2002)

En date du 18 juin 2002, le Président de la Chambre des députés a saisi le Conseil d'Etat de deux amendements élaborés par la Commission des Classes moyennes, du Tourisme et du Logement qui vient d'examiner en date du 17 juin 2002 le projet de loi sous rubrique, ainsi que l'avis y relatif du Conseil d'Etat.

Cette commission a décidé de se rallier à l'essentiel des observations faites par le Conseil d'Etat.

Le premier des deux amendements se rapporte à l'article 1er du projet de loi et il est proposé de préciser que les ventes aux enchères publiques concernent les biens neufs, étant donné que le Conseil d'Etat lui-même a ajouté cette précision au troisième tiret de l'alinéa 2 de l'article 25. Le Conseil d'Etat voudrait rappeler que dans sa conception, l'article 1er précisait le champ d'application général de la loi, alors que les différentes pratiques commerciales dont question étaient précisées aux différentes sections du titre I, en l'occurrence la section 4 en ce qui concerne la vente aux enchères publiques. Quoiqu'il en soit, le Conseil d'Etat peut se rallier à la proposition de ladite commission quant au fond. Quant à la forme, le Conseil d'Etat estime que la formulation proposée risque d'introduire une équivoque en ce sens que les termes „de biens neufs“ pourraient, du point de vue grammatical, se rapporter également aux autres types de ventes énumérés au début de phrase. Il préférerait dès lors rédiger cet article comme suit:

„Art. 1er. Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation et les ventes sur trottoir de biens, ainsi que les ventes aux enchères publiques de biens neufs ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.“

Quant au deuxième amendement, qui se réfère à l'article 20, la commission propose de compléter le point e) du paragraphe 4 par l'ajout des termes „d'une vente aux enchères publiques de biens neufs“ ainsi que par une modification rédactionnelle en précisant qu'il s'agit d'une „vente sous forme de liquidation“.

Le Conseil d'Etat marque son accord quant au fond mais il préférerait la rédaction suivante, les termes „de la présente loi“ étant superfétatoires:

„e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou d'une vente sous forme de liquidation conformément aux dispositions des articles 2 à 11 ou dans le cadre d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions de l'article 13.“

Dans ce même ordre d'idées et dans le souci d'harmoniser la rédaction, le Conseil d'Etat voudrait relever une omission qui s'est glissée à l'article 10 du texte proposé par lui. Aussi convient-il de modifier ce texte comme suit:

„**Art. 10.** Le prix des biens vendus sous forme de liquidation ...“

Ainsi délibéré en séance plénière, le 2 juillet 2002.

Le Secrétaire général,
Marc BESCH

Le Président,
Marcel SAUBER

4844/07

N° 4844⁷

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

**RAPPORT DE LA COMMISSION DES CLASSES MOYENNES,
DU TOURISME ET DU LOGEMENT**

(5.7.2002)

La Commission se compose de: M. Ady JUNG, Président; M. Lucien CLEMENT, Rapporteur; Mme Simone BEISSEL, MM. Jeannot BELLING, Robert GARCIA, Norbert HAUPERT, Jean-Pierre KOEPP, Jeannot KRECKE, Jos SCHEUER, Marco SCHROELL et Claude WISELER, Membres.

*

SOMMAIRE

- I. Antécédents
- II. Généralités
 - A. Directives communautaires
 - a. Directive 84/450/CEE
 - b. Directive 97/55/CE
 - B. Objet du projet de loi
- III. Points saillants de la réforme
 - A. Volet „publicité“
 - a. Publicité trompeuse
 - b. Publicité comparative
 - B. Volet „ventes“
 - a. Ventes en solde
 - b. Ventes sous forme de liquidation
 - c. Ventes sur trottoir
 - d. Ventes avec prime
 - e. Ventes à perte
 - f. Ventes en chaîne
 - C. Volet „loteries, jeux concours et tombolas publicitaires“
 - D. Volet „actes de concurrence déloyale“
 - E. Volet „action en cessation“
 - F. Volet „pénal“
- IV. Analyse des avis et travaux parlementaires
 - A. Avis des chambres professionnelles

- a. Chambre des Employés Privés
- b. Chambre de Commerce
- c. Chambre des Métiers
- d. Chambre de Travail
- B. Avis du Conseil d'Etat
- C. Travaux de la Commission des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement
- V. Commentaire des articles

*

I. ANTECEDENTS

En date du 17 septembre 2001, Monsieur le Ministre des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement a déposé à la Chambre des Députés le projet de loi sous rubrique qui était accompagné d'un exposé des motifs et d'un commentaire des articles.

Ledit projet a été avisé par les chambres professionnelles suivantes:

- Chambre des Employés Privés: avis du 30 octobre 2001,
- Chambre de Commerce: avis du 16 janvier 2002,
- Chambre des Métiers: avis du 28 février 2002,
- Chambre de Travail: avis du 1er mars 2002.

Le Conseil d'Etat a rendu son avis le 16 avril 2002.

Lors de la réunion du 17 juin 2002, la Commission des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement a désigné Monsieur Lucien CLEMENT comme Rapporteur et a examiné le texte du présent projet de loi ainsi que l'avis du Conseil d'Etat. Lors de cette réunion, la commission a adopté deux amendements.

Par dépêche du 18 juin 2002, le Président de la Chambre des Députés a transmis les amendements au Président du Conseil d'Etat.

Le Conseil d'Etat a rendu son avis complémentaire le 2 juillet 2002.

En date du 5 juillet 2002, la Commission a examiné l'avis complémentaire du Conseil d'Etat et a adopté le présent rapport.

*

II. GENERALITES

A. Directives communautaires

En 1978, la Commission a présenté au Conseil une proposition de directive qui portait à la fois sur la publicité trompeuse et déloyale et sur la publicité comparative. En définitive, suite à la réticence de certains Etats, seule la publicité trompeuse a été réglementée dans la directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité trompeuse. Celle-ci prévoit, néanmoins, „dans un deuxième stade de traiter de la publicité déloyale ainsi que, en tant que de besoin, de la publicité comparative, sur la base de propositions appropriées de la Commission“. Cela a été fait dans le cadre de la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

a. Directive 84/450/CEE

Cette directive a pour objet de protéger les consommateurs et les personnes qui exercent une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ainsi que les intérêts du public en général contre la publicité trompeuse et ses conséquences déloyales. En effet, il a été notamment considéré que „la publi-

citée trompeuse risque d'amener le consommateur à prendre, lorsqu'il acquiert des biens ou utilise des services, des décisions qui lui sont préjudiciables et que les disparités entre les législations des Etats membres non seulement aboutissent, dans de nombreux cas, à une protection insuffisante des consommateurs, mais aussi entravent la réalisation de campagnes publicitaires par delà les frontières et ainsi affectent la libre circulation des marchandises et des prestations de services“.

Il s'agit d'une directive minimale dans le sens où les Etats membres peuvent maintenir ou adopter des dispositions plus sévères visant à assurer une protection plus étendue des consommateurs. Elle régleme dans des proportions raisonnables et dans le respect du principe de subsidiarité, puisqu'elle laisse les Etats libres de maintenir ou de mettre en place des organismes d'autorégulation.

b. Directive 97/55/CE

Cette directive poursuit le triple objectif d'apporter un nouvel élément à l'achèvement du marché intérieur, d'améliorer l'information du consommateur et de stimuler la concurrence en introduisant la notion de publicité comparative et en limitant la possibilité pour les Etats membres d'interdire celle-ci.

En effet, dans un environnement ultracompetitif, la publicité comparative est une des techniques les plus utilisées, ou les plus souhaitées, afin de conquérir de nouvelles parts de marché. Mais le recours à cette forme de publicité n'est pas sans faire naître des craintes tant chez les consommateurs que chez les concurrents de l'annonceur qui utilise la publicité comparative.

La directive de 1997 vise un équilibre entre les intérêts des consommateurs et ceux de l'industrie. D'une part, elle résout le problème des annonceurs qui souhaitent lancer des campagnes européennes de publicité comparative et qui doivent faire face, selon les pays, à trois cadres juridiques différents: celui de l'autorisation de ce type de publicité, celui de son interdiction pure et simple, et celui de l'autorisation conditionnelle.

L'acceptation ou l'interdiction de la publicité comparative selon les législations nationales peut, en effet, constituer un obstacle à la libre circulation des biens et services et créer des distorsions de concurrence. Des entreprises peuvent notamment se trouver exposées à des formes de publicité mises en oeuvre par des concurrents auxquelles elles ne peuvent répondre à armes égales. D'autre part, la directive protège les consommateurs par des garde-fous destinés à empêcher toute dérive vers la publicité trompeuse, tout en leur permettant d'accéder à une information plus objective sur les prix et la qualité des biens ou services qui leur sont proposés.

B. Objet du projet de loi

Le présent projet de loi présente un double objet:

En premier lieu, il transpose en droit luxembourgeois la directive 97/55/CE modifiant la directive 84/450/CEE afin d'y inclure la publicité comparative tout en complétant certaines dispositions existantes pour les rendre totalement compatibles avec les normes de la directive de 1984. Cette dernière n'a pas fait l'objet d'une transposition dans notre législation nationale, celle-ci ayant été estimée suffisamment proche de la réglementation européenne.

En deuxième lieu, il abroge la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale et opère une refonte importante de la législation en la matière.

