

Code de la Consommation - Art. L. 121-1 à L. 121-15-3

- Livre Ier - Information des consommateurs et formation des contrats
- Titre II - Pratiques commerciales
- Chapitre 1 - Pratiques commerciales réglementées
- Section 1 - Publicité

Art. L. 121-1

Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après ; existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

Art. L. 121-2

Les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, ceux de la direction générale de l'alimentation du ministère de l'agriculture et ceux du service de métrologie au ministère de l'industrie sont habilités à constater, au moyen de procès-verbaux, les infractions aux dispositions de l'article L. 121-1. Ils peuvent exiger de l'annonceur la mise à leur disposition de tous les éléments propres à justifier les allégations, indications ou présentations publicitaires. Ils peuvent également exiger de l'annonceur, de l'agence de publicité ou du responsable du support la mise à leur disposition des messages publicitaires diffusés.

Les procès-verbaux ([Dispositions insérées par Ordonnance n° 2005-1086 du 1er septembre 2005 art. 3 Journal Officiel n° 204 du 2 septembre 2005 page 14256](#)) « sur l'ensemble du territoire national » dressés en application du présent article sont transmis au procureur de la République.

Art. L. 121-3

La cessation de la publicité peut être ordonnée par le juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites, soit sur réquisition du ministère public, soit d'office. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe.

Les décisions statuant sur les demandes de mainlevée peuvent faire l'objet d'un recours devant la chambre d'accusation ou devant la cour d'appel selon qu'elles ont été prononcées par un juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites.

La chambre d'accusation ou la cour d'appel statue dans un délai de dix jours à compter de la réception des pièces.

Art. L. 121-4

En cas de condamnation, le tribunal ordonne la publication du jugement. Il peut, de plus, ordonner la diffusion, aux frais du condamné, d'une ou de plusieurs annonces rectificatives. Le jugement fixe les termes de ces annonces et les modalités de leur diffusion et impartit au condamné un délai pour y faire procéder ; en cas de carence et sans préjudice des pénalités prévues à l'article L. 121-7, il est procédé à cette diffusion à la diligence du ministère public aux frais du condamné.

Art. L. 121-5

L'annonceur pour le compte duquel la publicité est diffusée est responsable, à titre principal, de l'infraction commise. Si le contrevenant est une personne morale, la responsabilité incombe à ses dirigeants. La complicité est punissable dans les conditions de droit commun.

Le délit est constitué dès lors que la publicité est faite, reçue ou perçue en France.

Art. L. 121-6

Les infractions aux dispositions de l'article L. 121-1 sont punies des peines prévues à l'article [L. 213-1](#). Le maximum de l'amende prévue à cet article peut être porté à 50 % des dépenses de la publicité constituant le délit.

(Loi n° 2001-504 du 12 juin 2001 art. 3 II Journal Officiel du 13 juin 2001) « Les dispositions de l'article L. 213-6 prévoyant la responsabilité pénale des personnes morales sont applicables à ces infractions. »

Art. L. 121-7

Pour l'application de l'article L. 121-6, le tribunal peut demander tant aux parties qu'à l'annonceur la communication de tous documents utiles. En cas de refus, il peut ordonner la saisie de ces documents ou toute mesure d'instruction appropriée. Il peut en outre prononcer une **astreinte** pouvant atteindre **30 000 F (Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000) « 4 500 € »** par jour de retard à compter de la date qu'il a retenue pour la production de ces documents.

Les pénalités prévues au premier alinéa de l'article L. 121-6 sont également applicables en cas de refus de communication des éléments de justification ou des publicités diffusées, demandés dans les conditions prévues au premier alinéa de l'article L. 121-2, de même qu'en cas d'observation des décisions ordonnant la cessation de la publicité ou de non-exécution dans le délai imparti des annonces rectificatives.

Art. L. 121-8

La publicité qui met en comparaison des biens ou services en utilisant soit la citation ou la représentation de la marque de fabrique, de commerce ou de service d'autrui, soit la citation ou la représentation de la raison sociale ou de la dénomination sociale, du nom commercial ou de l'enseigne d'autrui n'est autorisée que si elle est loyale, véridique et qu'elle n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur. Elle doit être limitée à une comparaison objective qui ne peut porter que sur des caractéristiques essentielles, significatives, pertinentes et vérifiables de biens ou services de même nature et disponibles sur le marché. Lorsque la comparaison porte sur les prix, elle doit concerner des produits identiques vendus dans les mêmes conditions et indiquer la durée pendant laquelle sont maintenus les prix mentionnés comme siens par l'annonceur. La publicité comparative ne peut pas s'appuyer sur des opinions ou des appréciations individuelles ou collectives. (Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 1er Journal Officiel du 25 août 2001)

« Toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si :

- 1° Elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur ;
- 2° Elle porte sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- 3° Elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie.

Toute publicité comparative faisant référence à une offre spéciale doit mentionner clairement les dates de disponibilité des biens ou services offerts, le cas échéant la limitation de l'offre à concurrence des stocks disponibles et les conditions spécifiques applicables. »

Art. L. 121-9

Aucune comparaison ne peut avoir pour objet principal de tirer avantage de la notoriété attachée à une marque. Aucune comparaison ne peut présenter des produits ou des services comme l'imitation ou la réplique de produits ou services revêtus d'une marque préalablement déposée.

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 2 Journal Officiel du 25 août 2001)

« La publicité comparative ne peut :

- 1° Tirer indûment profit de la notoriété attachée à une marque de fabrique, de commerce ou de service, à un nom commercial, à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou à l'appellation d'origine ainsi qu'à l'indication géographique protégée d'un produit concurrent ;
- 2° Entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent ;
- 3° Engendrer de confusion 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 ;
- 4° Présenter des biens ou des services comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service bénéficiant d'une marque ou d'un nom commercial protégé. »

Art. L. 121-10

Pour les produits qui bénéficient d'une appellation d'origine contrôlée, la comparaison n'est autorisée que si elle porte sur des produits bénéficiant chacun de la même appellation.

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 3 Journal Officiel du 25 août 2001)

« Pour les produits bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée, la comparaison n'est autorisée qu'entre des produits bénéficiant chacun de la même appellation ou de la même indication. »

Art. L. 121-11

Il est interdit de faire figurer des annonces comparatives telles que définies aux articles L. 121-8 et L. 121-9 sur des emballages, des factures, des titres de transport, des moyens de paiement ou des billets d'accès à des spectacles ou à des lieux ouverts au public.

