

**N° 5881B<sup>5</sup>****CHAMBRE DES DEPUTES**

Session ordinaire 2008-2009

**PROJET DE LOI****relative aux pratiques commerciales déloyales et modifiant**

- **la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative;**
- **la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales et modifiant l'article 4 de la loi du 2 juillet 1935 portant réglementation des conditions d'obtention du titre et du brevet de maîtrise dans l'exercice des métiers;**
- **la loi modifiée du 16 avril 2003 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance;**
- **la loi modifiée du 18 décembre 2006 sur les services financiers à distance**

\* \* \*

**RAPPORT DE LA COMMISSION DE L'ECONOMIE,  
DE L'ENERGIE, DES POSTES ET DES SPORTS**

(26.3.2009)

La Commission se compose de: M. Alex BODRY, Président-Rapporteur; MM. Eugène BERGER, John CASTEGNARO, Mme Colette FLESCH, M. Jacques-Yves HENCKES, Mme Françoise HETTOGAASCH, MM. Henri KOX, Marcel SAUBER, Marco SCHANK, Jos SCHEUER et Marc SPAUTZ, Membres.

\*

**I) ANTECEDENTS**

Le projet de loi sous objet faisait partie intégrante du projet de loi portant introduction d'un Code de la consommation, déposé le 20 mai 2008 à la Chambre des Députés par le Ministre de l'Economie et du Commerce extérieur. Le texte de ce projet de loi initial fut accompagné d'un exposé des motifs et d'un commentaire des articles.

Lors de sa réunion du 9 octobre 2008, la Commission de l'Economie, de l'Energie, des Postes et des Sports décida de scinder en deux ce projet de loi, à savoir en un projet de loi 5881A portant introduction d'un Code de la consommation et en un projet de loi 5881B relative aux pratiques commerciales déloyales, projet qui fait l'objet du présent rapport.

Les avis des chambres professionnelles, portant tous sur le projet de loi initial dans son intégralité, sont intervenus dans l'ordre suivant:

- avis de la Chambre des Employés privés: 1er juillet 2008;

- avis de la Chambre des Métiers: 29 août 2008;
- avis de la Chambre de Travail: 19 septembre 2008;
- avis de la Chambre des Fonctionnaires et Employés publics: 24 octobre 2008;
- avis de la Chambre de Commerce: 27 janvier 2009.

L'Union luxembourgeoise des consommateurs (ULC) a émis un avis sur le projet de loi initial en date du 17 juillet 2008.

L'avis du Conseil d'Etat concernant la seule partie „B“ du projet de loi 5881 est intervenu le 19 décembre 2008.

Dans sa réunion du 8 janvier 2009, la commission a désigné son président, Monsieur Alex Bodry, comme rapporteur du projet de loi sous objet et a entamé l'examen conjoint du dispositif et de l'avis du Conseil d'Etat. Cette analyse a pu être achevée au cours de deux réunions subséquentes, les 22 et 29 janvier 2009.

Le 5 février 2009 une série d'amendements parlementaires fut adressée au Conseil d'Etat, dont l'avis complémentaire date du 17 mars 2009.

Le 19 mars 2009, la commission a examiné l'avis complémentaire du Conseil d'Etat.

Le 26 mars 2009, la commission a adopté le présent rapport.

\*

## II) OBJET DU PROJET DE LOI

Le projet de loi 5881B a comme objet la transposition en droit national de la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales (titre abrégé)<sup>1</sup>, aussi appelée „directive UCP“ (*angl.: unfair commercial practices*).

L'adoption en 2005 – sous présidence luxembourgeoise – de la directive UCP a été présentée comme un grand pas en avant dans l'accomplissement du marché intérieur et dans l'amélioration de la protection des consommateurs du fait de l'instauration de règles communes portant sur un aspect important du commerce transfrontalier. Dorénavant, les pratiques commerciales qui sont en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un bien ou d'un service et qui pourraient nuire aux intérêts économiques des consommateurs seront interdites.

La directive 2005/29/CE aurait dû être transposée en droit national jusqu'au 12 juin 2007 au plus tard. En application de la procédure prévue à l'article 226 du Traité CE, la Commission européenne a mis en demeure le Luxembourg en date du 1er août 2007, avant d'émettre un avis motivé le 31 janvier 2008. Après l'introduction d'un recours par la Commission en date du 27 juin 2008, la Cour de Justice des Communautés européennes a condamné le Grand-Duché le 5 février 2009 pour manquement d'Etat. Une transposition rapide de la directive UCP s'avère dès lors nécessaire.

En ce qui concerne le projet de loi qui fait l'objet du présent rapport, il y a d'abord lieu de constater qu'il s'agit d'une transposition quasiment littérale du texte de la directive communautaire, comme le font remarquer notamment le Conseil d'Etat et la Chambre des Employés privés dans leurs avis respectifs.

Comme prévu par la directive, le champ d'application de la loi en projet se limite aux seules relations commerciales entre professionnels et consommateurs. Le texte se situe donc dans une logique dite „B2C“ (*business to consumer*). En conséquence, une délimitation par rapport aux dispositions incluses actuellement dans la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales déloyales et visant également les relations „B2B“ (*business to business*) s'impose.

Même si l'harmonisation apportée par la directive 2005/29/CE est maximale, c.-à-d. que les Etats membres ne peuvent maintenir ni introduire des dispositions plus favorables pour les consommateurs, elle réserve le régime des sanctions aux Etats membres et reste sans préjudice des réglementations nationales existantes pour tout ce qui dépasse le champ harmonisé. De même, la directive ne porte pas atteinte au droit des contrats.

<sup>1</sup> Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) No 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil.

D'une façon générale, la loi en projet interdit toutes les pratiques commerciales considérées comme étant déloyales. Tel est le cas lorsqu'une pratique est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et lorsqu'elle est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'elle est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs (comme par exemple les enfants).

La clause générale d'interdiction des pratiques commerciales déloyales est par ailleurs précisée par des dispositions relatives à des pratiques commerciales trompeuses et agressives. Alors que la directive énumère ces pratiques dans son annexe I, les auteurs du projet de loi ont choisi de reprendre dans le corps même du texte du projet de loi la liste, toutefois non exhaustive, des pratiques commerciales qui sont réputées déloyales en toutes circonstances, démarche qui est saluée notamment par le Conseil d'Etat et l'ULC.

Le projet de loi sous rubrique introduit dans la législation luxembourgeoise la notion des „consommateurs vulnérables“. Ainsi, une pratique commerciale peut être qualifiée de déloyale lorsqu'elle est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement d'un groupe clairement identifiable de consommateurs en raison d'une infirmité mentale ou physique, de l'âge ou de la crédulité des membres qui le composent.

La loi en projet introduit également dans le droit luxembourgeois la notion d'„omission trompeuse“. Ainsi, et contrairement à la pratique trompeuse par action, une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse lorsque le professionnel omet de fournir, dissimule ou fournit de façon peu claire, ambiguë ou à contretemps une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause.

Enfin, la loi en projet établit les sanctions applicables en cas d'infraction. Les auteurs du texte se sont orientés sur ce point au régime des peines actuellement en vigueur en droit national.