En effet, il est essentiel de libérer les commerçants luxembourgeois d'une série de contraintes et de prohibitions qui ne sont plus justifiées dans le contexte économique actuel et qui constituent un désavantage commercial pour les opérateurs luxembourgeois face à la concurrence des autres pays européens. Cela est d'autant plus vrai au regard de la taille réduite du marché luxembourgeois qui est situé au coeur d'une grande région économique et qui est donc particulièrement sensible aux offres de biens et services de ses proches voisins. Il faut donc tenir compte du mouvement de libéralisation de certaines pratiques commerciales qui est en cours de réalisation à nos frontières.

Il n'en reste pas moins la nécessité de maintenir un juste équilibre entre les intérêts des commerçants et les intérêts du public en général. Voilà pourquoi il est indispensable de maintenir également les garanties et les mesures nécessaires pour assurer une protection suffisante du consommateur.

*

III. POINTS SAILLANTS DE LA REFORME

Les principaux éléments de la réforme touchent aux points suivants:

A. Volet „publicité“

Le projet de loi prévoit l'introduction d'une nouvelle section portant sur la publicité sous le titre relatif à certains abus de la concurrence. Celle-ci comprend une définition de la publicité, une interdiction, reprise de l'ancienne loi, de la publicité favorisant un acte de concurrence déloyale, une interdiction de la publicité trompeuse avec indication exemplative des critères permettant de l'identifier conformément à la directive afférente et une autorisation de la publicité comparative aux conditions strictes énumérées dans la directive.

a. Publicité trompeuse

Lors de l'entrée en vigueur de la directive relative à la publicité trompeuse, il a été estimé que la loi luxembourgeoise comprend déjà la quasi-totalité des dispositions faisant l'objet de la directive. Par conséquent, il a été signalé à la Commission européenne qu'aucune modification de la loi alors en vigueur ne s'imposait, ce qui a été accepté par la Commission européenne. Vu que la directive sur la publicité comparative a été élaborée sur base d'une modification de la directive sur la publicité trompeuse, il a paru opportun de reprendre dans le texte de loi les dispositions concernant la publicité trompeuse sur lesquelles s'articule la publicité comparative.

Au sens du projet de loi et sans préjudice d'autres dispositions particulières y relatives comme par exemple en matière de télévision, une publicité trompeuse est définie comme *„toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur, est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent“*.

Cette définition reprend fidèlement celle donnée par la directive relative à la publicité trompeuse. Il convient de noter que le présent projet ne déroge pas aux dispositions plus restrictives prévues par des lois spéciales en matière de publicité en faveur de médicaments et du tabac et de ses produits.

Pour déterminer le caractère trompeur d'une publicité, les critères suivants seront pris en compte:

- les caractéristiques des biens ou services,
- le prix,
- les conditions de fourniture des biens ou de prestation des services,
- la nature, les qualités et les droits de l'annonceur.

b. Publicité comparative

Il convient de rappeler que l'acceptation ou l'interdiction de la publicité comparative selon les différentes législations nationales pourrait constituer un obstacle à la libre circulation des biens et services et créer des différences de traitement, de sorte que des entreprises pourraient se trouver exposées à des formes de publicité mises en oeuvre par des concurrents auxquelles elles ne pouvaient répondre à armes égales.

La transposition de la directive 97/55/CE modifie fondamentalement la position luxembourgeoise vis-à-vis de la publicité comparative, puisque celle-ci a été jusqu'à présent interdite par la disposition de l'article 17 point g) de la loi du 27 novembre 1986 telle que modifiée par la loi du 14 mai 1992, laquelle prévoit: *„Commet un acte de concurrence déloyale notamment celui qui ... g) fait une publicité comportant des comparaisons avec d'autres concurrents ou avec ses produits ou services.“*

Vu que les dispositions de la directive concernant les conditions de licéité de la publicité comparative sont impératives, elles seront transposées telles quelles.

La publicité comparative est définie comme *„toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent“*.

Les conditions dans lesquelles cette forme de publicité sera considérée comme licite sont les suivantes:

- elle n'est pas trompeuse;

- elle compare des biens ou services répondant à des besoins identiques ou ayant le même objectif;
- elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie;
- elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;
- elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent;
- lorsqu'elle concerne des produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte à des produits ayant la même appellation;
- elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;
- elle ne présente pas un bien ou service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou service portant une marque ou un nom commercial protégés.

B. Volet „ventes“

a. *Ventes en solde*

Après un intense débat, il a été décidé de permettre des promotions tout au long de l'année, au gré des besoins des commerçants. Par ailleurs, il a été relevé que les soldes ne sont plus l'apanage exclusif des commerçants du secteur de la mode, mais de la plupart des branches du commerce, afin de se débarrasser des invendus sans se préoccuper du critère saisonnier des articles. C'est pourquoi, la nouvelle définition de la vente en solde ne comprendra plus le critère de „renouvellement saisonnier de l'assortiment“. De plus, à la différence de la précédente législation, il ne sera plus interdit au commerçant d'emmagasiner en vue ou au cours des soldes, afin de permettre à celui-ci de disposer d'un assortiment suffisamment diversifié pour attirer le consommateur. Néanmoins, seuls les articles que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde continueront à pouvoir être vendus à perte.

L'interdiction des offres de vente ou des ventes promotionnelles pendant les trente jours précédant le début des soldes sera levée. Cette période d'attente, inspirée de la législation belge, qui a eu pour objectif de maintenir une saine concurrence entre les commerçants, s'est révélée en pratique pénalisante à l'égard des commerçants respectueux de la loi, d'une part, par rapport aux commerçants établis au Luxembourg utilisant des moyens détournés pour parvenir à leurs fins et, d'autre part, par rapport à ceux d'un Etat voisin bénéficiant d'une législation moins contraignante en la matière.

b. *Ventes sous forme de liquidation*

Il est proposé de simplifier le texte existant et de reconnaître seulement deux cas de liquidation, à savoir la cessation complète de l'activité commerciale exercée et le cas exceptionnel dûment justifié. La cessation d'une partie des branches commerciales ainsi que la cessation d'une succursale ne pourront pas être autorisées.

Les autres cas, prévus par la législation actuellement en vigueur, ne seront plus automatiquement retenus comme des motifs légaux de liquidation. La raison en est qu'ils ne répondent plus à des impératifs économiques évidents, ceci dans la mesure où il sera possible de pratiquer des ventes promotionnelles, des ventes avec primes et des offres conjointes à tout moment, sans respecter des conditions spécifiques. Toutefois, ces cas pourront faire l'objet d'une demande de liquidation au titre des cas exceptionnels, à condition qu'ils seront dûment justifiés. De plus, les situations pouvant être invoquées comme motif de liquidation sont imprévisibles. La commission consultative devra statuer de cas en cas au vu des justifications fournies par le requérant afin d'émettre un avis pour le Ministre des Classes moyennes.

c. *Ventes sur trottoir*

La vente sur trottoir est définie comme vente en détail en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce, comme c'est notamment le cas lors des braderies ou autres actions commerciales organisées à l'extérieur.

L'autorisation afférente restera de la compétence exclusive du collège échevinal de chaque commune. Cette autorité communale sera également seule compétente pour l'autorisation relative à l'organisation des foires et marchés. La législation datant des années 1822 et suivantes sera intégralement abrogée dans le but d'une simplification administrative. Le nombre des manifestations commerciales à organiser sera laissé à l'appréciation du collège échevinal. Cette grande liberté permettra à chaque collège échevinal d'adapter ce nombre aux besoins des commerçants. Néanmoins, il y a lieu de rappeler que les dispositions de la loi d'établissement devront être strictement respectées. Le Ministre des Classes moyennes devra être informé des dates choisies pour pouvoir transmettre l'information à ceux qui en feront la demande.

d. *Ventes avec prime*

La vente avec prime sera complètement libéralisée. Une telle libéralisation devrait, d'un côté, largement simplifier la tâche des commerçants de détail travaillant avec des produits conditionnés à l'étranger sous l'empire de législations moins strictes que ne l'a été la nôtre jusqu'à présent et, d'un autre côté, dynamiser la consommation par un nouvel attrait ajouté aux produits mis en vente sur le territoire national.

Grâce à cette nouvelle orientation, des techniques de vente innovantes existant déjà dans d'autres Etats membres de l'Union européenne ainsi que dans le cadre de la vente à distance pourront être mises en oeuvre par les commerçants qui le souhaiteront, le tout dans le respect des règles de saine concurrence et à l'exclusion de toute infraction aux règles régissant entre autres la publicité.

e. *Ventes à perte*

Cette section est reprise de l'ancienne législation. L'innovation majeure porte sur l'extension de l'interdiction de la vente à perte à l'offre et à la fourniture de prestations de services.

f. *Ventes en chaîne*

Jusqu'à présent, dans notre pays, les ventes en chaîne ou ventes en boule de neige n'ont fait l'objet d'aucune réglementation spécifique, alors qu'elles sont interdites dans les pays voisins. Or, ces pratiques de vente, qui utilisent l'accroissement mathématique et exponentiel d'un réseau, reposent sur diverses pratiques commerciales déloyales et sur de nombreuses infractions à la législation, comme par exemple en matière de droit d'établissement, de législation sociale et fiscale. Dans certains cas, elles sont à qualifier d'escroquerie.

Dès lors, il est proposé d'interdire les ventes en chaîne ou en boule de neige. Il s'agit d'éviter que certains ne saisissent l'occasion d'un vide juridique en la matière pour installer sur notre territoire leur base d'activités.