Art. L. 121-12

L'annonceur pour le compte duquel la publicité définie aux articles L. 121-8 et L. 121-9 est diffusée doit être en mesure de prouver l'exactitude de ses allégations, indications ou présentations. Avant toute diffusion, il communique l'annonce comparative aux professionnels visés, dans un délai au moins égal à celui exigé, selon le type de support retenu, pour l'annulation d'un ordre de publicité. (Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 4 Journal Officiel du 25 août 2001)

« Sans préjudice des dispositions de l'article L. 121-2, l'annonceur pour le compte duquel la publicité comparative est diffusée doit être en mesure de prouver dans un bref délai l'exactitude matérielle des énonciations, indications et présentations contenues dans la publicité. »

Art. L. 121-13

Les insertions réalisées dans la presse pour une publicité définie aux articles L. 121-8 et L. 121-9 ne donnent pas lieu à l'application de l'article 13 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse et de l'article 6 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.

Art. L. 121-14

Sans préjudice de l'application de l'article 1382 du code civil, les infractions aux dispositions des articles L. 121-8 à L. 121-12 sont, le cas échéant, punies des peines prévues, d'une part, aux articles L. 121-1 à L. 121-7 et, d'autre part, aux articles 422 et 423 du code pénal.

Un décret en Conseil d'État précise en tant que de besoin les modalités d'application des articles L. 121-8 à L. 121-13.

Art. L. 121-15

(Loi n° 92-1336 du 16 décembre 1992 art. 322 Journal Officiel du 23 décembre 1992 en vigueur le 1er mars 1994)

(Loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 art. 33 Journal Officiel du 6 juillet 1996)

Est, en outre, interdite toute publicité portant :

1° Sur une opération commerciale soumise à autorisation au titre soit des articles 26, 27, 28, 29 et 30 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat, soit des articles 29 et 32 de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat, (Dispositions supprimées par Ordonnance n° 2004-274 du 25 mars 2004 art. 32 I Journal Officiel n° 74 du 27 mars 2004) soit de l'ordonnance n° 45-2088 du 11 septembre 1945 relative aux foires et salons, et qui n'a pas fait l'objet de cette autorisation ;

2° Sur une opération commerciale dont la réalisation nécessite l'emploi de personnel salarié requérant une autorisation au titre du chapitre Ier du titre II du livre II du code du travail et réalisée sans l'obtention préalable de cette autorisation, ou qui est en infraction avec les articles 41 a et 41 b, 105 a à 105 i du code des professions applicable dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin ;

3° Sur une opération commerciale réalisée ou devant être réalisée en infraction avec les dispositions de l'article L. 221-17 du code du travail.

(Inséré par Ordonnance n° 2004-274 du 25 mars 2004 art. 32 II Journal Officiel n° 74 du 27 mars 2004)

« 4° Sur une manifestation commerciale soumise à la déclaration prévue à l'article L. 740-2 du code de commerce et qui n'a pas fait l'objet de cette déclaration. »(1)

Tout annonceur qui effectue ou fait effectuer une publicité interdite en vertu des alinéas précédents est puni d'une amende de 250 000 F. (modifié par Ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000 art. 3 Journal Officiel du 22 septembre 2000 en vigueur le 1er janvier 2002) « 37500 euros ». Le maximum de l'amende peut être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à la publicité illégale.

Le tribunal peut ordonner la cessation de la publicité interdite aux frais des personnes reconnues coupables des infractions définies aux alinéas qui précèdent.

(1)(Dispositions également applicables à Mayotte selon Ordonnance n° 2004-274 du 25 mars 2004)

Art. L. 121-15-1

(Inséré par [Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 21 Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11173](#))

Les publicités, et notamment les offres promotionnelles, telles que les rabais, les primes ou les cadeaux, ainsi que les concours ou les jeux promotionnels, adressés par courrier électronique, doivent pouvoir être identifiés de manière claire et non équivoque dès leur réception par leur destinataire, ou en cas d'impossibilité technique, dans le corps du message.

Art. L. 121-15-2

(Inséré par [Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 21 Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11173](#))

Sans préjudice des dispositions réprimant la publicité trompeuse prévues à l'article L. 121-1, les conditions auxquelles sont soumises la possibilité de bénéficier d'offres promotionnelles ainsi que celle de participer à des concours ou à des jeux promotionnels, lorsque ces offres, concours ou jeux sont proposés par voie électronique, doivent être clairement précisées et aisément accessibles.

Art. L. 121-15-3

(Inséré par [Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 21 Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11173](#))

Les articles L. 121-15-1 et L. 121-15-2 sont également applicables aux publicités, offres, concours ou jeux à destination des professionnels.

Les infractions aux dispositions des articles L. 121-15-1 et L. 121-15-2 sont passibles des peines prévues à l'article 121-6. Elles sont recherchées et constatées dans les conditions prévues à l'article L. 121-2. Les articles L. 121-3 et L. 121-4 sont également applicables.

Code de la Consommation - Art. L. 121-15 à L. 121-20-17

- Livre Ier - Information des consommateurs et formation des contrats
- Titre II - Pratiques commerciales
- Chapitre 1 - Pratiques commerciales réglementées
- Section 2 - Ventes de biens et fournitures de prestations de services à distance
(Insérée par [Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 7° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002](#) : en vigueur le premier jour du 6^e mois suivant sa publication)
- Sous-section 3 - Dispositions communes

Art. L. 121-20-15

(Inséré par [Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 4° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002](#) : en vigueur le premier jour du 6^e mois suivant sa publication)

Lorsque les parties ont choisi la loi d'un État non membre de la Communauté européenne pour régir le contrat, le juge devant lequel est invoquée cette loi est tenu d'en écarter l'application au profit des dispositions plus protectrices de la loi de la résidence habituelle du consommateur assurant la transposition de la [directive 97/7/CE](#) du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, lorsque cette résidence est située dans un État membre.

([Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 8° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10004](#) : en vigueur le premier jour du 6^e mois suivant sa publication)

Lorsque les parties ont choisi la loi d'un Etat non membre de la Communauté européenne pour régir le contrat, le juge devant lequel est invoquée cette loi est tenu d'en écarter l'application au profit des dispositions plus protectrices de la loi de la résidence habituelle du consommateur assurant la transposition de la [directive 97/7/CE](#) du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance et de la [directive 2002/65/CE](#) du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, lorsque le contrat présente un lien étroit avec le territoire d'un ou plusieurs Etats membres de la Communauté européenne ; cette condition est présumée remplie si la résidence des consommateurs est située dans un Etat membre.

Art. L. 121-20-16

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 4° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Les dispositions de la présente section (Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 2° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication) « sous-section » sont d'ordre public.