\*

### **III) AVIS DES CHAMBRES PROFESSIONNELLES ET DE L'ULC**

#### **III.1) Avis de la Chambre des Employés privés**

L'avis de la Chambre des Employés privés, qui date du 1er juillet 2008, se limite pour l'essentiel à résumer les principaux choix opérés par les auteurs du projet de loi initial lors de la transposition de la directive UCP. La Chambre des Employés privés ne formule pas de remarques ou de recommandations particulières à l'égard du texte de la loi en projet.

#### **III.2) Avis de la Chambre des Métiers**

Dans son avis du 29 août 2008, la Chambre des Métiers donne à considérer que le fait que les dispositions législatives transposant la directive UCP seront complémentaires à la législation nationale existante et s'appliqueront cumulativement avec les textes en vigueur ne favorisera ni la transparence, ni l'accessibilité de la matière. Pour le reste, l'avis de la Chambre des Métiers s'abstient de commenter en détail les dispositions transposant la directive 2005/29/CE.

#### **III.3) Avis de la Chambre de Travail**

L'avis de la Chambre de Travail du 19 septembre 2008 ne se prononce pas sur l'objet du projet de loi sous rubrique.

#### **III.4) Avis de la Chambre des Fonctionnaires et Employés publics**

L'avis de la Chambre des Fonctionnaires et Employés publics du 24 octobre 2008 ne traite que très limitativement l'aspect de la transposition de la directive UCP.

En matière de sanctions, la Chambre des Fonctionnaires et Employés publics note avec satisfaction que les sanctions prévues au texte du projet de loi à l'encontre des professionnels malhonnêtes sont très dissuasives.

D'un autre côté, la chambre professionnelle regrette que le projet de loi introduit un flou dans les questions d'obligation générale d'information en exigeant la prise en compte par le juge en cas de litige des limites de l'espace et du temps dans l'analyse d'une information essentielle, ce qui, aux yeux de la chambre, risque d'offrir un moyen de défense facile à tous ceux qui omettent d'informer correctement leur clientèle.

### **III.5) Avis de la Chambre de Commerce**

Dans son avis du 27 janvier 2009, la Chambre de Commerce rappelle son attachement au principe „toute la directive, rien que la directive“. Dès lors, la Chambre de Commerce estime qu'il y a lieu de procéder aux modifications suivantes:

- La définition de la notion de „pratiques commerciales trompeuses“ étant plus restrictive que l'article 6, paragraphe 1er de la directive 2005/29/CE, la Chambre de Commerce plaide en faveur d'une révision des articles concernés afin de s'aligner exactement sur le libellé de la directive.
- S'agissant des pratiques commerciales qualifiées d'„omissions trompeuses“, la chambre professionnelle recommande de clarifier davantage la notion d'„invitation à l'achat“, en se démarquant de manière plus nette du cadre du marketing et de la publicité.
- S'agissant des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances, il y a lieu d'ajouter à la liste de ces pratiques et conformément au point 14 de l'annexe I de la directive 2005/29/CE, l'interdiction faite aux professionnels de créer, d'exploiter ou de promouvoir un système de promotion pyramidale, sous peine de transposition incomplète de la directive.
- S'agissant des pratiques commerciales agressives, il convient de modifier l'article 9, paragraphe 3, cet article étant plus restrictif que le point 26 de l'annexe I de la directive 2005/29/CE, la loi luxembourgeoise de transposition considérant que le professionnel se rend coupable d'une infraction dès lors qu'il se livre à des sollicitations „non souhaitées“, la directive se référant quant à elle à des „sollicitations répétées et non souhaitées“.
- Concernant plus particulièrement des sollicitations non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou par tout autre outil de communication à distance, en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle, la Chambre de Commerce demande à ce que soit clarifié le point de savoir si l'interdiction faite au professionnel d'adresser ce type d'informations vers le consommateur vaut même si celui-ci est en possession d'un consentement préalable du consommateur.
- Enfin, s'agissant de l'interdiction de pratique commerciale déloyale dans le cadre de la publicité comparative, la Chambre de Commerce estime qu'il y a lieu de compléter l'article 18, paragraphe 2, point d) de la loi du 30 juillet 2002 qui vise les pratiques qui sont sources de confusion entre un annonceur et ses concurrents, pour y inclure dorénavant celles qui visent tous les professionnels.

### **III.6) Avis de l'Union luxembourgeoise des consommateurs (ULC)**

Partant du constat que la future loi sur les pratiques commerciales déloyales s'appliquera cumulativement avec les autres textes légaux en vigueur en matière de protection des consommateurs, et afin d'éviter des conflits entre ces différents textes, l'ULC recommande de regrouper toutes les dispositions touchant à la protection des consommateurs dans le futur Code de la consommation.

Comme il fut déjà évoqué au chapitre II du présent rapport, l'ULC se félicite tout particulièrement du fait que la liste communautaire des pratiques commerciales trompeuses interdites en toutes circonstances ainsi que la liste des pratiques agressives ont été reprises dans le corps même du texte du projet de loi.

En ce qui concerne les omissions trompeuses, l'ULC craint que l'obligation pour le juge de prendre en compte les contraintes d'espace et de temps lors de l'analyse d'une information essentielle avant de la qualifier d'omission trompeuse ou non, n'offre aux professionnels un moyen de défense facile pouvant mettre en échec l'obligation générale d'information.

Enfin, concernant le dispositif de sanction, l'ULC exprime sa satisfaction avec le texte du projet de loi.

#### **IV) AVIS DU CONSEIL D'ETAT**

##### **IV.1) L'avis du 19 décembre 2008**

D'abord, le Conseil d'Etat marque son accord avec la scission du projet de loi, alors qu'il avait du mal à suivre le raisonnement du gouvernement dans le projet initial.

Ensuite, la Haute Corporation critique que le projet de loi ne comprenne pas de tableau de concordance avec la directive. Aussi, le Conseil d'Etat constate que les articles 14 et 15 de la directive UCP ne sont pas transposés dans le cadre du projet de loi sous examen.

En ce qui concerne l'analyse article par article de la loi en projet, la Haute Corporation formule plusieurs oppositions formelles qui visent notamment les définitions des termes utilisés dans le texte du projet, les systèmes de promotion pyramidales ainsi que la légalité des peines.

Pour le détail de l'analyse du Conseil d'Etat, il est renvoyé au commentaire des articles figurant au chapitre VI du présent rapport.

##### **IV.2) L'avis complémentaire du 17 mars 2009**

Dans son avis complémentaire du 17 mars 2009, le Conseil d'Etat marque son accord avec les amendements parlementaires, „sauf qu'il exige que la loi luxembourgeoise ayant transposé la directive 89/552/CE sur la radiodiffusion télévisuelle soit indiquée dans le point 5 de l'article 9.“

\*

#### **V) TRAVAUX EN COMMISSION**

Face au risque d'une condamnation par la Cour de Justice des Communautés européennes pour non-transposition de la directive 2005/29/CE dans le délai prévu, la Commission de l'Economie, de l'Energie, des Postes et des Sports a décidé, début octobre 2008, de scinder le projet de loi 5881 initial en deux, afin de solliciter un avis séparé du Conseil d'Etat sur la partie du dispositif visant à transposer ladite directive.

