

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 échue 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.