Art. L. 121-20-17

(Abrogé par Ordonnance n° 2005-1086 du 1er septembre 2005 art. 4 II Journal Officiel n° 204 du 2 septembre 2005 page 14256)

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 4° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Les infractions aux dispositions des articles L. 121-18, L. 121-19 et L. 121-20-5, ainsi que le refus du vendeur de rembourser un produit retourné par l'acheteur dans les conditions fixées à l'article L. 121-20-1, sont constatées et poursuivies dans les conditions fixées par les premier et troisième alinéas de l'article L. 450-1 et les articles L. 450-2, L. 450-3, L. 450-4, L. 450-7, L. 450-8, L. 470-1 et L. 470-5 du code de commerce.

(Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 7° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10004 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Les infractions aux dispositions des articles L. 121-18, L. 121-19 et L. 121-20-5, L. 121-20-10 et L. 121-20-11, ainsi que le refus du vendeur ou du prestataire de services de rembourser le consommateur dans les conditions fixées aux articles L. 121-20-1 et L. 121-20-13, sont constatées et poursuivies dans les conditions fixées par les premier et troisième alinéas de l'article L. 450-1 et les articles L. 450-2, L. 450-3, L. 450-4, L. 450-7, L. 450-8, L. 470-1 et L. 470-5 du code de commerce.

Code de la Consommation - Art. L. 121-16 à L. 121-20-10

- Livre Ier - Information des consommateurs et formation des contrats
- Titre II - Pratiques commerciales
- Chapitre 1 - Pratiques commerciales réglementées
- Section 2 - Ventes de biens et fournitures de prestations de services à distance
(Insérée par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 1° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)
- Sous-section 1 - Dispositions relatives aux contrats ne portant pas sur des services financiers

Art. L. 121-16

Pour toutes les opérations de vente à distance, l'acheteur d'un produit dispose d'un délai de sept jours francs à compter de la livraison de sa commande pour faire retour de ce produit au vendeur pour échange ou remboursement, sans pénalités à l'exception des frais de retour.

Si ce délai expire normalement un samedi, un dimanche ou un jour férié ou chômé, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant.

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 5 et 7 Journal Officiel du 25 août 2001)

« Les dispositions de la présente section s'appliquent à toute vente d'un bien ou toute fourniture d'une prestation de service conclue, sans la présence physique simultanée des parties, entre un consommateur et un professionnel qui, pour la conclusion de ce contrat, utilisent exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance. »

Art. L. 121-17

Les règles relatives à la responsabilité du dirigeant de droit ou de fait d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision sont définies par le II de l'article 3 de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 relative aux opérations de télépromotion avec offre de vente dites de "téléachat" reproduit ci-après :

"II - Le dirigeant de droit ou de fait d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision défini à l'article 2 de la présente loi qui aura programmé et fait diffuser ou distribuer une émission en violation des règles fixées en vertu du même article sera puni d'une amende de 500 000 F.

Dans le cas de récidive, l'auteur de l'infraction pourra être puni d'une amende de 1 000 000 F".

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 5 et 8 Journal Officiel du 25 août 2001)

« Ne sont pas soumis aux dispositions de la présente section les contrats :

1° Portant sur des services financiers ;

- 2° Conclut par le moyen de distributeurs automatiques ou pour des prestations fournies dans des locaux commerciaux automatisés ;
- 3° Conclut avec les opérateurs de télécommunications pour l'utilisation des cabines téléphoniques publiques ;
- 4° Conclut pour la construction et la vente des biens immobiliers ou portant sur d'autres droits relatifs à des biens immobiliers, à l'exception de la location ;
- 5° Conclut lors d'une vente aux enchères publiques. »

Art. L. 121-18

Dans toute offre de vente d'un bien ou de fourniture d'une prestation de services qui est faite à distance à un consommateur, le professionnel est tenu d'indiquer le nom de son entreprise, ses coordonnées téléphoniques ainsi que l'adresse de son siège et, si elle est différente, celle de l'établissement responsable de l'offre.

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 5 et 9 Journal Officiel du 25 août 2001)

« Sans préjudice des informations prévues par les articles L. 111-1 et L. 113-3 ainsi que de celles prévues pour l'application de l'article L. 214-1, l'offre de contrat doit comporter les informations suivantes :

- 1° Le nom du vendeur du produit ou du prestataire de service, son numéro de téléphone, son adresse ou, s'il s'agit d'une personne morale, son siège social et, si elle est différente, l'adresse de l'établissement responsable de l'offre ;
- 2° Le cas échéant, les frais de livraison ;
- 3° Les modalités de paiement, de livraison ou d'exécution ;
- 4° L'existence d'un droit de rétractation, sauf dans les cas où les dispositions de la présente section excluent l'exercice de ce droit ;
- 5° La durée de la validité de l'offre et du prix de celle-ci ;
- 6° Le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance utilisée lorsqu'il n'est pas calculé par référence au tarif de base ;
- 7° Le cas échéant, la durée minimale du contrat proposé, lorsqu'il porte sur la fourniture continue ou périodique d'un bien ou d'un service.

Ces informations, dont le caractère commercial doit apparaître sans équivoque, sont communiquées au consommateur de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée.

En cas de démarchage par téléphone ou par toute autre technique assimilable, le professionnel doit indiquer explicitement au début de la conversation son identité et le caractère commercial de l'appel. »

Art. L. 121-19

Les infractions aux dispositions de l'article L. 121-18, ainsi que le refus du vendeur de changer ou de rembourser un produit retourné par l'acheteur dans les conditions visées à l'article L. 121-16, sont constatées et poursuivies conformément aux dispositions du titre VI de l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence.

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 5 et 10 Journal Officiel du 25 août 2001)

« I. - Le consommateur doit recevoir, par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition, en temps utile et au plus tard au moment de la livraison :

- 1° Confirmation des informations mentionnées aux 1° à 4° de l'article L. 121-18 et de celles qui figurent en outre aux articles L. 111-1 et L. 113-3 ainsi que de celles prévues pour l'application de l'article L. 214-1, à moins que le professionnel n'ait satisfait à cette obligation avant la conclusion du contrat ;
- 2° Une information sur les conditions et les modalités d'exercice du droit de rétractation ;
- 3° L'adresse de l'établissement du fournisseur où le consommateur peut présenter ses réclamations ;
- 4° Les informations relatives au service après vente et aux garanties commerciales ;
- 5° Les conditions de résiliation du contrat lorsque celui-ci est d'une durée indéterminée ou supérieure à un an.

II. - Les dispositions du présent article ne sont pas applicables aux services fournis en une seule fois au moyen d'une technique de communication à distance et facturés par l'opérateur de cette technique à l'exception du 3° . »

Art. L. 121-20

Les règles relatives à la fixation des règles de programmation des émissions sont définies par l'article 2 de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 précitée reproduit ci-après :

"Art 2 : Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les règles de programmation des émissions consacrées en tout ou partie à la présentation ou à la promotion d'objets, de produits ou de services offerts directement à la vente par des services de radiodiffusion sonore et de télévision autorisés en vertu de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication".