Cet avis intervenu, la commission a examiné, au fil de trois réunions subséquentes, le projet de loi 5881B. Lors de ses travaux, qui se sont soldés par l'adoption d'une série d'amendements parlementaires, pour le détail desquels il est renvoyé au commentaire des articles, deux problématiques plus générales furent plus particulièrement débattues. Il s'agit, d'une part, de la méthode législative pour laquelle le Gouvernement a opté et, d'autre part, de l'information du consommateur de ses droits.

Même si la commission parlementaire ne s'est finalement pas opposée à la technique législative employée, force est de constater que suite à l'adoption du projet de loi sous examen, une loi traitant exclusivement des relations entre professionnels et consommateurs viendra s'ajouter à la législation existante dans le domaine de la concurrence déloyale. Cette dernière s'applique tant aux relations entre professionnels qu'aux relations entre professionnels et consommateurs. Procédant de la sorte, les champs d'application respectifs se chevaucheront.

Partant, la commission a soulevé un risque de confusion, d'insécurité juridique voire d'opacité légale au détriment du consommateur.

Un même fait de pratique commerciale déloyale peut être poursuivi sur des bases juridiques distinctes. Les notions juridiques définies par les deux législations sont souvent similaires, mais pas nécessairement identiques. D'un point de vue purement formel de technique législative, il aurait été préférable de procéder à une refonte des deux textes.

D'un autre côté, il importe de relever que la directive à transposer ignore toute une série de pratiques commerciales que la législation nationale préexistante en ce domaine régleme. Tel est par exemple le cas pour les ventes en solde, sous forme de liquidation, les loteries, etc., régime légal que le Gouvernement tout comme la commission parlementaire souhaitent maintenir inchangé.

Quant au risque évoqué, la commission donne à considérer que dans la pratique le consommateur qui s'estime lésé pourra désormais invoquer en ordre principal la loi en projet et, en ordre subsidiaire, la législation préexistante qui reste d'application. Le degré de protection du consommateur se verra donc maintenu, voire augmenté.

Il n'en demeure pas moins que cet état des choses insatisfaisant d'un point de vue de légistique ne contribue point à la compréhensibilité du droit de la consommation. Face à ce constat, la commission invite le Gouvernement à assurer une information et une sensibilisation du consommateur sur ses droits suite à l'adoption du projet de loi sous objet.

La commission estime qu'il y a lieu de maintenir les acquis de la protection du consommateur en matière de pratiques commerciales déloyales inscrits dans notre législation nationale. Elle estime que la législation nationale existante a donné satisfaction et ne saurait être affaiblie.

Loin d'être contraire au texte de la directive, la législation en vigueur ne fait que compléter sur certains points utilement les dispositions européennes à transposer.

Finalement, la commission estime qu'il y a lieu d'incorporer ultérieurement les dispositions en discussion au Code de la consommation.

\*

## VI) COMMENTAIRE DES ARTICLES

### *Intitulé*

La commission a complété l'intitulé initial „Projet de loi relative aux pratiques commerciales déloyales“ afin de rendre compte des dispositions modificatives d'autres lois contenues dans le dispositif.

En conséquence de cette énumération ajoutée à l'intitulé, la commission parlementaire a également ajouté un article final permettant le recours à un intitulé abrégé.

### *Article 1er*

L'article 1er définit le champ d'application de la loi.

Le Conseil d'Etat

1. remarque qu'il „n'est pas favorable à la démarche gouvernementale d'inscrire dans les lois générales une simple observation expliquant qu'elles n'apportent pas préjudice à d'autres lois spéciales existantes, sans renvois précis à ces autres lois.“;
2. insiste „que les textes non touchés par le texte de transposition soient énumérés de façon précise dans la loi en projet, tout en rappelant que si ces lois sont modifiées ultérieurement, il faudra modifier aussi la loi en projet“;
3. demande que la rédaction de l'article 3 de la directive soit suivie en définissant dans un premier alinéa le champ d'application de la loi, et en précisant dans un deuxième alinéa les textes de loi non affectés par la nouvelle loi et demande de relever quelles dispositions s'appliqueront dans l'intérêt de protection des consommateurs en matière de services financiers et de biens immobiliers;
4. insiste à ce que le bout de phrase du paragraphe 1er *in fine* „y compris les biens immeubles, les droits et les obligations“ soit supprimé à cet endroit, étant donné que sous l'article 2 du projet sous avis la définition du terme „produit“ est expressément donnée.

La commission a partiellement suivi le Conseil d'Etat en procédant à la suppression demandée (point 4). Dans l'intérêt d'une meilleure lisibilité de cet article, elle a également réagencé son libellé. Désormais le premier paragraphe délimite de manière positive le champ d'application de la loi en projet, tandis que le paragraphe subséquent énumère les législations complémentaires.

### *Article 2*

L'article 2 donne un certain nombre de définitions nécessaires à une compréhension correcte du dispositif légal.

Le Conseil d'Etat se limite à analyser les définitions non correspondantes à la directive:

1. quant à la notion de „consommateur“, le Conseil d'Etat exige sous peine d'opposition formelle à ce que la définition communautaire soit reprise dans le texte de loi;
2. quant à la notion de „professionnel“, le Conseil d'Etat demande, sous peine d'opposition formelle, la reprise de la définition communautaire de ce terme dans le texte de loi afin d'éviter le reproche d'une transposition non conforme de la directive;
3. quant à la notion de „responsable de code“, le Conseil d'Etat demande, sous peine d'opposition formelle, la reprise de cette définition dans le texte luxembourgeois.

En reprenant les définitions de „consommateur“, de „professionnel“ et de „responsable de code“ telles que proposées par la directive, la commission a suivi l’avis du Conseil d’Etat.

Bien que divergeant de la définition faite par la directive de la „diligence professionnelle“, la commission a expressément maintenu, au nouveau point 8 de cet article, le texte gouvernemental afin de ne pas assouplir la responsabilité des professionnels. La différence réside dans le fait de n’avoir pas fait référence au „principe général de bonne foi“, mais pour des raisons de sécurité juridique aux „usages honnêtes en matière commerciale ...“, conformément à la loi modifiée du 30 juillet 2002 précitée réglementant certaines pratiques commerciales.

#### Article 3

Cet article interdit et définit les pratiques commerciales déloyales.

Le paragraphe 3 introduit un nouveau concept au droit luxembourgeois. Par la notion de „consommateur vulnérable“, il propose en effet une protection particulière à un groupe de consommateurs dès lors que la pratique commerciale s’avère identifiable comme ciblant ce groupe particulièrement enclin, du fait notamment de son âge ou d’une incapacité, à succomber au message commercial et à subir ce faisant un préjudice matériel ou moral.

Sans observation de la part du Conseil d’Etat.

#### Article 4

L’article 4 transpose l’article 6 de la directive UCP et réglemente, parmi les pratiques commerciales trompeuses, les actions trompeuses. Sans que la directive UCP ne le dise expressément pour cet article, le professionnel qui commet une pratique commerciale déloyale sous forme d’action trompeuse ne doit pas agir de mauvaise foi ou intentionnellement pour devoir répondre de ses actes.