C. Volet „loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires“

Par rapport à la législation actuelle qui n'aborde pas ce sujet, le texte proposé réglera désormais ces pratiques commerciales. Jusqu'à présent, celles-ci ont été régies par le seul droit commun et les interdictions de concurrence déloyale et de vente avec prime de la loi de 1986 telle que modifiée par la suite, cette dernière interdiction étant levée par la présente loi. En effet, la loi sur les loteries du 15 février 1882, telle que modifiée par la loi du 20 avril 1977 relative à l'exploitation des jeux de hasard et des paris relatifs aux épreuves sportives, se borne à indiquer que sont réputés autorisés et licites les jeux concours publicitaires ainsi que les tombolas gratuites destinées exclusivement à des fins de propagande commerciale.

Or, cette forme de communication commerciale, en plein essor, est souvent génératrice de nombreuses frustrations, réclamations et plaintes de la part de consommateurs. En outre, elle constitue une source de distorsion de concurrence, pour cause d'actes de concurrence déloyale, entre le commerce classique et le secteur de vente à distance, plus particulièrement celui de la vente par correspondance actuellement, sans préjuger d'un développement possible sur internet. Enfin, il apparaîtrait, suite aux travaux du groupe de réflexion sur les communications commerciales de la Commission européenne, que le Grand-Duché serait le seul Etat membre à ne pas avoir réglementé ces différentes pratiques.

D. Volet „acte de concurrence déloyale“

La définition de l'acte de concurrence déloyale est reprise de la législation précédente. La seule innovation est qu'un acte de concurrence déloyale pourra également être le fait d'une personne exerçant une profession libérale.

Les directives précitées visent également les professions libérales. Cependant, il ne faut pas y voir une tentative d'assimilation des professions libérales aux professions commerciales au sens large. Cette extension ne préjuge en rien les interdits et obligations auxquels sont soumises les professions libérales en vertu d'une législation spéciale ou d'un code de déontologie.

E. Volet „action en cessation“

Il est proposé de reprendre l'action en cessation, prévue par la législation actuellement en vigueur, avec quelques petites adaptations et une référence aux mesures législatives ou réglementaires, qui en exécution de la directive 98/27/CE relative aux actions en cessation en matière de protection des intérêts des consommateurs, telle que modifiée par la suite, modifieront les présentes dispositions.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le juge pourra désormais appliquer un renversement de la charge de la preuve. Plus particulièrement, ce sera l'annonceur qui devra apporter les preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraîtra appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce, faute de quoi le juge pourra considérer ces données de fait comme inexacts.

Il s'agit là d'une innovation à l'avantage du commerçant lésé ou du consommateur trompé, qui souhaite intenter une action en cessation et qui n'aura plus besoin de reculer devant la difficulté d'apporter au moins un début de preuve quant à la fausseté des allégations en cause dans ladite publicité. En outre, la tâche du juge sera également facilitée. Enfin, ce renversement de la charge de la preuve devrait avoir un effet préventif, en ce sens qu'il devrait entraîner une diminution des publicités à risque.

F. Volet „pénal“

Au niveau des pénalités, la grande nouveauté réside dans la volonté de sanctionner pénalement tous les actes constitutifs d'abus de concurrence.

En effet, si l'action en cessation est assurément la solution la plus rapide et la moins onéreuse pour un commerçant et dans une moindre mesure pour un consommateur susceptible d'être lésé par des actes contraires aux dispositions de la présente loi, il faut cependant constater que ni l'un, ni l'autre, ni leurs organisations respectives n'ont usé fréquemment de cette procédure. Celle-ci est aujourd'hui institutionnalisée au niveau communautaire par la directive 98/27/CE précitée en ce qui concerne la protection des intérêts collectifs des consommateurs par le biais des associations „qualifiées“, qui pourront former des actions en cessation intracommunautaires.

L'utilité de sanctions pénales en cas de récidive dans les cinq ans, après une ordonnance de cessation ou d'interdiction, disparaît puisque les infractions visées actuellement dans le texte de loi seront susceptibles d'être sanctionnées pénalement dès la première fois.

Enfin, l'intérêt de pouvoir prononcer des condamnations pénales réside dans une sanction supplémentaire prévue par la loi d'établissement, laquelle prévoit que l'autorisation d'établissement peut être refusée ou révoquée dans le cas où l'intéressé a été condamné pénalement du chef d'infractions aux dispositions légales en matière de concurrence déloyale, ce qui est le terme générique pour qualifier l'ensemble des infractions à la législation sur les pratiques de commerce.

*

IV. ANALYSE DES AVIS ET TRAVAUX PARLEMENTAIRES

A. Avis des chambres professionnelles

a. *Chambre des Employés Privés*

Dans son avis du 30 octobre 2001, la Chambre des Employés Privés „reconnait la nécessité de réviser la législation relative aux pratiques commerciales et de s'adapter aux réglementations en vigueur dans nos pays voisins“. Vu que les techniques de vente évoluent constamment, le Grand-Duché devrait se doter d'une législation moderne en cette matière.

Sous réserve de quelques observations ponctuelles, la Chambre des Employés Privés se déclare d'accord avec le projet de loi sous référence.

b. *Chambre de Commerce*

Dans son avis du 16 janvier 2002, la Chambre de Commerce salue le fait qu'elle a été étroitement impliquée, ensemble avec la Confédération Luxembourgeoise du Commerce, dans les travaux préparatoires du présent projet de loi. Elle rappelle que la directive 97/55/CE aurait dû être transposée pour au plus tard le 23 avril 2000. Elle cite une jurisprudence luxembourgeoise qui aurait conclu à l'applicabilité directe de cette directive au Grand-Duché.

Ensuite, la Chambre de Commerce se rallie entièrement aux „vues des auteurs du projet de loi lorsqu'ils estiment qu'au vu de la taille réduite du marché luxembourgeois, il est impératif de tenir compte de la libéralisation des pratiques de commerce en cours de réalisation au-delà de nos frontières“. Dans ce contexte, elle estime que „l'objet primaire des règles en matière de concurrence déloyale n'est pas celui de la protection des consommateurs, mais qu'il s'agit principalement de créer les conditions légales devant assurer une saine concurrence entre les vendeurs ou prestataires de service professionnels, ce qui, évidemment, aura un effet indirect positif pour les consommateurs“.

Enfin, la Chambre de Commerce salue expressément les efforts de libéralisation de la législation luxembourgeoise en matière de concurrence déloyale. Toutefois, elle se réfère à une publication récente d'un document de la Communauté européenne du 2 octobre 2001 par lequel „la Commission entend pousser la libéralisation des pratiques de commerce encore au-delà de ce qui est prévu par le projet de loi dans la teneur sous avis“.

c. *Chambre des Métiers*

Dans son avis du 28 février 2002, la Chambre des Métiers approuve le projet de loi, qui correspondrait en grande partie à ses propres visions.

Elle est d'avis qu'il s'agit d'une „réglementation équilibrée qui vise à protéger les intérêts du public en général et des professionnels exerçant une activité artisanale, commerciale, industrielle ou libérale en particulier, contre des actes de concurrence déloyale et d'établir les conditions dans lesquelles certaines pratiques commerciales sont licites“. Enfin, elle est d'avis qu'avec ce nouveau cadre légal, „le marché luxembourgeois, situé au coeur de la Grande Région et donc particulièrement sensible aux offres de biens et de services des pays limitrophes, devrait par ailleurs être en mesure de mieux soutenir la concurrence étrangère“.

d. *Chambre de Travail*

Dans son avis du 1er mars 2002, la Chambre de Travail „salue la volonté du législateur de mettre à jour la législation sur la concurrence déloyale. En effet, la législation existante est souvent trop protectionniste et trop axée sur la défense de la cause des commerçants en oubliant souvent les intérêts légitimes des consommateurs, notamment en matière de transparence“.

Pendant, elle réclame une réglementation luxembourgeoise „qui devrait donner aux pouvoirs publics des moyens réels et efficaces visant à prévenir et à sanctionner les abus de position dominante“. Vu que le projet comprend un nombre important d'interdictions, il faudrait encore créer un organisme de contrôle afin de vérifier si ces dispositions sont respectées ou non.

B. Avis du Conseil d'Etat

Dans son avis du 16 avril 2002, le Conseil d'Etat estime que le projet de loi sous rubrique constitue un „*texte carrefour qui regroupe dans un seul corps l'ensemble des dispositions gouvernant le comportement des commerçants entre eux et face aux consommateurs*“. Ledit projet viserait simultanément „à alléger la législation existante, à assouplir la rigueur de cette législation, et enfin à réglementer des pratiques qui jusqu'ici, étaient soit interdites – c'est le cas de la publicité comparative –, soit étaient imparfaitement réglementées (les loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires), soit encore n'étaient pas réglementées du tout (la vente en chaîne)“.

Ensuite, la Haute Corporation regrette que „*les auteurs du projet de loi n'aient pas établi de tableau de correspondance, énonçant d'un côté les dispositions à transposer, de l'autre côté l'endroit précis où elles sont transposées en droit luxembourgeois*“. Elle exige qu'un „*tel tableau devrait désormais être joint chaque fois que nécessaire*“.