Nota : L'article 2 de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 ci-dessus reproduit a été abrogé par la loi n° 2000-719 du 1er août 2000.

(Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 5 et 11 Journal Officiel du 25 août 2001)

« Le consommateur dispose d'un délai de sept jours francs pour exercer son droit de rétractation sans avoir à justifier de motifs ni à payer de pénalités, à l'exception, le cas échéant, des frais de retour. (Dispositions insérées par LOI n° 2005-841 du 26 juillet 2005 art. 3 Journal Officiel n° 173 du 27 juillet 2005 page 12154) « Le consommateur peut déroger à ce délai au cas où il ne pourrait se déplacer et où simultanément il aurait besoin de faire appel à une prestation immédiate et nécessaire à ses conditions d'existence. Dans ce cas, il continuerait à exercer son droit de rétractation sans avoir à justifier de motifs ni à payer de pénalités. »

Le délai mentionné à l'alinéa précédent court à compter de la réception pour les biens ou de l'acceptation de l'offre pour les prestations de services.

Lorsque les informations prévues à l'article L. 121-19 n'ont pas été fournies, le délai d'exercice du droit de rétractation est porté à trois mois. Toutefois, lorsque la fourniture de ces informations intervient dans les trois mois à compter de la réception des biens ou de l'acceptation de l'offre, elle fait courir le délai de sept jours mentionné au premier alinéa.

Lorsque le délai de sept jours expire un samedi, un dimanche ou un jour férié ou chômé, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant. »

Art. L. 121-20-1

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12 Journal Officiel du 25 août 2001)

Lorsque le droit de rétractation est exercé, le professionnel est tenu de rembourser sans délai le consommateur et au plus tard dans les trente jours suivant la date à laquelle ce droit a été exercé. Au-delà, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur.

Art. L. 121-20-2

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12 Journal Officiel du 25 août 2001)

Le droit de rétractation ne peut être exercé, sauf si les parties en sont convenues autrement, pour les contrats :

1° De fourniture de services dont l'exécution a commencé, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de sept jours francs ;

2° De fourniture de biens ou de services dont le prix est fonction de fluctuations des taux du marché financier ;

3° De fourniture de biens confectionnés selon les spécifications du consommateur ou nettement personnalisés ou qui, du fait de leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou sont susceptibles de se détériorer ou de se périmenter rapidement ;

4° De fourniture d'enregistrements audio ou vidéo ou de logiciels informatiques lorsqu'ils ont été descellés par le consommateur ;

5° De fourniture de journaux, de périodiques ou de magazines ;

6° De service de paris ou de loteries autorisés.

Art. L. 121-20-3

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12 Journal Officiel du 25 août 2001)

Sauf si les parties en sont convenues autrement, le fournisseur doit exécuter la commande dans le délai de trente jours à compter du jour suivant celui où le consommateur a transmis sa commande au fournisseur du produit ou de service.

En cas de défaut d'exécution du contrat par un fournisseur résultant de l'indisponibilité du bien ou du service commandé, le consommateur doit être informé de cette indisponibilité et doit, le cas échéant, pouvoir être remboursé sans délai et au plus tard dans les trente jours du paiement des sommes qu'il a versées. Au-delà de ce terme, ces sommes sont productives d'intérêts au taux légal.

Toutefois, si la possibilité en a été prévue préalablement à la conclusion du contrat ou dans le contrat, le fournisseur peut fournir un bien ou un service d'une qualité et d'un prix équivalents. Le consommateur est informé de cette possibilité de manière claire et compréhensible. Les frais de retour consécutifs à l'exercice du droit de rétractation sont, dans ce cas, à la charge du fournisseur et le consommateur doit en être informé.

(Insérés par [Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 15](#) [II Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11172](#))

« Le professionnel est responsable de plein droit à l'égard du consommateur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat conclu à distance, que ces obligations soient à exécuter par le professionnel qui a conclu ce contrat ou par d'autres prestataires de services, sans préjudice de son droit de recours contre ceux-ci.

Toutefois, il peut s'exonérer de tout ou partie de sa responsabilité en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable, soit au consommateur, soit au fait, imprévisible et insurmontable, d'un tiers au contrat, soit à un cas de **force majeure**. »

Art. L. 121-20-4

(inséré par [Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12](#) [Journal Officiel du 25 août 2001](#))

Les dispositions des articles L. 121-18, L. 121-19, L. 121-20 et L. 121-20-1 ne sont pas applicables aux contrats ayant pour objet :

1° La fourniture de biens de consommation courante réalisée au lieu d'habitation ou de travail du consommateur par des distributeurs faisant des tournées fréquentes et régulières ;

2° La prestation de services d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs qui doivent être fournis à une date ou selon une périodicité déterminée.

(Inséré par [Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 23](#) [Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11174](#))

« Les dispositions des articles L. 121-18 et L. 121-19 sont toutefois applicables aux contrats conclus par voie électronique lorsqu'ils ont pour objet la prestation des services mentionnés au 2°. »

Art. L. 121-20-5

(inséré par [Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12](#) [Journal Officiel du 25 août 2001](#))

Est interdite la prospection directe par un professionnel, au moyen d'automates d'appel ou de télécopieurs, d'un consommateur qui n'a pas exprimé son consentement à recevoir de tels appels. Lorsqu'elles permettent une communication individuelle, les techniques de communication à distance, autres que celles mentionnées à l'alinéa précédent, ne peuvent être utilisées que si le consommateur n'a pas manifesté son opposition.

Les conditions dans lesquelles le consommateur exprime son consentement à recevoir les appels mentionnés au premier alinéa, les informations que le professionnel doit fournir au consommateur sur la possibilité qui lui est offerte de manifester son opposition ainsi que les conditions dans lesquelles sont tenus les registres d'opposition sont fixées par décret en Conseil d'État.

([Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 22](#) [II Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11174](#))

Sont applicables les dispositions de l'article [L. 33-4-1](#) du code des postes et télécommunications, ci-après reproduites :

Art. L. 33-4-1. - Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen.

Pour l'application du présent article, on entend par consentement toute manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle une personne accepte que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées à fin de prospection directe.

Constitue une prospection directe l'envoi de tout message destiné à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une personne vendant des biens ou fournissant des services.

Toutefois, la prospection directe par courrier électronique est autorisée si les coordonnées du destinataire ont été recueillies directement auprès de lui, dans le respect des dispositions de la [loi n° 78-17](#) du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services, si la prospection directe concerne des produits ou services analogues fournis par la même personne physique ou morale, et si le destinataire se voit offrir, de manière expresse et dénuée d'ambiguïté, la possibilité de s'opposer, sans frais, hormis ceux liés à la transmission du refus, et de manière simple, à l'utilisation de ses coordonnées lorsque celles-ci sont recueillies et chaque fois qu'un courrier électronique de prospection lui est adressé.