Le Conseil d’Etat recommande de

1. créer, dans l’intérêt d’une plus grande lisibilité du texte, avant l’article 4, une sous-section 1 portant l’intitulé „Actions trompeuses“ et avant l’article 5 une sous-section 2 portant l’intitulé „Omissions trompeuses“;
2. reprendre textuellement le paragraphe 1er de cet article de la directive, l’ajout „dans un cas comme dans l’autre“ n’apportant pas la précision voulue au texte;
3. intercaler le mot „elle“ entre les mots „circonstances“ et „amène“ dans la première phrase du paragraphe 2.

La commission a approuvé ces propositions tout en précisant quant au point 2 que „l’ajout“ critiqué constitue en fait le texte de la directive qu’elle a maintenu, afin d’éviter toute défiance superflue de la part des instances communautaires.

La commission a non seulement suivi la recommandation d’introduire deux sous-sections, mais a introduit dans cette même optique une sous-section supplémentaire précédant l’article 6 et libellé „Sous-section 3. Pratiques commerciales trompeuses en toutes circonstances“. En effet, l’énumération faite par cet article de pratiques commerciales trompeuses en toutes circonstances ne relève pas entièrement de la sous-section 2. L’article 6 est donc à dissocier de la sous-section 2 qui annonce traiter des „Omissions trompeuses“.

Quant au terme „factuellement“ issu de la directive transposée par la loi en projet, la commission note que ce terme inhabituel est dérivé du terme „factuel“ qui est synonyme de „attesté, observable ou réel“ (Le Nouveau Petit Robert de la langue française, 2007).

#### Article 5

L’article 5 transpose l’article 7 de la directive UCP qui traite des omissions trompeuses. De nouveau, à l’instar de ce qui prévaut pour la clause générale et les actions trompeuses, le professionnel n’a pas besoin d’agir délibérément de mauvaise foi pour se rendre coupable d’une infraction à la loi.

Le Conseil d’Etat approuve

1. la précision apportée par le Gouvernement au paragraphe 3 par l’utilisation du terme „doit“ au lieu de „convient“, alors que ce dernier terme n’a pas de connotation juridique propre;
2. également le dernier point du paragraphe 4 tel que proposé par le Gouvernement, plus précis que le texte à transposer.

La commission marque également son accord avec le libellé de cet article. Elle rappelle que le terme „factuel“ est synonyme de „attesté, observable ou réel“.

#### *Article 6*

L'article 6 reprend la liste des exemples de pratiques commerciales trompeuses de l'annexe I de la directive UCP qui sont réputées déloyales en toutes circonstances. Il s'agit d'une liste noire de pratiques pour lesquelles il n'est donc plus nécessaire d'appliquer le test général de l'article 3 ou les articles consécutifs pour déterminer si oui ou non elles revêtent un caractère déloyal. Les exemples concrets devraient s'avérer utiles pour illustrer les pratiques que le législateur communautaire se propose de combattre. De même, ils permettront aux professionnels de s'orienter dans leurs démarches de commercialisation et fourniront aux consommateurs une idée concrète de la protection qui leur est accordée.

Le Conseil d'Etat constate que le point 14 de l'annexe I de la directive UCP n'a pas été retenu. Il exige, sous peine d'opposition formelle, que les systèmes de promotion pyramidale soient repris dans la liste des pratiques réputées d'office déloyales. Il ne partage en effet pas l'avis des auteurs du projet de loi, qui estiment que les promotions auxquelles fait référence la loi modifiée du 30 juillet 2002 sont suffisantes pour ne pas reprendre le point 14. Le Conseil d'Etat estime au contraire que la loi modifiée du 30 juillet 2002 s'en trouve élargie quant à son contenu et quant à sa portée.

La commission décide de reprendre également le point 14 de la directive, sans toutefois partager l'avis cité de la Haute Corporation d'élargir ainsi la portée et le contenu de la loi modifiée du 30 juillet 2002 sur ce point.

Dans l'intérêt de la compréhension du libellé, la commission juge utile de préciser que l'expression „communiquer des informations factuellement inexactes“ signifie transmettre des données dont les faits vérifiables sont faux ou erronés.

#### *Article 7*

L'article 7 reprend textuellement l'article 8 de la directive UCP qui définit le concept de pratique commerciale agressive.

Constatant qu'il s'agit d'une copie conforme de l'article 8 de la directive, le Conseil d'Etat n'émet pas d'observation. Il note toutefois que certaines expressions, comme celle de „contexte factuel“ ne correspondent pas au langage juridique luxembourgeois.

La commission remarque qu'il s'agit effectivement du „jargon communautaire“ pourtant couramment employé. Rappelant l'accord de transposer, dans la mesure du possible, littéralement ces textes communautaires, elle s'est toutefois abstenue de s'écarter du libellé de la directive et s'est contentée de fournir une explication du terme „factuel“, qui revient itérativement dans ce dispositif, lors de sa première occurrence au niveau du commentaire des articles (voir article 4).

La commission concède toutefois que le nombre d'expressions étrangères au langage juridique luxembourgeois dans le dispositif sous examen est inhabituellement élevé. Ces difficultés terminologiques sont un problème chronique lorsqu'il s'agit de transposer des textes communautaires qui pourtant devient aigu dès que ces textes traitent de matières régies depuis des décennies par le droit civil des différents Etats membres. Ceux-ci connaissent non seulement des systèmes de droit parfois fort différents, mais donnent de surcroît à certaines notions juridiques similaires des significations divergentes.

#### *Article 8*

L'article 8 transpose intégralement l'article 9 de la directive UCP qui énumère les éléments à prendre en compte pour évaluer si une pratique commerciale use ou non d'harcèlement, de contrainte ou de toute autre influence injustifiée pour altérer de manière significative le comportement économique du consommateur moyen.

Sans observation de la part du Conseil d'Etat.

#### *Article 9*

L'article 9 reprend les points 24) à 31) de l'annexe I de la directive UCP tout en y apportant quelques adaptations.



Bien qu'il marque son accord avec la reprise d'une liste non exhaustive de pratiques réputées agressives dans un article de la loi, le Conseil d'Etat émet les observations suivantes en ce qui concerne les discordances entre le texte communautaire et le texte proposé:

- quant au *point 2*, qui ne correspond pas au point 25 de l'annexe dont il se veut la transposition, le Conseil d'Etat concède que la loi du 16 juillet 1987 sur le colportage est plus sévère, dans la mesure où le consommateur est protégé dès le premier démarchage du professionnel. Etant donné que l'article 1er de la loi sous avis n'entend pas porter préjudice à la loi submentionnée, le Conseil d'Etat renvoie à l'article 3, paragraphe 5 de la directive permettant aux Etats membres des dérogations précises, limitées à 6 ans, en raison de certaines dispositions nationales;
- quant au *point 5* et afin d'éviter le reproche d'une transposition non conforme de la directive, le Conseil d'Etat demande que soit indiqué dans la loi le texte luxembourgeois auquel on ne veut pas déroger. Etant donné que l'intérêt de consommateurs mineurs est en cause, et dans l'hypothèse où le texte luxembourgeois serait plus protecteur, le Conseil d'Etat renvoie à nouveau à la possibilité de demander des dérogations.