Le Conseil d'Etat marque son accord avec le projet de loi dans son ensemble, même s'il émet un certain nombre d'observations et critiques qui seront examinées au niveau du commentaire des articles. L'avis comprend encore une proposition de texte du Conseil d'Etat.

C. Travaux de la Commission des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement

La Commission s'est ralliée à l'essentiel des observations faites par le Conseil d'Etat. Toutefois, elle a proposé deux amendements.

Le premier amendement précise au niveau de l'article 1er que les ventes aux enchères publiques concernent les „*biens neufs*“. Le deuxième amendement complète le point e) du paragraphe 4) en précisant que l'interdiction de vente à perte n'est pas applicable „*lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde, d'une vente sous forme de liquidation ou d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions des articles 1er à 11 et 13 de la présente loi*“.

Dans son avis complémentaire du 2 juillet 2002, le Conseil d'Etat se rallie quant au fond aux propositions d'amendement des articles 1er et 20, quatrième alinéa, point e), mais propose pour chacun d'eux une nouvelle rédaction, laquelle sera commentée ci-dessous dans le point IV relatif au commentaire des articles.

Par ailleurs, le Conseil d'Etat relève une omission qui s'est glissée à l'article 10 du texte proposé dans son premier avis.

*

V. COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1er

La Commission a décidé de remplacer la formulation „*les liquidations*“ par celle de „*les ventes sous forme de liquidation*“ proposée par le Conseil d'Etat, vu que ce libellé figurait également dans la législation antérieure.

Cet article a également fait l'objet d'un amendement parlementaire élaboré dans un souci de cohérence avec l'article 25 du projet de loi. Il est ainsi précisé également à l'endroit de l'article 1er que les ventes aux enchères publiques visent les biens neufs. La Commission propose de faire adopter le texte suivant:

„**Art. 1er.**– *Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation, les ventes sur trottoir et les ventes aux enchères publiques de biens neufs ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.*“

Dans son avis complémentaire du 2 juillet 2002, le Conseil d'Etat relève que la formulation proposée risque d'introduire une équivoque en ce sens que les termes de „*biens neufs*“ pourraient du point de vue grammatical, se rapporter également à d'autres types de ventes énumérés au début de phrase. La rédaction proposée par le Conseil d'Etat peut être reprise à l'exception de la précision concernant les ventes sur trottoir, lesquelles sont dénommées par le Conseil d'Etat comme étant des ventes sur trottoir de biens. Cet ajout, d'ailleurs non commenté, serait de nature à susciter de vaines discussions. Il est à

remarquer que l'ancien texte ne précisait pas que les ventes sur trottoir ne visaient que des biens et qu'aucune difficulté d'interprétation n'a été signalée à ce sujet.

La Commission propose de faire adopter le texte suivant:

„Art. 1er.– Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation et les ventes sur trottoir, ainsi que les ventes aux enchères publiques de biens neufs ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.“

Articles 2 à 4

Sans commentaire.

Article 5

Alinéa 1er

Afin d'éviter tout équivoque, le Conseil d'Etat a recommandé dans son avis de formuler l'alinéa 1er comme suit: „*Les ventes en soldes ne peuvent avoir lieu que deux fois par an, chaque période de soldes ne pouvant excéder la durée d'un mois au maximum*“, libellé auquel s'est ralliée la Commission.

Alinéa 2

Etant donné que la fixation des dates de début et de fin des périodes de soldes se fera par règlement grand-ducal, la référence à une consultation des chambres professionnelles figurant dans le texte initial est superflue. La Commission partage cet avis du Conseil d'Etat, de sorte que l'alinéa 2 se lira comme suit: „*Un règlement grand-ducal fixe chaque année les dates d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.*“

Article 6

Suivant le Conseil d'Etat la formulation initiale du point 2 du paragraphe (1) pose le problème qu'il n'est pas envisageable que des cas exceptionnels fassent l'objet d'une autorisation, vu que par définition certains de ces cas sont imprévisibles. La Commission se rallie au texte proposé par le Conseil d'Etat, à savoir: „*2. Cas exceptionnels dûment justifiés*“, tout comme elle reconnaît le bien-fondé de l'observation qu'il faut réorganiser l'article 6, vu que la disposition sub point 3. ne rentre pas dans les cas de liquidation et doit par conséquent être présentée séparément.

Article 7

La première phrase du paragraphe (1) est modifiée en ce sens qu'il suffira qu'un avis de la commission consultative ait été demandé. Le Conseil d'Etat estime en effet qu'il faudra éviter de freiner la procédure d'autorisation des ventes sous forme de liquidation par le fait que cet avis n'est éventuellement pas rendu.

Le Conseil d'Etat propose également d'ajouter un second alinéa repris du point 4 de l'article 9, en y ajoutant une précision concernant les cas exceptionnels. Or, il semble que le Conseil d'Etat interprète la disposition critiquée relative au délai pour introduire la demande de liquidation, à savoir quinze jours après l'événement en cause, comme permettant de demander une autorisation de liquidation après avoir réalisé cette opération. Cette disposition relative au délai à observer pour introduire la demande de liquidation au motif du cas exceptionnel est calquée sur la disposition de la loi antérieure relative au délai à observer dans le cas de dégâts graves occasionnés par un sinistre à la totalité ou à une partie importante du stock et dans les cas de force majeure. La formulation utilisée dans l'ancienne législation n'a jamais fait l'objet de critiques ou généré de quiproquo. Il faut en effet que l'événement justifiant la demande de liquidation pour cas exceptionnel (par ex.: inondation, feu, dégâts de toute sorte, travaux sur la voie publique) se soit produit, pour que le commerçant puisse l'invoquer à l'appui de sa demande de liquidation. Que le commerçant envisage ou non, suite à sa liquidation, de procéder à un déménagement ou à une transformation n'est plus l'élément déterminant susceptible de lui ouvrir le droit à la liquidation. Le commentaire de l'article 6 précise que les cas prévus par l'ancienne législation et non repris dans le projet actuel peuvent rentrer dans le cas exceptionnel dûment justifié. Dès lors un simple déménagement ne donnera plus droit à une autorisation de liquidation, alors qu'une demande en liquidation pour déménagement suite à un sinistre sera examinée au titre du cas exceptionnel. Il en sera de même pour une demande de liquidation pour cause de transformation si la raison de la transformation peut constituer un cas exceptionnel. Il est également évident que le sinistre, la vente d'un stock recueilli par un héritier ou

ayant droit d'un commerçant décédé et le cas de force majeure seront analysés dans le cadre du cas exceptionnel. Des travaux sur la voie publique pourront également être considérés, suivant les circonstances, comme cas exceptionnel. Toutes les demandes en liquidation pour cas exceptionnel devront se baser sur un événement qui les justifie: le sinistre, la mort du commerçant et l'identification de son héritier, le cas de force majeure se seront déjà produits et les preuves y relatives devront être fournies à l'appui de la demande de liquidation. Quant aux travaux sur la voie publique, ils devront soit être en cours de réalisation, soit avoir été programmés par les autorités compétentes; dans ce cas également les pièces y relatives devront être jointes au dossier. Le règlement grand-ducal à prendre sur base de l'article 7 (2) précisera les renseignements et documents à produire. Dans tous les cas, que la demande soit basée sur le motif de la cessation ou sur celui du cas exceptionnel, ce n'est qu'après avoir obtenu l'autorisation de liquidation que le commerçant pourra procéder à la vente sous forme de liquidation.

La Commission a par conséquent décidé de ne pas suivre le Conseil d'Etat et de maintenir le texte initial.

Pour ce qui est du paragraphe (5) de l'article 7 la Commission est d'accord avec le Conseil d'Etat pour remplacer le recours en réformation par un recours en annulation afin de maintenir le parallélisme avec le recours en matière de droit d'établissement. Etant donné que le recours en annulation constitue un recours de droit commun, il est superflu de le mentionner dans le texte.

Article 8

L'article 8 a été adopté dans la version proposée par le Conseil d'Etat, vu qu'une limitation de la durée des liquidations à six mois, prolongation comprise, aurait été trop stricte dans le cas d'une liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, un délai de six mois pouvant en effet s'avérer trop court en raison de la taille du stock à écouler. La liquidation peut ainsi suivant le texte retenu être prolongée jusqu'à un an au maximum.

Article 9

Cet article est maintenu dans la version déposée, c'est-à-dire que le paragraphe 4 n'est pas transféré à l'article 7 (pour le commentaire, voir sub article 7).

Article 10

La Commission a décidé de supprimer comme le demande le Conseil d'Etat l'exception des prix imposés, conformément aux dispositions de la loi sur les pratiques commerciales restrictives. Par contre, il n'a pas été possible de rejoindre l'avis de la Haute Corporation de prévoir dans le cas d'une vente aux enchères publiques d'articles neufs l'obligation de vendre ces articles à un prix réellement inférieur au prix habituel.

Dans son avis complémentaire du 2 juillet 2002, le Conseil d'Etat, relève qu'une omission s'est glissée dans le texte qu'il a proposé dans son premier avis et qui concerne l'insertion des mots „sous forme de“ entre les termes „biens vendus“ et „liquidation“, la préposition „en“ devant être supprimée.

La Commission propose de faire adopter le texte suivant:

„Art. 10.– Le prix des biens vendus sous forme de liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens. Par dérogation à l'article 20, les biens à liquider que le vendeur a détenu en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.“

Articles 11 à 19

Sans commentaire.