Dans tous les cas, il est interdit d'émettre, à des fins de prospection directe, des messages au moyen d'automates d'appel, télécopieurs et courriers électroniques, sans indiquer de coordonnées valables auxquelles le destinataire puisse utilement transmettre une demande tendant à obtenir que ces communications cessent sans frais autres que ceux liés à la transmission de celle-ci. Il est également

interdit de dissimuler l'identité de la personne pour le compte de laquelle la communication est émise et de mentionner un objet sans rapport avec la prestation ou le service proposé.

La Commission nationale de l'informatique et des libertés veille, pour ce qui concerne la prospection directe utilisant les coordonnées d'une personne physique, au respect des dispositions du présent article en utilisant les compétences qui lui sont reconnues par la [loi n° 78-17](#) du 6 janvier 1978 précitée. A cette fin, elle peut notamment recevoir, par tous moyens, les plaintes relatives aux infractions aux dispositions du présent article.

Les infractions aux dispositions du présent article sont recherchées et constatées dans les conditions fixées par les premier, troisième et quatrième alinéas de l'article L. 450-1 et les articles [L. 450-2](#), [L. 450-3](#), [L. 450-4](#), [L. 450-7](#), [L. 450-8](#), [L. 470-1](#) et [L. 470-5](#) du code de commerce.

Un décret en Conseil d'Etat précise en tant que de besoin les conditions d'application du présent article, notamment eu égard aux différentes technologies utilisées.

Art. L. 121-20-6

(Transféré sous l'article [L. 121-20-15](#) par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 4° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12 Journal Officiel du 25 août 2001)

Lorsque les parties ont choisi la loi d'un État non membre de la Communauté européenne pour régir le contrat, le juge devant lequel est invoquée cette loi est tenu d'en écarter l'application au profit des dispositions plus protectrices de la loi de la résidence habituelle du consommateur assurant la transposition de la [directive 97/7/CE](#) du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, lorsque cette résidence est située dans un État membre.

(Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 5° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Les règles relatives à la responsabilité du dirigeant de droit ou de fait d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision sont définies par le II de l'article [3](#) de la [loi n° 88-21](#) du 6 janvier 1988 relative aux opérations de télépromotion avec offre de vente dites de "téléachat" reproduit ci-après :

"II - Le dirigeant de droit ou de fait d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision défini à l'article 2 de la présente loi qui aura programmé et fait diffuser ou distribuer une émission en violation des règles fixées en vertu du même article sera puni d'une amende de [500 000 F \(Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000\)](#) « 75 000 € ».

Dans le cas de récidive, l'auteur de l'infraction pourra être puni d'une amende de [1 000 000 F \(Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000\)](#) « 150 000 € »"

Art. L. 121-20-7

(Transféré sous l'article [L. 121-20-16](#) par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 4° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 12 Journal Officiel du 25 août 2001)

Les dispositions de la présente section sont d'[ordre public](#).

(Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 5° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Les règles relatives à la fixation des règles de programmation des émissions sont définies par l'article [2](#) de la [loi n° 88-21](#) du 6 janvier 1988 précitée reproduit ci-après :

"Art 2 : Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les règles de programmation des émissions consacrées en tout ou partie à la présentation ou à la promotion d'objets, de produits ou de services offerts directement à la vente par des services de radiodiffusion sonore et de télévision autorisés en vertu de la [loi n° 86-1067](#) du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication".

Art. L. 121-20-8

(Transféré sous l'article [L. 121-20-6](#) par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 5° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 6 Journal Officiel du 25 août 2001)

Les règles relatives à la responsabilité du dirigeant de droit ou de fait d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision sont définies par le II de l'article [3](#) de la [loi n° 88-21](#) du 6 janvier 1988 relative aux opérations de télépromotion avec offre de vente dites de "téléachat" reproduit ci-après :

"II - Le dirigeant de droit ou de fait d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision défini à l'article 2 de la présente loi qui aura programmé et fait diffuser ou distribuer une émission en violation des règles fixées en vertu du même article sera puni d'une amende de 500 000 F (Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000) « 75 000 € ».

Dans le cas de récidive, l'auteur de l'infraction pourra être puni d'une amende de 1 000 000 F (Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000)« 150 000 € »".

Nota - L'article 3 de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 a été abrogé par l'article 25 de la loi n° 2000-719 du 1er août 2000 publié au JORF du 2 août 2000.

Art. L. 121-20-9

(Transféré sous l'article L. 121-20-7 par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 5° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 6 Journal Officiel du 25 août 2001)

Les règles relatives à la fixation des règles de programmation des émissions sont définies par l'article 2 de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 précitée reproduit ci-après :

"Art 2 : Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les règles de programmation des émissions consacrées en tout ou partie à la présentation ou à la promotion d'objets, de produits ou de services offerts directement à la vente par des services de radiodiffusion sonore et de télévision autorisés en vertu de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication".

Nota : L'article 2 de la loi n° 88-21 du 6 janvier 1988 ci-dessus reproduit a été abrogé par la loi n° 2000-719 du 1er août 2000.

Art. L. 121-20-10

(Transféré sous l'article L. 121-20-17 par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 4° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

(inséré par Ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 art. 13 Journal Officiel du 25 août 2001)

Les infractions aux dispositions des articles L. 121-18, L. 121-19 et L. 121-20-5, ainsi que le refus du vendeur de rembourser un produit retourné par l'acheteur dans les conditions fixées à l'article L. 121-20-1, sont constatées et poursuivies dans les conditions fixées par les premier et troisième alinéas de l'article L. 450-1 et les articles L. 450-2, L. 450-3, L. 450-4, L. 450-7, L. 450-8, L. 470-1 et L. 470-5 du code de commerce.

Code de la Consommation - Art. L. 121-20-8 à L. 121-20-14

- Livre Ier - Information des consommateurs et formation des contrats
- Titre II - Pratiques commerciales
- Chapitre 1 - Pratiques commerciales réglementées
- Section 2 - Ventes de biens et fournitures de prestations de services à distance
(Insérée par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)
- Sous-section 2 - Dispositions particulières aux contrats portant sur des services financiers

Art. L. 121-20-8

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

La présente sous-section régit la fourniture de services financiers à un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestation de services à distance organisé par le fournisseur ou par un intermédiaire qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à, et y compris, la conclusion du contrat.

Elle s'applique aux services mentionnés aux livres Ier à III et au titre V du livre V du code monétaire et financier ainsi que les opérations pratiquées par les entreprises régies par le code des assurances, par les mutuelles et unions régies par le livre II du code de la mutualité et par les institutions de prévoyance et unions régies par le titre III du livre IX du code de la sécurité sociale sans préjudice des dispositions spécifiques prévues par ces codes.

