

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'emmagasiner 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.