En ce qui concerne le point 2 et suite à une analyse des deux libellés en cause, la commission rappelle et souligne qu'elle entend maintenir la législation luxembourgeoise relative au colportage, l'interdisant de manière générale. En effet, le point 25 de l'annexe de la directive reste bien en deçà du droit luxembourgeois.

Quant aux deux points en question, la commission a pris acte du fait que le Gouvernement n'a pas et n'entend pas demander une dérogation. En effet, pareille dérogation serait limitée à six ans et dépend du bon vouloir de la Commission européenne. En ce qui concerne le colportage, le Gouvernement considère que celui-ci n'est point visé directement par le champ d'application de la directive.

En ce qui concerne le point 5, la commission a partagé la préoccupation du Conseil d'Etat de se voir reprocher une transposition non conforme de la directive. La précision qu'apporte la directive rend en effet compte de la préoccupation du Parlement européen d'exclure le risque que ce texte n'assouplisse les dispositions en la matière arrêtées par l'article 16 de la directive sur la radiodiffusion télévisuelle.

Ainsi, la commission avait initialement, parmi plusieurs options qui se présentaient, opté pour l'ajout d'une référence générale à la législation luxembourgeoise transposant la directive 89/552/CEE citée au point 28 de l'annexe de la directive UCP. Cet amendement se lisait comme suit: „Cette disposition ne porte pas atteinte à la législation portant transposition de la directive 89/552/CE sur la radiodiffusion télévisuelle.“ La commission a en effet jugé problématique de se référer au niveau de la loi à un article précis d'un règlement grand-ducal.

Dans son avis complémentaire le Conseil d'Etat exige l'indication à cet endroit de „la loi luxembourgeoise ayant transposé la directive 89/552/CE sur la radiodiffusion télévisuelle soit indiquée dans le point 5 de l'article 9.“ La commission a donc précisé la référence en question. Il s'agit de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. Le règlement d'exécution de cette loi est le règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision.

#### *Article 10 (supprimé)*

Dans le souci du plus grand parallélisme possible avec la loi modifiée du 30 juillet 2002 sur la concurrence déloyale, cet article prévoyait de reprendre *mutatis mutandis* la sanction y prévue à l'article 21 e) tout en l'élargissant quant à sa portée.

Le Conseil d'Etat note que cet article va au-delà des prescriptions de la directive. Constatant que, d'une part, l'article 21 e) de la loi modifiée du 30 juillet 2002 sur la concurrence déloyale n'est pas conçu comme une sanction et que, d'autre part, l'article 1er du texte sous avis dit précisément vouloir s'appliquer sans porter préjudice aux dispositions générales de la conclusion des contrats, il juge superfétatoire le texte sous avis et demande qu'il soit supprimé.

Le Gouvernement n'a pas partagé la position du Conseil d'Etat en invoquant que, en accord avec la Cour de Justice des Communautés européennes, la disposition en cause ne relève pas du droit des contrats, mais est de nature quasi délictuelle. Il a souligné que cette mesure a été saluée comme une réelle avancée légale et l'exemple du Luxembourg a été mis en exergue lors d'un Conseil européen chargé d'examiner des dossiers du domaine de la consommation. L'aspect dissuasif de cette „sanction civile“ est en outre souligné, sanction qui, selon le Gouvernement, est conforme à la directive puisque

celle-ci, en son article 13, prévoit que les „Etats membres déterminent le régime de sanctions applicables aux violations des dispositions nationales prises en application de la présente directive, ...“.

Bien qu'elle appuie l'idée d'élargir la portée de la sanction civile en fait prévue dans la loi précitée de 2002 et partage le souci de garantir le plus grand parallélisme possible avec ladite loi, la commission a estimé que la pratique sanctionnée devrait tout de même être prévue par la directive à transposer, même si cette pratique se retrouve au titre général de la définition sur la publicité trompeuse et ne serait partant pas en contradiction avec la directive. Elle a ainsi exprimé une nette préférence pour que cette modification se fasse au niveau de la loi source même et que l'article sous examen soit supprimé, qui en fait crée une définition supplémentaire de l'infraction en cause et ceci afin de cerner de manière plus générale l'infraction de fausses promesses de gain.

La commission a donc supprimé cet article et a introduit en guise de compromis à l'endroit du nouvel article 12 une disposition modificative du point e) de l'article 21 de la loi modifiée du 30 juillet 2002, en y remplaçant le terme „lot“ par celui de „prix“.

*Article 10 (article 11 du projet initial)*

L'article 10 introduit l'instrument de l'action en cessation, conformément à l'article 16 de la directive UCP.

Le Conseil d'Etat note plus particulièrement que les articles 11 et 12 anciens traitent des sanctions à prévoir pour les comportements de concurrence déloyale et qu'elles sont appelées à s'appliquer pour le surplus à toutes les pratiques déloyales décrites dans le présent projet de loi. Il propose donc que cet article soit précédé de la mention d'un chapitre 3 intitulé „Des sanctions“.

La commission a suivi cette proposition du Conseil d'Etat.

*Article 11 (article 12 du projet initial)*

Les sanctions prévues par l'article 11 s'alignent tout d'abord sur le régime pénal prévu dans la loi modifiée du 30 juillet 2002 sur la concurrence déloyale où le non-respect de la loi est pénalisé dès la 1ère infraction dans un souci de protection des intérêts en cause. En deuxième lieu, il est proposé de prévoir également la sanction civile de la nullité relative d'ores et déjà prévue dans le cadre des dispositions relatives au crédit à la consommation.

Au regard du principe de la légalité des incriminations, le Conseil d'Etat, sous peine d'opposition formelle, demande à ce que le paragraphe 1er de l'article sous avis énumère les faits susceptibles d'entraîner les sanctions prévues.

La commission a tenu compte de l'avis du Conseil d'Etat en précisant les articles dont le non-respect entraîne les sanctions pénales prévues par le paragraphe premier.

*Article 12 (article 13 du projet initial)*

L'article 12 regroupe les dispositions modificatives du dispositif et prévoit notamment des mesures administratives susceptibles de s'appliquer au professionnel condamné pénalement pour une infraction à la présente loi. En effet, aux termes de l'extension voulue, l'autorisation d'exercice de sa profession peut lui être retirée.

Le paragraphe (1) de cet article résulte de la suppression de l'ancien article 10 et de son remplacement par une disposition modificative de l'article 21 e) de la loi modifiée du 30 juillet 2002 sur la concurrence déloyale, article d'origine de la sanction civile en question. Ainsi, le terme plus spécifique de „lot“ est remplacé par celui plus général de „prix“. La commission a ainsi partiellement tenu compte de l'avis du Conseil d'Etat qui considère l'ancien article 10 comme superfétatoire.