Art. L. 121-20-9

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Pour les contrats portant sur des services financiers comportant une première convention de service suivie d'opérations successives ou d'une série d'opérations distinctes, de même nature, échelonnées dans le temps, les dispositions de la présente sous-section ne s'appliquent qu'à la première convention de service. Pour les contrats renouvelables par tacite reconduction, les dispositions de la présente sous-section ne s'appliquent qu'au contrat initial.

En l'absence de première convention de service, lorsque des opérations successives ou distinctes, de même nature, échelonnées dans le temps, sont exécutées entre les mêmes parties, les dispositions de l'article L. 121-20-10 ne sont applicables qu'à la première opération. Cependant, lorsqu'aucune opération de même nature n'est effectuée pendant plus d'un an, ces dispositions s'appliquent à l'opération suivante, considérée comme une première opération.

Art. L. 121-20-10

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

En temps utile et avant qu'il ne soit lié par un contrat, le consommateur reçoit des informations fixées par décret en Conseil d'Etat, portant notamment sur :

1° Le nom, l'adresse professionnelle du fournisseur et, s'il y a lieu, de son représentant et de son intermédiaire ;

2° Les documents d'information particuliers relatifs aux produits, instruments financiers et services proposés requis par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur ou, en l'absence de tels documents, une note d'information sur chacun des produits, instruments financiers et services proposés et indiquant, s'il y a lieu, les risques particuliers que peuvent comporter les produits proposés ;

3° Les conditions de l'offre contractuelle, notamment le prix total effectivement dû par le consommateur, ou, lorsqu'un prix exact ne peut être indiqué, la base de calcul du prix permettant au consommateur de vérifier ce dernier, les modalités selon lesquelles sera conclu le contrat et en particulier le lieu et la date de signature de celui-ci ;

4° L'information relative à l'existence ou à l'absence du droit de rétractation, ainsi que ses modalités d'exercice ;

5° La loi applicable aux relations précontractuelles ainsi qu'au contrat, et l'existence de toute clause concernant le choix d'une juridiction.

Les informations communiquées par le fournisseur au consommateur sur les obligations contractuelles sont conformes à la loi applicable au contrat en cas de conclusion de celui-ci.

Ces informations, dont le caractère commercial doit apparaître sans équivoque, sont fournies de manière claire et compréhensible par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée.

Les dispositions du présent article sont applicables sans préjudice de l'application des obligations législatives et réglementaires spécifiques à chaque produit, instrument financier ou service proposé. Le décret en Conseil d'Etat mentionné au premier alinéa fixe également les modalités particulières applicables en cas de communication par téléphonie vocale.

Art. L. 121-20-11

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Le consommateur doit recevoir, par écrit ou sur un autre support durable à sa disposition et auquel il a accès en temps utile et avant tout engagement, les conditions contractuelles ainsi que les informations mentionnées à l'article L. 121-20-10. Le fournisseur peut remplir ses obligations au titre de l'article L. 121-20-10 et du présent article par l'envoi au consommateur d'un document unique, à la condition qu'il s'agisse d'un support écrit ou d'un autre support durable et que les informations mentionnées ne varient pas jusqu'à et y compris la conclusion du contrat.

Le fournisseur exécute ses obligations de communication immédiatement après la conclusion du contrat, lorsque celui-ci a été conclu à la demande du consommateur en utilisant une technique de communication à distance ne permettant pas la transmission des informations précontractuelles et contractuelles sur un support papier ou sur un autre support durable.

A tout moment au cours de la relation contractuelle, le consommateur a le droit, s'il en fait la demande, de recevoir les conditions contractuelles sur un support papier. En outre, le consommateur a le droit de changer les techniques de communication à distance utilisées, à moins que cela ne soit incompatible avec le contrat à distance conclu ou avec la nature du service financier fourni.

Art. L. 121-20-12

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

I. - Le consommateur dispose d'un délai de quatorze jours calendaires révolus pour exercer son droit de rétractation, sans avoir à justifier de motif ni à supporter de pénalités.

Le délai pendant lequel peut s'exercer le droit de rétractation commence à courir :

1° Soit à compter du jour où le contrat à distance est conclu ;

2° Soit à compter du jour où le consommateur reçoit les conditions contractuelles et les informations, conformément à l'article L. 121-20-11, si cette dernière date est postérieure à celle mentionnée au 1°.

II. - Le droit de rétractation ne s'applique pas :

1° A la fourniture d'instruments financiers mentionnés à l'article L. 211-1 du code monétaire et financier ainsi qu'aux services de réception-transmission et exécution d'ordres pour le compte de tiers mentionnés à l'article L. 321-1 du même code ;

2° Aux contrats exécutés intégralement par les deux parties à la demande expresse du consommateur avant que ce dernier n'exerce son droit de rétractation ;

3° Aux contrats de crédit immobilier définis à l'article L. 312-2.

II. - Le présent article ne s'applique pas aux contrats mentionnés à l'article L. 121-60.

IV. - Pour les contrats de crédit affecté définis à l'article L. 311-20 conclus selon une technique de communication à distance, et par dérogation aux dispositions de l'article L. 311-24, le délai de rétractation de quatorze jours ne peut pas être réduit.

Par dérogation aux dispositions de l'article L. 311-25, l'exercice du droit de rétractation n'emporte résolution de plein droit du contrat de vente ou de prestation de services que s'il intervient dans un délai de sept jours à compter de la conclusion du contrat de crédit. De plus, lorsque le consommateur, par une demande expresse, sollicite la livraison ou la fourniture immédiate du bien ou de la prestation de services, l'exercice du droit de rétractation n'emporte résolution de plein droit du contrat de vente ou de prestation de services que s'il intervient dans un délai de trois jours à compter de la conclusion du contrat de crédit. Toute livraison ou fourniture anticipée est à la charge du vendeur qui en supporte tous les risques.

Art. L. 121-20-13

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

I. - Les contrats pour lesquels s'applique le délai de rétractation mentionné à l'article L. 121-20-12 ne peuvent recevoir de commencement d'exécution par les parties avant l'arrivée du terme de ce délai sans l'accord du consommateur. Lorsque celui-ci exerce son droit de rétractation, il ne peut être tenu qu'au paiement proportionnel du service financier effectivement fourni, à l'exclusion de toute pénalité. Le fournisseur ne peut exiger du consommateur le paiement du service mentionné au premier alinéa que s'il peut prouver que le consommateur a été informé du montant dû, conformément à l'article L. 121-20-10. Toutefois, il ne peut pas exiger ce paiement s'il a commencé à exécuter le contrat avant l'expiration du délai de rétractation sans demande préalable du consommateur.