Article 20

En vue de plus de clarté, l'art. 20 sera subdivisé en quatre paragraphes, comme proposé par le Conseil d'Etat. Pour des raisons de cohérence, sa proposition d'ajouter à la fin du point d) du paragraphe 4 la référence aux prestations de service, est également retenue, de sorte que ce point d) se lira comme suit:

„d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de services est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants, pour un bien ou un service identique;“

L'art. 20 a également fait l'objet d'un amendement de la Commission qui a complété le point e) du paragraphe (4) comme suit:

„e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde, d'une vente sous forme de liquidation ou d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions des articles 1er à 11 et 13 de la présente loi.“

La Commission tient en effet à souligner que, contrairement à ce qu'affirme le Conseil d'Etat, l'ancien texte autorise bel et bien la vente à perte dans le cas d'une vente aux enchères publiques d'articles neufs. L'ancien article 7, dernier alinéa, stipule ainsi que les marchandises liquidées (sans distinction entre les cas énumérés à l'article 6) peuvent être vendues à perte. La différence de textes provient du fait que la réglementation sous avis a sorti le cas de la vente aux enchères du cadre des liquidations pour en faire une section à part.

Dans son avis complémentaire du 2 juillet 2002, le Conseil d'Etat propose une nouvelle rédaction du point e) qui se lit de la façon suivante: „e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou d'une vente sous forme de liquidation conformément aux dispositions des articles 2 à 11 ou dans le cadre d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions de l'article 13.“

La Commission propose de faire adopter tel quel le texte rédigé par le Conseil d'Etat.

Article 21

La possibilité de demander au gagnant d'un lot une participation aux frais a été supprimée au point d) par la Commission, parce que, comme l'a fait remarquer le Conseil d'Etat, cela risquait d'ouvrir la porte à toutes sortes d'abus et permettrait de rendre le gain sans objet réel.

En ce qui concerne la formulation du point e) critiquée par le Conseil d'Etat, parce que susceptible selon lui d'être générateur de litiges, alors qu'il ne serait pas spécifié qui évaluerait et suivant quels critères, il faut tout d'abord relever que la disposition en cause, à savoir: *„l'annonceur qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.“* existe, telle qu'elle a été rédigée dans le projet de loi sous avis, en droit allemand (le nouveau § 661 du BGB – Bürgerliches Gesetzbuch – se lit comme suit: *„Ein Unternehmer, der Gewinnzusagen oder vergleichbare Mitteilungen an Verbraucher sendet und durch die Gestaltung dieser Zusendung den Eindruck erweckt, dass der Verbraucher einen Preis gewonnen hat, hat dem Verbraucher diesen Preis zu leisten.“*) et en droit autrichien et que de la jurisprudence est déjà disponible, même si le juge luxembourgeois n'est habituellement pas porté à utiliser des jurisprudences de droit germanique. L'utilisation d'arguments publicitaires du style „vous avez gagné ...“ est surtout le fait de sociétés utilisant la vente par correspondance dont plusieurs sévissent déjà depuis de nombreuses années sur notre territoire (e.a. Trois Suisses, Yves Rocher, Reader's Digest). Il s'agit d'une véritable arnaque qui a également un effet négatif sur la concurrence, puisque de nombreux consommateurs passent commande en renvoyant le bon gagnant. La mesure préconisée dans le projet de loi devrait avoir un effet dissuasif pour les entreprises qui utiliseraient ce genre de publicité. Il est à noter que des consommateurs belges ont eu gain de cause devant leurs tribunaux pour des cas similaires. Les tribunaux luxembourgeois appliqueront, comme les tribunaux allemands et autrichiens, au cas par cas l'article 21. Il existe déjà en droit luxembourgeois une disposition similaire, à savoir l'article 11 de la loi sur la protection juridique des consommateurs qui stipule que les déclarations publicitaires font partie intégrante du contrat. Cette disposition n'a pas donné lieu à des recours abusifs de la part des consommateurs. Il est vraisemblable qu'une certaine moralisation des pratiques devrait suivre l'introduction de cette disposition novatrice limitant le nombre des recours. Le commerce classique qui n'utilise pas ces publicités illégales n'a rien à craindre de recours soit-disant abusifs, mais tout à gagner de ce renforcement de la législation.

La formulation préconisée par le Conseil d'Etat, à savoir *„l'annonceur ne doit pas faire naître l'impression que le consommateur a gagné un lot“* fait disparaître le seul argument vraiment dissuasif qui est la remise effective du lot utilisé comme appât. L'ULC qui attache une très grande importance au maintien du texte critiqué a rédigé un avis sur ce point pour justifier son maintien.

La Commission se prononce finalement pour le maintien du texte déposé par le Gouvernement.

Article 22

Sans commentaire.

Article 23

La Commission s'est ralliée aux deux premières observations faites par le Conseil d'Etat à l'égard de l'art. 23, à savoir:

- la référence à la directive relative aux actions en cessation a été supprimée, vu que cette directive est en train d'être transposée par le projet de loi 4861
- l'opposition comme voie de recours à l'ordonnance de référé est maintenue, ce qui signifie que la mention y relative est supprimée dans le texte, vu qu'il s'agit d'une disposition du droit commun.

Par contre, la Commission n'a pas voulu suivre le Conseil d'Etat au sujet de sa proposition d'ajouter au point b) la matérialité des données de fait.

Le texte du projet de loi reprend à cet endroit mot à mot les termes utilisés dans la directive du 10 septembre 1984 telle que modifiée par la suite. Vu l'expérience négative faite récemment en matière de transposition non conforme d'une directive (voyages à forfait), la proposition du Conseil d'Etat n'a pas paru acceptable.

Article 24

La formulation „*non susceptible d'appel ou d'opposition*“, qui figure dans le projet de loi tel qu'il a été déposé, et qui a été reprise de la législation actuellement en vigueur, a fait l'objet d'une observation de la part du Conseil d'Etat, qui voudrait la remplacer par „*coulée en force de chose jugée*“. La Commission a décidé d'adopter la version proposée par le Conseil d'Etat, même si en fait les deux formulations sont équivalentes.

Article 25

1er alinéa

La Commission a adopté cet alinéa dans la version du Conseil d'Etat (pour le commentaire, voir sub article 24).

2e alinéa, 3e tiret

Les termes „*enchères publiques*“ sont complétés par les mots „*de biens neufs*“, comme le demande le Conseil d'Etat (voir également le commentaire de l'article 1er).

Article 26

La version initiale de cet article a été modifiée en ce sens que suite à la demande du Conseil d'Etat, la Commission en a éliminé tout ce qui est repris du droit commun, en y ajoutant une dernière phrase relative à la publication ou à l'affichage en cas d'acquiescement.

Article 27

La Commission s'est ralliée à la proposition du Conseil d'Etat d'élargir la disposition transitoire afin d'englober les différents types d'actions commerciales autorisés ou en cours sur base des dispositions de la loi antérieure, e.a. les soldes. En effet, la nouvelle loi pourrait entrer en vigueur alors que les soldes de l'été 2002 sont en cours.

*

Compte tenu des observations qui précèdent, la Commission des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement recommande à la Chambre des Députés de voter le projet de loi dans la teneur suivante:

*

TEXTE PROPOSE PAR LA COMMISSION

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

TITRE 1

De certaines pratiques commerciales

Art. 1er. Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation et les ventes sur trottoir, ainsi que les ventes aux enchères publiques de biens neufs ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.

Section 1. – Des ventes en solde

Art. 2. Est considérée comme vente en solde, toute offre de vente ou toute vente à des prix réduits pratiquée par un détaillant pendant la période des soldes, telle que prévue aux articles 3 à 5 de la présente loi.

Art. 3. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en utilisant le terme „solde(s)“ soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi que toute dénomination ou présentation suggérant une vente en solde en dehors des cas et conditions prévus aux articles de la présente section.

Art. 4. La vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

Les prix des biens offerts en solde doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

Par dérogation à l'article 20, les biens soldés que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde peuvent être vendus à perte.

Art. 5. Les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an, chaque période de soldes ne pouvant excéder la durée d'un mois au maximum.

Un règlement grand-ducal fixe chaque année les dates d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.

La publicité relative à chacune de ces périodes de soldes ne peut débuter qu'à partir du septième jour précédant les dates ainsi déterminées.

Section 2. – Des ventes sous forme de liquidation

Art. 6. (1) Les ventes sous forme de liquidation en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'une partie d'un stock ne peuvent avoir lieu que dans les cas suivants:

1. cessation complète de l'activité commerciale exercée;
2. cas exceptionnels dûment justifiés.

(2) Sauf en cas de circonstances exceptionnelles dûment justifiées et sur autorisation du ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu dans les locaux où les articles à liquider sont habituellement vendus. Elles ne peuvent être fractionnées.

Art. 7. (1) Les ventes sous forme de liquidation et leur prolongation sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, l'avis d'une commission consultative composée de représentants dudit ministère et des organisations professionnelles concernées demandé;

les modalités de fonctionnement de la commission sont déterminées par règlement grand-ducal. L'action commerciale ne peut commencer avant l'autorisation ministérielle.

Dans les cas énoncés au paragraphe 1er, point 2 de l'article 6, la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause.

(2) Un règlement grand-ducal précise les renseignements et documents à produire à l'appui de la demande d'autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué.

(3) En cas de fausses indications données à l'appui d'une demande, l'autorisation de liquidation peut être refusée ou révoquée.