Concernant l'ancien article 13, le Conseil d'Etat constate que les auteurs du projet de loi proposent la modification de l'alinéa 4 de l'article 2 de la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales, alors que, de l'avis du Conseil d'Etat, ils devraient proposer la modification de l'alinéa 5 dudit article. De plus, la modification telle que proposée entraîne la suppression de la deuxième phrase de cet alinéa. A défaut de motivation, le Conseil d'Etat déclare ne pouvoir marquer en aucun cas son accord avec cette suppression. Il insiste à ce que la deuxième phrase de l'alinéa 5 de l'article à modifier soit maintenue. Aussi estime-t-il qu'il suffit d'ajouter à la dernière phrase de l'alinéa 5 de l'article 2 de la loi de 1988 le bout de phrase „et aux pratiques commerciales déloyales“ pour compléter dûment l'ar-

senal des mesures administratives possibles à l'égard des infractions à la présente loi. Partant, il émet la proposition de texte suivante:

„Au cas où l'intéressé a violé ses obligations professionnelles légales, notamment au regard du droit d'établissement ou s'est soustrait aux charges sociales ou fiscales que lui impose sa profession, l'autorisation peut être refusée ou révoquée. Ce refus ou cette révocation peut intervenir sur demande du Centre commun de la sécurité sociale, de l'Administration des contributions directes, ou de l'Administration de l'enregistrement et des domaines. L'autorisation peut également être révoquée dans le cas où l'intéressé aurait été condamné pénalement du chef d'infractions aux dispositions légales en matière de concurrence déloyale et de pratiques commerciales déloyales.“

Ayant constaté qu'il s'agit d'une correction justifiée du texte gouvernemental, la commission a fait sienne la proposition de texte du Conseil d'Etat.

Dans ses considérations générales, le Conseil d'Etat signale en outre que les articles 14 et 15 de la directive ne sont pas transposés dans le cadre du présent projet. Il convie à vérifier si les textes nationaux dans leur version actuelle sont conformes à la directive 2005/29/CE et le cas échéant à procéder à une adaptation de ces textes, sinon la directive ne serait pas intégralement transposée.

Quant aux dispositions de l'article 14 de la directive, la commission renvoie à son choix fait au niveau de l'article 1er, d'énumérer les législations qui s'appliquent sans préjudice du présent projet de loi, la transposition de ces dispositions serait incohérente par rapport à l'option prise relative au champ d'application de la loi en projet.

Par contre en ce qui concerne les dispositions de l'article 15 de la directive, la commission a constaté qu'il s'agit effectivement d'une omission involontaire de la part des auteurs du projet de loi. L'adaptation des deux directives en question par la directive UCP est la conséquence logique du point 21 de l'annexe 1 de celle-ci qui déclare comme déloyale la pratique d'inclure dans du matériel promotionnel une facture suggérant au consommateur qu'il a déjà commandé le produit commercialisé. Elle a donc procédé à l'ajout de deux paragraphes, (3) et (4), modifiant les deux lois de transposition afférentes en conséquence.

La commission a en outre décidé de faire précéder l'article sous objet de la mention d'un chapitre 4 intitulé «Dispositions modificatives et finales». Cette proposition d'un ordre purement rédactionnel, s'inspire de la proposition du Conseil d'Etat, exprimée à l'endroit de l'article 11 ancien et suivie par la commission parlementaire, de faire précéder ledit article de la mention d'un chapitre 3 intitulé „Des sanctions“.

Le nouveau chapitre 4 regroupe ainsi les dispositions modificatives et le nouvel article final. Ces articles sont ainsi séparés, dans l'intérêt de la lisibilité du dispositif, du chapitre précédant regroupant les sanctions applicables aux pratiques déloyales décrites dans le projet de loi sous examen.

#### *Article 13 (nouveau)*

Suite aux précisions apportées à l'intitulé initial du projet de loi sous objet, la commission a jugé utile d'introduire un article final qui permet le recours à un intitulé abrégé.

\*

### **VII) TEXTE PROPOSE PAR LA COMMISSION**

Compte tenu de ce qui précède, la Commission de l'Economie, de l'Energie, des Postes et des Sports recommande à la Chambre des Députés d'adopter le projet de loi sous rubrique dans la teneur qui suit:

\*

## PROJET DE LOI

### relative aux pratiques commerciales déloyales et modifiant

- la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d’y inclure la publicité comparative;
- la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l’accès aux professions d’artisan, de commerçant, d’industriel ainsi qu’à certaines professions libérales et modifiant l’article 4 de la loi du 2 juillet 1935 portant réglementation des conditions d’obtention du titre et du brevet de maîtrise dans l’exercice des métiers;
- la loi modifiée du 16 avril 2003 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance;
- la loi modifiée du 18 décembre 2006 sur les services financiers à distance

### Chapitre 1. Dispositions générales

**Art. 1.** (1) La présente loi s’applique aux pratiques commerciales déloyales des professionnels vis-à-vis des consommateurs portant atteinte à leurs intérêts économiques et ce avant, pendant et après l’offre en vente et la vente de produits.

(2) La présente loi s’applique sans préjudice

1. du droit des contrats, en particulier des règles relatives à la validité, à la formation ou aux effets des contrats;
2. des dispositions communautaires ou nationales relatives à la santé et à la sécurité des produits;
3. des dispositions législatives, réglementaires et administratives en matière de certification et d’indication du titre des ouvrages en métal précieux;
4. des conditions d’établissement ou des régimes d’autorisation ou des codes de déontologie ou de toute autre disposition spécifique régissant les professions réglementées;
5. de la loi modifiée du 16 juillet 1987 concernant le colportage, la vente ambulante, l’étalage de marchandises et la sollicitation de commandes;
6. de la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d’y inclure la publicité comparative.

**Art. 2.** Pour l’application de la présente loi, il faut entendre par:

1. „consommateur“: toute personne physique qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente loi, agit à des fins qui n’entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale;
2. „professionnel“: toute personne physique ou morale qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente loi, agit à des fins qui entrent dans le cadre de son activité, commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, et toute personne agissant au nom ou pour le compte d’un professionnel;
3. „produit“: tout bien ou tout service, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations;
4. „pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs“ (ci-après également dénommées „pratiques commerciales“): toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d’un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d’un produit aux consommateurs;

5. „altération substantielle du comportement économique des consommateurs“: l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement;
6. „code de conduite“: un accord ou un ensemble de règles qui ne sont pas imposées par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives et qui définissent le comportement des professionnels qui s'engagent à être liés par lui en ce qui concerne une ou plusieurs pratiques commerciales ou un ou plusieurs secteurs d'activité;
7. „responsable de code“: toute entité, y compris un professionnel ou groupe de professionnels, responsable de l'élaboration et de la révision d'un code de conduite et/ou de la surveillance du respect de ce code par ceux qui se sont engagés à être liés par lui;
8. „diligence professionnelle“: le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le professionnel est raisonnablement censé faire preuve vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans son domaine d'activité;
9. „invitation à l'achat“: une communication commerciale indiquant les caractéristiques du produit et son prix de façon appropriée en fonction des moyens utilisés pour cette communication commerciale et permettant ainsi au consommateur de faire un achat;
10. „influence injustifiée“: l'utilisation d'une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative;
11. „décision commerciale“: toute décision prise par un consommateur concernant l'opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d'acheter, de faire un paiement intégral ou partiel pour un produit, de conserver ou de se défaire d'un produit ou d'exercer un droit contractuel en rapport avec le produit; une telle décision peut amener le consommateur, soit à agir, soit à s'abstenir d'agir;
12. „profession réglementée“: une activité ou un ensemble d'activités professionnelles dont l'accès, l'exercice ou une des modalités d'exercice est subordonné directement ou indirectement à des dispositions législatives, réglementaires ou administratives relatives à la possession de qualifications professionnelles déterminées.