Pour les contrats de crédit à la consommation prévus au chapitre Ier du titre Ier du livre III, même avec l'accord du consommateur, ils ne peuvent recevoir de commencement d'exécution durant les sept premiers jours, sauf s'agissant des contrats de crédit affecté mentionnés au IV de l'article L. 121-20-12, qui ne peuvent recevoir de commencement d'exécution durant les trois premiers jours.

II. - Le fournisseur est tenu de rembourser au consommateur dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours toutes les sommes qu'il a perçues de celui-ci en application du contrat, à l'exception du montant mentionné au premier alinéa du I. Ce délai commence à courir le jour où le fournisseur reçoit notification par le consommateur de sa volonté de se rétracter. Au-delà du délai de trente jours, la somme due est, de plein droit, productive d'intérêts au taux légal en vigueur. Le consommateur restitue au fournisseur dans les meilleurs délais et au plus tard dans les trente jours toute somme et tout bien qu'il a reçus de ce dernier. Ce délai commence à courir à compter du jour où le consommateur communique au fournisseur sa volonté de se rétracter.

Art. L. 121-20-14

(Inséré par Ordonnance n° 2005-648 du 6 juin 2005 art. 1er I 6° Journal Officiel n° 131 du 7 juin 2005 page 10002 : en vigueur le premier jour du 6è mois suivant sa publication)

Les dispositions de l'article L. 34-5 du code des postes et communications électroniques, reproduites à l'article L. 121-20-5, sont applicables aux services financiers.

Les techniques de communication à distance destinées à la commercialisation de services financiers autres que celles mentionnées à l'article L. 34-5 du code des postes et communications électroniques ne peuvent être utilisées que si le consommateur n'a pas manifesté son opposition.
Les mesures prévues au présent article ne doivent pas entraîner de frais pour le consommateur.

Code de la Consommation - Art. L. 121-21 à L. 121-33

- Livre Ier : Information des consommateurs et formation des contrats.
- Titre II : Pratiques commerciales.
- Chapitre Ier : Pratiques commerciales réglementées.
- Section 3 : Démarchage.

Art. L. 121-21

Est soumis aux dispositions de la présente section quiconque pratique ou fait pratiquer le démarchage, au domicile d'une personne physique, à sa résidence ou à son lieu de travail, même à sa demande, afin de lui proposer l'achat, la vente, la location, la location-vente ou la location avec option d'achat de biens ou la fourniture de services.

Est également soumis aux dispositions de la présente section le démarchage dans les lieux non destinés à la commercialisation du bien ou du service proposé et notamment l'organisation par un commerçant ou à son profit de réunions ou d'excursions afin de réaliser les opérations définies à l'alinéa précédent.

Art. L. 121-22

Ne sont pas soumises aux dispositions de articles L. 121-23 à L. 121-29 les activités pour lesquelles le démarchage fait l'objet d'une réglementation par un texte législatif particulier.

Ne sont pas soumis aux dispositions des articles L. 121-23 à L. 121-28 :

1° Les ventes à domicile de denrées ou de produits de consommation courante faites par des professionnels ou leurs préposés au cours de tournées fréquentes ou périodiques dans l'agglomération où est installé leur établissement ou dans son voisinage ;

2° et 3° (paragraphes abrogés).

4° Les ventes, locations ou locations-ventes de biens ou les prestations de services lorsqu'elles ont un rapport direct avec les activités exercées dans le cadre d'une exploitation agricole, industrielle, commerciale ou artisanale ou de toute autre profession.

Art. L. 121-23

Les opérations visées à l'article L. 121-21 doivent faire l'objet d'un contrat dont un exemplaire doit être remis au client au moment de la conclusion de ce contrat et comporter, à peine de nullité, les mentions suivantes :

1° Noms du fournisseur et du démarcheur ;

2° Adresse du fournisseur ;

3° Adresse du lieu de conclusion du contrat ;

4° Désignation précise de la nature et des caractéristiques des biens offerts ou des services proposés ;

5° Conditions d'exécution du contrat, notamment les modalités et le délai de livraison des biens, ou d'exécution de la prestation de services ;

6° Prix global à payer et modalités de paiement ; en cas de vente à tempérament ou de vente à crédit, les formes exigées par la réglementation sur la vente à crédit, ainsi que le taux nominal de l'intérêt et le taux effectif global de l'intérêt déterminé dans les conditions prévues à l'article **L. 313-1** ;

7° Faculté de renonciation prévue à l'article L. 121-25, ainsi que les conditions d'exercice de cette faculté et, de façon apparente, le texte intégral des articles L. 121-23, L. 121-24, L. 121-25 et L. 121-26.

Art. L. 121-24

Le contrat visé à l'article L. 121-23 doit comprendre un formulaire détachable destiné à faciliter l'exercice de la faculté de renonciation dans les conditions prévues à l'article L. 121-25. Un décret en Conseil d'État précisera les mentions devant figurer sur ce formulaire.

Ce contrat ne peut comporter aucune clause attributive de compétence.

Tous les exemplaires du contrat doivent être signés et datés de la main même du client.

Art. L. 121-25

Dans les sept jours, jours fériés compris, à compter de la commande ou de l'engagement d'achat, le client a la faculté d'y renoncer par lettre recommandée avec accusé de réception. Si ce délai expire normalement un samedi, un dimanche ou un jour férié ou chômé, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant.

Toute clause du contrat par laquelle le client abandonne son droit de renoncer à sa commande ou à son engagement d'achat est nulle et non avenue.

Le présent article ne s'applique pas aux contrats conclus dans les conditions prévues à l'article L. 121-27.

Art. L. 121-26

Avant l'expiration du délai de réflexion prévu à l'article L. 121-25, nul ne peut exiger ou obtenir du client, directement ou indirectement, à quelque titre ni sous quelque forme que ce soit une contrepartie quelconque ni aucun engagement ni effectuer des prestations de services de quelque nature que ce soit.

Toutefois, la souscription à domicile d'abonnement à une publication quotidienne et assimilée, au sens de l'article 39 bis du code général des impôts, n'est pas soumise aux dispositions de l'alinéa précédent dès lors que le consommateur dispose d'un droit de résiliation permanent, sans frais ni indemnité, assorti du remboursement, dans un délai de quinze jours, des sommes versées au prorata de la durée de l'abonnement restant à courir.

En outre, les engagements ou ordres de paiement ne doivent pas être exécutés avant l'expiration du délai prévu à l'article L. 121-25 et doivent être retournés au consommateur dans les quinze jours qui suivent sa rétractation.