(4) Il doit être fait mention de l'autorisation ministérielle de liquidation sur la devanture du local commercial et dans toute publicité, annonce ou affiche de la vente sous forme de liquidation. Les dispositions qui précèdent ne s'appliquent pas aux ventes sous forme de liquidation en exécution d'une décision judiciaire, dans ce cas, la juridiction, le numéro et la date du jugement sont à indiquer dans toute mention de la liquidation.

Art. 8. Les ventes sous forme de liquidation, prolongation comprise, ne doivent pas dépasser six mois. Toutefois, en cas de vente sous forme de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, une prolongation jusqu'à au maximum un an peut être accordée dans les formes de l'article 7, paragraphe 1er.

Art. 9. (1) Les ventes sous forme de liquidation prévues au point 1 de l'article 6 doivent précéder immédiatement l'événement en cause; le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux de l'exploitation est interdit.

(2) Aucune vente sous forme de liquidation visée au point 1 de l'article 6 ne peut être autorisée au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce.

(3) Les liquidations prévues au point 1 de l'article 6 impliquent pour le commerçant la renonciation au commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans, à calculer à partir du jour suivant celui où le commerçant a mis fin à son activité.

Pendant cette période, il est également interdit à ce commerçant de reprendre ou de recommencer un commerce de la ou des mêmes branches commerciales par l'intermédiaire d'une société dans laquelle il serait associé majoritaire ou dans laquelle il ferait intervenir sa qualification professionnelle en vue de l'obtention de l'autorisation d'établissement.

Cette même interdiction vaut pour l'associé majoritaire et le dirigeant social, répondant aux exigences de l'accès à la profession au sens de la législation en matière de droit d'établissement, d'une société ayant obtenu une autorisation de liquidation qui voudrait reprendre ou recommencer le même commerce sous forme individuelle ou sous le couvert d'une autre société commerciale.

Art. 10. Le prix des biens vendus sous forme de liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens. Par dérogation à l'article 20, les biens à liquider que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.

Art. 11. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en recourant au terme de „liquidation(s)“, soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi qu'à toute autre dénomination ou présentation suggérant une vente sous forme de liquidation dans des cas autres que ceux prévus à l'article 6.

La publicité relative à une vente sous forme de liquidation ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de cette vente.

Section 3. – Des ventes sur trottoir

Art. 12. Aux fins de la présente loi, on entend par „vente sur trottoir“: la vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce.

Il est réservé au collège des bourgmestre et échevins de chaque commune d'autoriser aux professionnels disposant d'une autorisation d'établissement afférente l'organisation des ventes sur trottoir.

Le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes est informé par écrit des dates choisies.

Section 4. – Des ventes aux enchères publiques de biens neufs

Art. 13. Les ventes aux enchères publiques de biens neufs en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens ne sont autorisées qu'à titre exceptionnel et peuvent avoir lieu uniquement par l'intermédiaire d'un officier ministériel.

Les ventes aux enchères publiques sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, l'avis de la commission consultative prévue à l'article 7 point 1 de la présente loi demandé.

Il doit être fait mention de l'autorisation dans toute annonce ou affiche de la vente et l'officier ministériel doit en donner connaissance aux acheteurs avant de procéder aux enchères.

La publicité relative à une vente aux enchères ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant cette vente.

TITRE 2

De certains abus de concurrence

Section 1. – De la concurrence déloyale

Art. 14. Commet un acte de concurrence déloyale toute personne qui exerce une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale qui, par un acte contraire soit aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, soit à un engagement contractuel, enlève ou tente d'enlever à ses concurrents ou à l'un d'eux une partie de leur clientèle ou porte atteinte ou tente de porter atteinte à leur capacité de concurrence.

Section 2. – De la publicité

Art. 15. Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité“ toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

Art. 16. Est interdite toute publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi.

Art. 17. (1) Est interdite toute publicité trompeuse. Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité trompeuse“: toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent.

(2) Pour déterminer si une publicité est trompeuse, il est tenu compte de tous ses éléments notamment de ses indications concernant:

- a) les caractéristiques des biens ou services, telles que leur disponibilité, leur nature, leur exécution, leur composition, le mode et la date de fabrication ou de prestation, leur caractère approprié, leurs utilisations, leur quantité, leurs spécifications, leur origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentiels des tests ou contrôles effectués sur les biens ou les services;
- b) le prix ou son mode d'établissement et les conditions de fourniture des biens ou des prestations de services;
- c) la nature, les qualités et les droits de l'annonceur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les prix qu'il a reçus ou ses distinctions.

Art. 18. (1) Aux fins de la présente loi, on entend par „publicité comparative“: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

(2) Pour autant que la comparaison est concernée, la publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites:

- a) elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 17 de la présente loi;
- b) elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif;
- c) elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie;
- d) elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;
- e) elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent;
- f) pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;
- g) elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;
- h) elle ne présente pas un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

(3) Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des biens et des services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

Art. 19. Peut seul être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions des articles 16, 17 et 18 l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, au cas où ce dernier ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au Grand-Duché de Luxembourg, l'action en cessation peut également être intentée à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle produise ses effets.

Section 3. – De la vente à perte

Art. 20. (1) Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un bien ou une prestation de services à perte. La même interdiction s'applique au grossiste toutes les fois où le commerçant-détaillant se trouve sous la dépendance juridique ou économique du commerçant-grossiste.

(2) Est considérée comme une vente à perte d'un bien, toute vente à un prix qui n'est pas au moins égal au prix auquel le produit a été facturé lors de l'approvisionnement ou auquel il serait facturé en cas de réapprovisionnement, si ce dernier prix est inférieur. Par prix facturé on entend le prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause.

(3) Est considérée comme prestation de services à perte, toute prestation de services à un prix inférieur au prix de revient du service.

(4) L'interdiction prévue aux alinéas qui précèdent n'est pas applicable:

- a) aux biens susceptibles d'une détérioration rapide et dont la conservation ne peut plus être assurée;
- b) aux biens dont la valeur commerciale se trouve profondément diminuée du fait de leur détérioration, d'une réduction de leurs possibilités d'utilisation ou d'une modification fondamentale de la technique;

- c) aux biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère s'il est manifeste que ces biens ne peuvent plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque est passé l'événement;
- d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de service est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants, pour un bien ou un service identique;
- e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou d'une vente sous forme de liquidation conformément aux dispositions des articles 2 à 11 ou dans le cadre d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions de l'article 13.

Section 4. – Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Art. 21. Est licite et autorisée par la présente loi l'organisation de loteries, de jeux-concours et de tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale, pour autant qu'ils répondent aux conditions énumérées ci-dessous:

- a) l'annonceur d'une loterie, d'un jeux-concours ou d'une tombola publicitaires établit, préalablement à toute diffusion du message publicitaire, un règlement précisant les conditions et le déroulement de l'opération commerciale. Ce règlement et un exemplaire des documents adressés aux consommateurs sont déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le texte complet du règlement est envoyé gratuitement par l'annonceur à toute personne qui en fait la demande;
- b) les documents publicitaires ne doivent ni faire naître une confusion de quelque nature qu'elle soit dans l'esprit de leur destinataires, ni induire en erreur sur le nombre et la valeur des lots, ainsi que sur les conditions de leur attribution;
- c) le bulletin de participation doit être distinct du bon de commande du bien ou de la prestation de service;
- d) la participation au tirage au sort, quelles que soient les modalités, ne peut être soumise à aucune contrepartie financière de quelque nature qu'elle soit, ni à aucune obligation d'achat;
- e) l'annonceur qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.

Section 5. – De la vente en chaîne

Art. 22. Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre un bien ou un service en recourant à un procédé de vente en chaîne ou à une autre technique commerciale assimilable.

Est considérée comme vente en chaîne au sens de la présente loi tout procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

Est notamment assimilée à une vente en chaîne, la vente „en boule de neige“ qui consiste à offrir au consommateur des biens ou des services en lui faisant espérer qu'il les obtiendra soit à titre gratuit, soit contre remise d'une somme inférieure à leur valeur réelle, à la condition qu'il parvienne à vendre des biens ou des services ou à placer contre paiement auprès des tiers des bons, coupons ou autres titres analogues ou à obtenir de leur part des adhésions ou des souscriptions.

La participation en connaissance de cause à de telles ventes est également interdite.

TITRE 3

Dispositions communes

Section 1. – De l'action en cessation

Art. 23. Le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel ou d'une association de consommateurs représentée à la commission des prix, ordonne la cessation des actes contraires aux dispositions des articles 1 à 22 de la présente loi, même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel ou d'une intention ou d'une négligence de la part de l'annonceur.

L'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 932 à 940 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Sont également applicables les articles 2059 à 2066 du Code Civil.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale peut:

- a) exiger que l'annonceur apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce, et dans le cas de la publicité comparative, exiger que l'annonceur fournisse ses preuves à bref délai;
- b) considérer des données de fait comme inexactes si les preuves exigées conformément au point a) ne sont pas apportées ou sont estimées insuffisantes.

Art. 24. L'affichage de la décision peut être ordonné à l'extérieur des installations de vente du contrevenant et aux frais de celui-ci. La décision précise la durée de l'affichage. Elle peut également ordonner la publication, en totalité ou par extrait aux frais du contrevenant, par la voie des journaux ou de toute autre manière.

