



Les pratiques commerciales agressives

Les pratiques commerciales agressives constituent une pratique déloyale du fait de sollicitations répétées ou de l'usage de contraintes physiques ou morales et de l'altération du consentement du consommateur. Rappel des limites à ne pas franchir.

Définition

Une pratique commerciale est agressive si, du fait de sollicitations répétées et insistantes ou de contraintes physique ou morale :

- elle altère ou est de nature à altérer de manière significative la liberté de choix d'un consommateur;
- elle vicie ou est de nature à vicier le consentement d'un consommateur;
- elle entrave l'exercice des droits contractuels d'un consommateur.

Elle se caractérise par la pression exercée sur le consommateur afin de le faire céder ou d'orienter ses choix.

Les éléments à prendre en considération

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 :

- le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
- le recours à la menace physique ou verbale ;
- 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 sa décision à l'égard du produit ;

- 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 ;
- toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible.

- acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors qu'en fait :
- soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent ;
 - soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût.

Les pratiques réputées agressives

Le Code de la consommation donne une liste de pratiques réputées agressives. Sont notamment visées les pratiques suivantes :

- donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu ;
- se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance ;
- dans une publicité, inciter directement les enfants à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité ;
- 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 ;
- donner l'impression que le consommateur a déjà gagné ou gagnera en accomplissant tel

Les sanctions

Le fait de mettre en œuvre une pratique commerciale agressive est puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 300 000 € au plus. Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du manquement, à 10 % du chiffre d'affaires.

Le professionnel encoure également une interdiction d'exercer une activité commerciale.

Lorsqu'une pratique commerciale agressive aboutit à la conclusion d'un contrat, celui-ci est nul et de nul effet.

Texte de référence

Code de la consommation – articles [L.121-6](#), à [L. 121-7](#) et [L. 132-11](#) à [L. 132-12](#)

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer aux textes officiels.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables et/ou rapprochez-vous d'une [direction départementale de la protection des populations \(DDPP\)](#) ou [direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations \(DDCSPP\)](#).

Crédit photo : ©Fotolia