## **Chapitre 2. Pratiques commerciales déloyales**

**Art. 3.** (1) Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

(2) Une pratique commerciale est déloyale si:

- a) elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle  
et
- b) elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs.

(3) Les pratiques commerciales qui sont susceptibles d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un groupe clairement identifiable de consommateurs parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables à la pratique utilisée ou au produit qu'elle concerne en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre du professionnel qu'il prévoie cette conséquence, sont évaluées du point de vue du membre moyen de ce groupe. Cette disposition est sans préjudice de la pratique publicitaire courante et légitime consistant à formuler des déclarations exagérées ou des déclarations qui ne sont pas destinées à être comprises au sens littéral.

(4) En particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui sont trompeuses, au sens de la section 1, ou agressives, au sens de la section 2.

## *Section 1. Pratiques commerciales trompeuses*

### Sous-section 1. Actions trompeuses

**Art. 4.** (1) Une pratique commerciale est réputée trompeuse:

- 1) si elle contient des informations fausses;
  - ou
- 2) si, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. Ces éléments concernent:
  - a) l'existence ou la nature du produit;
  - b) les caractéristiques principales du produit, telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication ou de prestation, sa livraison, son aptitude à l'usage, son utilisation, sa quantité, ses spécifications, son origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de son utilisation ou les résultats et les caractéristiques essentielles des tests ou contrôles effectués sur le produit;
  - c) l'étendue des engagements du professionnel, la motivation de la pratique commerciale et la nature du processus de vente, ainsi que toute affirmation ou tout symbole faisant croire que le professionnel ou le produit bénéficie d'un parrainage ou d'un appui direct ou indirect;
  - d) le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix;
  - e) la nécessité d'un service, d'une pièce détachée, d'un remplacement ou d'une réparation;
  - f) la nature, les qualités et les droits du professionnel ou de son représentant, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications, son statut, son agrément, son affiliation ou ses liens ou ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les récompenses et distinctions qu'il a reçues;
  - g) les droits du consommateur, en particulier le droit de remplacement ou de remboursement selon l'article 5 de la loi modifiée du 21 avril 2004 relative à la garantie de conformité, ou les risques qu'il peut encourir.

(2) Est également réputée trompeuse une pratique commerciale si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle amène ou est susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, et qu'elle implique:

- a) toute activité de marketing concernant un produit, y compris la publicité comparative, créant une confusion avec un autre produit, marque, nom commercial ou autre signe distinctif d'un concurrent;
- b) le non-respect par le professionnel d'engagements contenus dans un code de conduite par lequel il s'est engagé à être lié, dès lors que ces engagements sont fermes et vérifiables, et qu'il indique qu'il est lié par le code.

### Sous-section 2. Omissions trompeuses

**Art. 5.** (1) Une pratique commerciale est considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(2) Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle un professionnel, compte tenu des aspects mentionnés au paragraphe 1, dissimule une information

substantielle visée audit paragraphe ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps ou lorsqu'il n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

(3) En vue de déterminer si des informations ont été omises lorsque le moyen de communication utilisé aux fins de la pratique commerciale impose des limites d'espace ou de temps, il doit être tenu compte de ces limites ainsi que de toute mesure prise par le professionnel pour mettre les informations à la disposition du consommateur par d'autres moyens.

(4) Lors d'une invitation à l'achat, sont considérées comme substantielles, dès lors qu'elles ne ressortent pas déjà du contexte, les informations suivantes:

- a) les caractéristiques principales du produit, dans la mesure appropriée eu égard au moyen de communication utilisé et au produit concerné;
- b) l'adresse géographique et l'identité du professionnel, par exemple sa raison sociale et, le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité du professionnel pour le compte duquel il agit;
- c) le prix toutes taxes comprises, ou, lorsque la nature du produit signifie que le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance, la manière dont le prix est calculé, ainsi que, le cas échéant, tous les coûts supplémentaires de transport, de livraison et postaux, ou, lorsque ces coûts ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, la mention que ces coûts peuvent être à la charge du consommateur;
- d) les modalités de paiement, de livraison, d'exécution et de traitement des réclamations, si elles diffèrent des exigences de la diligence professionnelle;
- e) le cas échéant, l'existence d'un droit de rétractation.

(5) Sont également réputées substantielles les informations à arrêter par règlement grand-ducal qui sont relatives aux communications commerciales, y compris la publicité ou le marketing.

### Sous-section 3. Pratiques commerciales trompeuses en toutes circonstances

**Art. 6.** Les pratiques commerciales trompeuses ci-après sont réputées déloyales en toutes circonstances:

- 1) Pour un professionnel, se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas.
- 2) Afficher un certificat, un label de qualité, ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire.
- 3) Affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou autre alors que ce n'est pas le cas.
- 4) Affirmer qu'un professionnel (y compris ses pratiques commerciales) ou qu'un produit a été agréé, approuvé ou autorisé par un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ou sans respecter les conditions de l'agrément, de l'approbation ou de l'autorisation reçue.
- 5) Proposer l'achat de produits à un prix indiqué sans révéler les raisons plausibles que pourrait avoir le professionnel de penser qu'il ne pourra pas le faire lui-même, ou faire fournir par un autre professionnel, les produits en question ou des produits équivalents au prix indiqué, pendant une période et dans des quantités qui soient raisonnables compte tenu du produit, de l'ampleur de la publicité faite pour le produit et du prix proposé (publicité appât).
- 6) Proposer l'achat de produits à un prix indiqué et ensuite, dans le but de faire la promotion d'un produit différent:
  - a. soit refuser de présenter aux consommateurs l'article ayant fait l'objet de la publicité,
  - b. soit refuser de prendre des commandes concernant cet article ou de le livrer dans un délai raisonnable,
  - c. soit en présenter un échantillon défectueux.
- 7) Déclarer faussement qu'un produit ne sera disponible que pendant une période très limitée ou qu'il ne sera disponible que sous des conditions particulières pendant une période très limitée afin