Il ne peut être procédé à l'affichage et à la publication qu'en vertu d'une décision judiciaire coulée en force de chose jugée.

Section 2. – Des pénalités

Art. 25. Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision coulée en force de chose jugée prononcée en vertu de l'article 23 est puni d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

Sont punis des mêmes peines:

- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 3, 4 et 5 alinéa 3;
- ceux qui ont contrevenu aux articles 7.1,7.3,7.4,9.1,9.3,10 et 11 de la présente loi;
- ceux qui ont pratiqué une vente aux enchères publiques de biens neufs en ne respectant pas les conditions de l'article 13;
- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 14 à 22.

Indépendamment de l'action publique, la cessation de tout acte contraire à ces dispositions peut être ordonnée par le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale et statuant comme il est dit à l'article 23 susmentionné. La cessation ordonnée par ce magistrat prend toutefois fin en cas d'acquiescement irrévocable par le juge pénal.

Les personnes, les groupements professionnels ou les associations de consommateurs représentatives visés à l'article 23 sont recevables à se constituer partie civile devant les juridictions répressives relativement aux faits portant un préjudice à leurs intérêts particuliers ou collectifs.

Art. 26. Les tribunaux pourront prononcer en cas de condamnation l'insertion dans les journaux ou l'affichage de la décision. Dans l'hypothèse d'une décision d'acquiescement, ils pourront en ordonner la publication ou l'affichage aux frais de l'Etat.

Section 3. Disposition transitoire

Art. 27. Les actions commerciales autorisées ou initiées avant l'entrée en vigueur de la présente loi, au titre de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, sont organisées ou poursuivies jusqu'à leur terme autorisé ou décidé.

TITRE 4

Dispositions abrogatoires

Art. 28. Est abrogée la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale.

Sont également abrogés:

- l'arrêté royal du 11 avril 1822 concernant l'établissement des foires et marchés modifié par l'arrêté royal du 2 mars 1887,

- l'arrêté royal grand-ducal du 28 juin 1856 relatif à la tenue des foires,
- l'arrêté grand-ducal du 22 mai 1892 concernant la tenue des foires aux jours fériés créés par la loi du 16 février 1892,
- l'arrêté de la Régence du 15 juillet 1840 concernant les transports d'approvisionnements destinés aux marchés et
- l'article 3 de la loi du 15 février 1882 sur les loteries.

Luxembourg, le 5 juillet 2002

Le Président,
Ady JUNG

Le Rapporteur,
Lucien CLEMENT

4844/08

N° 4844⁸

CHAMBRE DES DEPUTES

Session ordinaire 2001-2002

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

* * *

DISPENSE DU SECOND VOTE CONSTITUTIONNEL PAR LE CONSEIL D'ETAT

(19.7.2002)

Le Conseil d'Etat,

appelé par dépêche du Premier Ministre, Ministre d'Etat, du 12 juillet 2002 à délibérer sur la question de dispense du second vote constitutionnel du

PROJET DE LOI

réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative

qui a été adopté par la Chambre des députés dans sa séance du 11 juillet 2002 et dispensé du second vote constitutionnel;

Vu ledit projet de loi et les avis émis par le Conseil d'Etat en ses séances des 16 avril 2002 et 2 juillet 2002;

se déclare d'accord

avec la Chambre des députés pour dispenser le projet de loi en question du second vote prévu par l'article 59 de la Constitution.

Ainsi décidé en séance publique du 19 juillet 2002.

Le Secrétaire général,
Marc BESCH

Le Président,
Marcel SAUBER

Service Central des Imprimés de l'Etat

4844

MEMORIAL

Journal Officiel
du Grand-Duché de
Luxembourg

**MEMORIAL**

Amtsblatt
des Großherzogtums
Luxemburg

RECUEIL DE LEGISLATION

A — N° 90

12 août 2002

Sommaire

**PRATIQUES COMMERCIALES, CONCURRENCE DÉLOYALE
ET PUBLICITÉ COMPARATIVE**

Loi du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative..... page 1830

Loi du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative.

Nous Henri, Grand-Duc de Luxembourg, Duc de Nassau

Notre Conseil d'Etat entendu ;

De l'assentiment de la Chambre des Députés ;

Vu la décision de la Chambre des Députés du 11 juillet 2002 et celle du Conseil d'Etat du 19 juillet 2002 portant qu'il n'y a pas lieu à second vote;

Avons ordonné et ordonnons :

Titre 1.- De certaines pratiques commerciales

Art. 1^{er}. Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation et les ventes sur trottoir, ainsi que les ventes aux enchères publiques de biens neufs ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.

Section 1. Des ventes en solde

Art. 2. Est considérée comme vente en solde, toute offre de vente ou toute vente à des prix réduits pratiquée par un détaillant pendant la période des soldes, telle que prévue aux articles 3 à 5 de la présente loi.

Art. 3. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en utilisant le terme « solde (s) » soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi que toute dénomination ou présentation suggérant une vente en solde en dehors des cas et conditions prévus aux articles de la présente section.

Art. 4. La vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

Les prix des biens offerts en solde doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

Par dérogation à l'article 20, les biens soldés que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde peuvent être vendus à perte.

Art. 5. Les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an, chaque période de soldes ne pouvant excéder la durée d'un mois au maximum.

Un règlement grand-ducal fixe chaque année les dates d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.

La publicité relative à chacune de ces périodes de soldes ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant les dates ainsi déterminées.

Section 2. Des ventes sous forme de liquidation

Art. 6. (1) Les ventes sous forme de liquidation en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'une partie d'un stock ne peuvent avoir lieu que dans les cas suivants :

1. cessation complète de l'activité commerciale exercée ;
2. cas exceptionnels dûment justifiés.

(2) Sauf en cas de circonstances exceptionnelles dûment justifiées et sur autorisation du ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu dans les locaux où les articles à liquider sont habituellement vendus. Elles ne peuvent être fractionnées.

Art. 7. (1) Les ventes sous forme de liquidation et leur prolongation sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, l'avis d'une commission consultative composée de représentants dudit ministère et des organisations professionnelles concernées demandé ; les modalités de fonctionnement de la commission sont déterminées par règlement grand-ducal. L'action commerciale ne peut commencer avant l'autorisation ministérielle.

Dans les cas énoncés au paragraphe 1^{er}, point 2 de l'article 6, la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause.

(2) Un règlement grand-ducal précise les renseignements et documents à produire à l'appui de la demande d'autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué.

(3) En cas de fausses indications données à l'appui d'une demande, l'autorisation de liquidation peut être refusée ou révoquée.

(4) Il doit être fait mention de l'autorisation ministérielle de liquidation sur la devanture du local commercial et dans toute publicité, annonce ou affiche de la vente sous forme de liquidation. Les dispositions qui précèdent ne s'appliquent pas aux ventes sous forme de liquidation en exécution d'une décision judiciaire, dans ce cas, la juridiction, le numéro et la date du jugement sont à indiquer dans toute mention de la liquidation.

Art. 8. Les ventes sous forme de liquidation, prolongation comprise, ne doivent pas dépasser six mois. Toutefois, en cas de vente sous forme de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, une prolongation jusqu'à au maximum un an peut être accordée dans les formes de l'article 7, paragraphe 1^{er}.

Art. 9. (1) Les ventes sous forme de liquidation prévues au point 1 de l'article 6 doivent précéder immédiatement l'événement en cause; le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux de l'exploitation est interdit.

(2) Aucune vente sous forme de liquidation visée au point 1 de l'article 6 ne peut être autorisée au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce.

(3) Les liquidations prévues au point 1 de l'article 6 impliquent pour le commerçant la renonciation au commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans, à calculer à partir du jour suivant celui où le commerçant a mis fin à son activité.

Pendant cette période, il est également interdit à ce commerçant de reprendre ou de recommencer un commerce de la ou des mêmes branches commerciales par l'intermédiaire d'une société dans laquelle il serait associé majoritaire ou dans laquelle il ferait intervenir sa qualification professionnelle en vue de l'obtention de l'autorisation d'établissement.

Cette même interdiction vaut pour l'associé majoritaire et le dirigeant social, répondant aux exigences de l'accès à la profession au sens de la législation en matière de droit d'établissement, d'une société ayant obtenu une autorisation de liquidation qui voudrait reprendre ou recommencer le même commerce sous forme individuelle ou sous le couvert d'une autre société commerciale.

Art. 10. Le prix des biens vendus sous forme de liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens. Par dérogation à l'article 20, les biens à liquider que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.

Art. 11. Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en recourant au terme de « liquidation(s) », soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi qu'à toute autre dénomination ou présentation suggérant une vente sous forme de liquidation dans des cas autres que ceux prévus à l'article 6.

La publicité relative à une vente sous forme de liquidation ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de cette vente.

Section 3. Des ventes sur trottoir

Art. 12. Aux fins de la présente loi, on entend par « vente sur trottoir » : la vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce.

Il est réservé au collège des bourgmestre et échevins de chaque commune d'autoriser aux professionnels disposant d'une autorisation d'établissement afférente l'organisation des ventes sur trottoir.

Le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes est informé par écrit des dates choisies.

Section 4. Des ventes aux enchères publiques de biens neufs

Art. 13. Les ventes aux enchères publiques de biens neufs en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens ne sont autorisées qu'à titre exceptionnel et peuvent avoir lieu uniquement par l'intermédiaire d'un officier ministériel.

Les ventes aux enchères publiques sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, l'avis de la commission consultative prévue à l'article 7 point 1 de la présente loi demandé.

Il doit être fait mention de l'autorisation dans toute annonce ou affiche de la vente et l'officier ministériel doit en donner connaissance aux acheteurs avant de procéder aux enchères.

La publicité relative à une vente aux enchères ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant cette vente.

Titre 2.- De certains abus de concurrence

Section 1. De la concurrence déloyale

Art. 14. Commet un acte de concurrence déloyale toute personne qui exerce une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale qui, par un acte contraire soit aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, soit à un engagement contractuel, enlève ou tente d'enlever à ses concurrents ou à l'un d'eux une partie de leur clientèle ou porte atteinte ou tente de porter atteinte à leur capacité de concurrence.

Section 2. De la publicité

Art. 15. Aux fins de la présente loi, on entend par « publicité » toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

Art. 16. Est interdite toute publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi.

Art. 17. (1) Est interdite toute publicité trompeuse. Aux fins de la présente loi, on entend par « publicité trompeuse » : toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent.

(2) Pour déterminer si une publicité est trompeuse, il est tenu compte de tous ses éléments notamment de ses indications concernant :

a) les caractéristiques des biens ou services, telles que leur disponibilité, leur nature, leur exécution, leur composition, le mode et la date de fabrication ou de prestation, leur caractère approprié, leurs utilisations, leur

quantité, leurs spécifications, leur origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentiels des tests ou contrôles effectués sur les biens ou les services :

b) le prix ou son mode d'établissement et les conditions de fourniture des biens ou des prestations de services ;

c) la nature, les qualités et les droits de l'annonceur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les prix qu'il a reçus ou ses distinctions.

Art. 18. (1) Aux fins de la présente loi, on entend par « publicité comparative » : toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

(2) Pour autant que la comparaison est concernée, la publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites :

a) elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 17 de la présente loi ;

b) elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;

c) elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie ;

d) elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent ;

e) elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent ;

f) pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation ;

g) elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents ;

h) elle ne présente pas un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

(3) Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des biens et des services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

Art. 19. Peut seul être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions des articles 16, 17 et 18 l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, au cas où ce dernier ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au Grand-Duché de Luxembourg, l'action en cessation peut également être intentée à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle produise ses effets.

Section 3. De la vente à perte

Art. 20. (1) Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un bien ou une prestation de services à perte. La même interdiction s'applique au grossiste toutes les fois où le commerçant-détaillant se trouve sous la dépendance juridique ou économique du commerçant-grossiste.

(2) Est considérée comme une vente à perte d'un bien, toute vente à un prix qui n'est pas au moins égal au prix auquel le produit a été facturé lors de l'approvisionnement ou auquel il serait facturé en cas de réapprovisionnement, si ce dernier prix est inférieur. Par prix facturé on entend le prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause.

(3) Est considérée comme prestation de services à perte, toute prestation de services à un prix inférieur au prix de revient du service.

(4) L'interdiction prévue aux alinéas qui précèdent n'est pas applicable :

a) aux biens susceptibles d'une détérioration rapide et dont la conservation ne peut plus être assurée ;

b) aux biens dont la valeur commerciale se trouve profondément diminuée du fait de leur détérioration, d'une réduction de leurs possibilités d'utilisation ou d'une modification fondamentale de la technique ;

c) aux biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère s'il est manifeste que ces biens ne peuvent plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque est passé l'événement ;

d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de service est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants, pour un bien ou un service identique ;

e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou d'une vente sous forme de liquidation conformément aux dispositions des articles 2 à 11 ou dans le cadre d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions de l'article 13.

Section 4. Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Art. 21. Est licite et autorisée par la présente loi l'organisation de loteries, de jeux-concours et de tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale, pour autant qu'ils répondent aux conditions énumérées ci-dessous :

a) l'annonceur d'une loterie, d'un jeux-concours ou d'une tombola publicitaires établit, préalablement à toute diffusion du message publicitaire, un règlement précisant les conditions et le déroulement de l'opération commerciale. Ce règlement et un exemplaire des documents adressés aux consommateurs sont déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le texte complet du règlement est envoyé gratuitement par l'annonceur à toute personne qui en fait la demande ;

b) les documents publicitaires ne doivent ni faire naître une confusion de quelque nature qu'elle soit dans l'esprit de leur destinataires, ni induire en erreur sur le nombre et la valeur des lots, ainsi que sur les conditions de leur attribution;

c) le bulletin de participation doit être distinct du bon de commande du bien ou de la prestation de service ;

d) la participation au tirage au sort, quelles que soient les modalités, ne peut être soumise à aucune contrepartie financière de quelque nature qu'elle soit, ni à aucune obligation d'achat ;

e) l'annonceur qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.

Section 5. De la vente en chaîne

Art. 22. Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre un bien ou un service en recourant à un procédé de vente en chaîne ou à une autre technique commerciale assimilable.

Est considérée comme vente en chaîne au sens de la présente loi tout procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

Est notamment assimilée à une vente en chaîne, la vente « en boule de neige » qui consiste à offrir au consommateur des biens ou des services en lui faisant espérer qu'il les obtiendra soit à titre gratuit, soit contre remise d'une somme inférieure à leur valeur réelle, à la condition qu'il parvienne à vendre des biens ou des services ou à placer contre paiement auprès des tiers des bons, coupons ou autres titres analogues ou à obtenir de leur part des adhésions ou des souscriptions.

La participation en connaissance de cause à de telles ventes est également interdite.

Titre 3.- Dispositions communes

Section 1. De l'action en cessation

Art. 23. Le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel ou d'une association de consommateurs représentée à la commission des prix, ordonne la cessation des actes contraires aux dispositions des articles 1 à 22 de la présente loi, même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel ou d'une intention ou d'une négligence de la part de l'annonceur.

L'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 932 à 940 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Sont également applicables les articles 2059 à 2066 du Code Civil.

En cas de publicité trompeuse ou de publicité comparative illicite, le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale peut :

a) exiger que l'annonceur apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée au vu des circonstances du cas d'espèce, et dans le cas de la publicité comparative, exiger que l'annonceur fournisse ses preuves à bref délai ;

b) considérer des données de fait comme inexactes si les preuves exigées conformément au point a) ne sont pas apportées ou sont estimées insuffisantes.

Art. 24. L'affichage de la décision peut être ordonné à l'extérieur des installations de vente du contrevenant et aux frais de celui-ci. La décision précise la durée de l'affichage. Elle peut également ordonner la publication, en totalité ou par extrait aux frais du contrevenant, par la voie des journaux ou de toute autre manière.

Il ne peut être procédé à l'affichage et à la publication qu'en vertu d'une décision judiciaire coulée en force de chose jugée.

Section 2. Des pénalités

Art. 25. Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision coulée en force de chose jugée prononcée en vertu de l'article 23 est puni d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

Sont punis des mêmes peines :

- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 3, 4 et 5 alinéa 3 ;
- ceux qui ont contrevenu aux articles 7.1, 7.3, 7.4, 9.1, 9.3, 10 et 11 de la présente loi ;
- ceux qui ont pratiqué une vente aux enchères publiques de biens neufs en ne respectant pas les conditions de l'article 13 ;
- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 14 à 22.

Indépendamment de l'action publique, la cessation de tout acte contraire à ces dispositions peut être ordonnée par le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale et statuant comme il est dit à l'article 23 susmentionné. La cessation ordonnée par ce magistrat prend toutefois fin en cas d'acquiescement irrévocable par le juge pénal.

Les personnes, les groupements professionnels ou les associations de consommateurs représentatives visés à l'article 23 sont recevables à se constituer partie civile devant les juridictions répressives relativement aux faits portant un préjudice à leurs intérêts particuliers ou collectifs.

Art. 26. Les tribunaux pourront prononcer en cas de condamnation l'insertion dans les journaux ou l'affichage de la décision. Dans l'hypothèse d'une décision d'acquiescement, ils pourront en ordonner la publication ou l'affichage aux frais de l'Etat.

Section 3. Disposition transitoire

Art. 27. Les actions commerciales autorisées ou initiées avant l'entrée en vigueur de la présente loi, au titre de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, sont organisées ou poursuivies jusqu'à leur terme autorisé ou décidé.

Titre 4.- Dispositions abrogatoires

Art. 28. Est abrogée la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale.

Sont également abrogés :

- l'arrêté royal du 11 avril 1822 concernant l'établissement des foires et marchés modifié par l'arrêté royal du 2 mars 1887;
- l'arrêté royal grand-ducal du 28 juin 1856 relatif à la tenue des foires;
- l'arrêté grand-ducal du 22 mai 1892 concernant la tenue des foires aux jours fériés créés par la loi du 16 février 1892;
- l'arrêté de la Régence du 15 juillet 1840 concernant les transports d'approvisionnements destinés aux marchés;
- l'article 3 de la loi du 15 février 1882 sur les loteries.

Mandons et ordonnons que la présente loi soit insérée au Mémorial pour être exécutée et observée par tous ceux que la chose concerne.

*Le Ministre des Classes Moyennes,
du Tourisme et du Logement,*
Fernand Boden

Le Ministre de la Justice,
Luc Frieden

Cabasson, le 30 juillet 2002.
Henri

Doc. parl. 4844; sess. ord. 2001-2002; Dir. 97/55/CE, 84/450/CCE.