- d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'une possibilité ou d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause.
- 8) S'engager à fournir un service après-vente aux consommateurs avec lesquels le professionnel a communiqué avant la transaction dans une langue qui n'est pas une langue officielle de l'Etat membre dans lequel il est établi et, ensuite, assurer ce service uniquement dans une autre langue sans clairement en informer le consommateur avant que celui-ci ne s'engage dans la transaction.
  - 9) Déclarer ou donner l'impression que la vente d'un produit est licite alors qu'elle ne l'est pas.
  - 10) Présenter les droits conférés au consommateur par les dispositions légales ou réglementaires comme constituant une caractéristique propre à la proposition faite par le professionnel.
  - 11) Utiliser un contenu rédactionnel dans les médias pour faire la promotion d'un produit, alors que le professionnel a financé celle-ci lui-même, sans l'indiquer clairement dans le contenu ou à l'aide d'images ou de sons clairement identifiables par le consommateur (publi-reportage).
  - 12) Formuler des affirmations factuellement inexactes en ce qui concerne la nature et l'ampleur des risques auxquels s'expose le consommateur sur le plan de sa sécurité personnelle ou de celle de sa famille s'il n'achète pas le produit.
  - 13) Promouvoir un produit similaire à celui d'un fabricant particulier de manière à inciter délibérément le consommateur à penser que le produit provient de ce même fabricant alors que tel n'est pas le cas.
  - 14) Créer, exploiter ou promouvoir un système de promotion pyramidale dans lequel un consommateur verse une participation en échange de la possibilité de percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits.
  - 15) Sans préjudice des articles 6 à 11 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 sanctionnant la concurrence déloyale, déclarer que le professionnel est sur le point de cesser ses activités ou de les établir ailleurs alors que tel n'est pas le cas.
  - 16) Affirmer d'un produit qu'il augmente les chances de gagner aux jeux de hasard.
  - 17) Affirmer faussement qu'un produit est de nature à guérir des maladies, des dysfonctionnements ou des malformations.
  - 18) Communiquer des informations factuellement inexactes sur les conditions de marché ou sur les possibilités de trouver le produit, dans le but d'inciter le consommateur à acquérir celui-ci à des conditions moins favorables que les conditions normales de marché.
  - 19) Affirmer qu'un concours est organisé ou qu'un prix peut être gagné sans attribuer les prix décrits ou un équivalent raisonnable.
  - 20) Décrire un produit comme étant „gratuit“, „à titre gracieux“, „sans frais“ ou autres termes similaires si le consommateur doit payer quoi que ce soit d'autre que les coûts inévitables liés à la réponse à la pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article.
  - 21) Inclure dans le matériel promotionnel une facture ou un document similaire demandant paiement qui donne au consommateur l'impression qu'il a déjà commandé le produit commercialisé alors que ce n'est pas le cas.
  - 22) Affirmer faussement ou donner l'impression que le professionnel agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, ou se présenter faussement comme un consommateur.
  - 23) Créer faussement l'impression que le service après-vente en rapport avec un produit est disponible dans un Etat membre autre que celui dans lequel le produit est vendu.

### *Section 2. Pratiques commerciales agressives*

**Art. 7.** Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.



**Art. 8.** Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération:

- a) le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance;
- b) le recours à la menace physique ou verbale;
- c) l'exploitation en connaissance de cause par le professionnel de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit;
- d) tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur;
- e) toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.

**Art. 9.** Les pratiques commerciales agressives ci-après sont réputées déloyales en toutes circonstances:

- 1) Donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu.
- 2) Effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle.
- 3) Se livrer à des sollicitations non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sans préjudice de dispositions légales ou réglementaires l'autorisant en vue d'assurer l'exécution d'une obligation contractuelle. Cette disposition s'entend sans préjudice de la loi modifiée du 2 août 2002 relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel et de l'article 11 de la loi du 30 mai 2005 concernant la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.
- 4) Obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels.
- 5) Inciter dans une publicité directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité. Cette disposition ne porte pas atteinte à la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.
- 6) Exiger le paiement immédiat ou différé de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés, ou exiger leur renvoi ou leur conservation.
- 7) Informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés.
- 8) Donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera, moyennant ou non l'accomplissement d'une ou plusieurs formalités, un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,
  - i. soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent,
  - ii. soit l'accomplissement d'une ou de plusieurs formalités en rapport avec la demande du prix ou d'un autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

### **Chapitre 3. Des sanctions**

**Art. 10.** (1) Le magistrat président la Chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel, des organisations visées par la loi modifiée du 19 décembre 2003 fixant les conditions d'agrément des organisations habilitées à intenter des actions en cessation, du Ministre ayant la protection des consommateurs dans ses attributions, de la Commission de surveillance du secteur financier ou du Commissariat aux Assurances, peut ordonner la cessation des actes contraires aux articles 1 à 9 et à l'article 11 du présent titre même en l'absence de preuve d'une perte ou d'un préjudice réel ou d'une intention ou d'une négligence de la part de l'annonceur.

L'ordonnance peut intervenir indépendamment de l'action publique. La mesure ordonnée par le magistrat président la Chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale prend toutefois fin en cas de décision d'acquiescement prononcée par le juge pénal et coulée en force de chose jugée.

L'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 934 à 940 du nouveau code de procédure civile.

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

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

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

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

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

(2) Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision prononcée en vertu du paragraphe 1 du présent article et coulée en force de chose jugée est punie d'une amende de 251 à 120.000 euros.

**Art. 11.** (1) Sont punis d'une amende de 251 euros à 120.000 euros ceux qui contreviennent aux dispositions

- des articles 3 à 7;
- de l'article 9.

(2) Toute clause ou toute combinaison de clauses d'un contrat, conclue en violation du présent titre, est réputée nulle et non écrite. Cette nullité ne peut toutefois être invoquée que par le consommateur.

#### **Chapitre 4. Dispositions modificatives et finales**

##### **Art. 12. Dispositions modificatives**

(1) L'alinéa e) de l'article 21 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative est modifié comme suit:

„e) l'annonceur qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un prix, doit fournir le prix au consommateur.“

(2) L'article 2, alinéa 5 de la loi modifiée du 28 décembre 1988 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales et modifiant l'article 4 de la loi du 2 juillet 1935 portant réglementation des conditions d'obtention du titre et du brevet de maîtrise dans l'exercice des métiers se lit comme suit:

„Au cas où l'intéressé a violé ses obligations professionnelles légales, notamment au regard du droit d'établissement ou s'est soustrait aux charges sociales ou fiscales que lui impose sa profession, l'autorisation peut être refusée ou révoquée. Ce refus ou cette révocation peut intervenir sur demande du Centre commun de la sécurité sociale, de l'Administration des contributions directes, ou de

l'Administration de l'enregistrement et des domaines. L'autorisation peut également être révoquée dans le cas où l'intéressé aurait été condamné pénalement du chef d'infractions aux dispositions légales en matière de concurrence déloyale et de pratiques commerciales déloyales."

(3) L'article 8 de la loi modifiée du 16 avril 2003 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance est modifié comme suit:

„En cas de fourniture non demandée d'un produit, le consommateur est dispensé de toute contre-prestation, l'absence de réponse ne valant pas consentement."

(4) L'article 10 de la loi modifiée du 18 décembre 2006 sur les services financiers à distance est modifié comme suit:

„La règle suivante est applicable en cas de prestations de services non demandés:

En cas de fourniture non demandée de services financiers à un consommateur, ce dernier est dispensé de toute contre-prestation, l'absence de réponse ne valant pas consentement.

La disposition qui précède ne déroge pas aux règles applicables en matière de reconduction tacite des contrats."

#### **Art. 13. Références à la présente loi**

Dans toute disposition légale ou réglementaire future, la référence à la présente loi pourra se faire sous une forme abrégée en utilisant les termes de „loi du ... relative aux pratiques commerciales déloyales“.

Luxembourg, le 26 mars 2009

*Le Président-Rapporteur,*  
Alex BODRY