(Inséré par Loi n° 2005-841 du 26 juillet 2005 art. 1er Journal Officiel n° 173 du 27 juillet 2005 page 12154)

« Les dispositions du deuxième alinéa s'appliquent aux souscriptions à domicile proposées par les associations et entreprises agréées par l'Etat ayant pour objet la fourniture de services mentionnés à l'article L. 129-1 du code du travail sous forme d'abonnement. »

Art. L. 121-27

A la suite d'un démarchage par téléphone ou par tout moyen technique assimilable, le professionnel doit adresser au consommateur une confirmation de l'offre qu'il a faite. Le consommateur n'est engagé que par sa signature. Il bénéficie alors des dispositions prévues aux articles L. 121-16 et L. 121-19 (Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 art. 24 Journal Officiel n° 143 du 22 juin 2004 page 11174) « aux articles L. 121-18, L. 121-19, L. 121-20, L. 121-20-1 et L. 121-20-3 ».

Art. L. 121-28

Toute infraction aux dispositions des articles L. 121-23, L. 121-24, L. 121-25 et L. 121-26 sera punie d'une peine d'emprisonnement d'un an et d'une amende de 25 000 F (Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000) « 3 750 € » ou de l'une de ces deux peines seulement.

Art. L. 121-29

Les dispositions de la loi n° 47-1635 du 30 août 1947 relative à l'assainissement des professions commerciales et industrielles sont applicables aux personnes qui effectuent des opérations de vente à domicile.

L'entreprise est civilement responsable des démarcheurs, même indépendants, qui agissent pour son compte.

Art. L. 121-30

(Abrogé par Ordonnance n° 2005-1086 du 1er septembre 2005 art. 4 II Journal Officiel n° 204 du 2 septembre 2005 page 14256)

Les infractions aux dispositions de la présente section peuvent être constatées et poursuivies dans les conditions fixées par les articles 45, premier et troisième alinéas, 46, 47 et 52 de l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence.

Art. L. 121-31

A l'occasion des poursuites pénales exercées en application de la présente section contre le vendeur, le prestataire de services ou le démarcheur, le client qui s'est constitué partie civile est recevable à demander devant la juridiction répressive une somme égale au montant des paiements effectués ou des effets souscrits, sans préjudice de tous dommages-intérêts.

Art. L. 121-32

Des décrets en Conseil d'État pourront régler, en tant que de besoin, les modalités d'application de la présente section.

Art. L. 121-33

Il est interdit de se rendre au domicile d'une personne physique, à sa résidence ou à son lieu de travail pour proposer la vente, la location ou la location-vente de documents ou matériels quelconques tendant à répondre aux mêmes besoins que des prestations de services pour lesquelles le démarchage est prohibé en raison de son objet par un texte particulier.

Toute infraction aux dispositions de l'alinéa précédent entraîne, outre la nullité de la convention, l'application des sanctions prévues à l'article L. 121-28.

Ne sont pas visés par les dispositions des alinéas précédents les supports matériels de connaissance des langues étrangères ou régionales destinés à leur libre apprentissage, sans assistance ou suivi pédagogique, dont la présentation ne fait pas référence à un niveau scolaire, à une activité d'enseignement, à la réussite scolaire, à une formation, à l'obtention d'un diplôme ou d'une situation professionnelle. Dans ce cas, le délai de réflexion de sept jours est prolongé d'un délai supplémentaire expirant quinze jours après la réception du produit par le client pour faire retour de ce produit pour remboursement. En cas d'exercice de ce droit de retour, le matériel est restitué au vendeur sans frais ou indemnités autres que les frais de réexpédition. Le contrat prévu à l'article L. 121-23 doit reproduire en outre le texte du présent alinéa concernant la faculté de résiliation de la commande.

Les résultats des tests d'aptitude à l'emploi des méthodes de langues effectués par le vendeur ou le fabricant sous le contrôle d'un tiers indépendant doivent être communiqués au consommateur avant la conclusion du contrat.

Code de la Consommation - Art. L. 121-34

- Livre Ier : Information des consommateurs et formation des contrats.
- Titre II : Pratiques commerciales.
- Chapitre Ier : Pratiques commerciales réglementées.
- Section 4 : Ventes directes.

Art. L. 121-34

Les règles relatives aux ventes directes aux consommateurs ainsi qu'à la commercialisation des productions déclassées sont fixées par l'article 39 de la loi n° 73-1193 du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat reproduit ci-après :

"Art 39 : Les ventes directes aux consommateurs et la commercialisation des productions déclassées pour défauts, pratiquées par les industriels, sont soumises à une réglementation fixée par décret".

Code de la Consommation - Art. L. 121-35

- Livre Ier - Information des consommateurs et formation des contrats
- Titre II - Pratiques commerciales
- Chapitre 1 - Pratiques commerciales réglementées
- Section 5 - Ventes ou prestations avec primes

Art. L. 121-35

Est interdite toute vente ou offre de vente de produits ou de biens ou toute prestation ou offre de prestation de services faites aux consommateurs et donnant droit, à titre gratuit, immédiatement ou à terme, à une prime consistant en produits, biens ou services sauf s'ils sont identiques à ceux qui font l'objet de la vente ou de la prestation.

Cette disposition ne s'applique pas aux menus objets ou services de faible valeur ni aux échantillons.

Cette disposition s'applique à toutes les activités visées au dernier alinéa de l'article L. 113-2.

(Loi n° 2001-1168 du 11 décembre 2001 art. 13 IV 2° Journal Officiel du 12 décembre 2001)

Code de la Consommation - Art. L. 121-36 à L. 121-41

- Livre Ier : Information des consommateurs et formation des contrats.
- Titre II : Pratiques commerciales.
- Chapitre Ier : Pratiques commerciales réglementées.
- Section 6 : Loteries publicitaires.

Art. L. 121-36

Les opérations publicitaires réalisées par voie d'écrit qui tendent à faire naître l'espérance d'un gain attribué à chacun des participants, quelles que soient les modalités de tirage au sort, ne peuvent être pratiquées que si elles n'imposent aux participants aucune contrepartie financière ni dépense sous quelque forme que ce soit.

Le bulletin de participation à ces opérations doit être distinct de tout bon de commande de bien ou de service.

Art. L. 121-37

Les documents présentant l'opération publicitaire ne doivent pas être de nature à susciter la confusion avec un document administratif ou bancaire libellé au nom du destinataire ou avec une publication de la presse d'information.

Ils comportent un inventaire lisible des lots mis en jeu précisant, pour chacun d'eux, leur nature, leur nombre exact et leur valeur commerciale.

Ils doivent également reproduire la mention suivante : "Le règlement des opérations est adressé, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande". Ils précisent, en outre, l'adresse à laquelle peut être envoyée cette demande ainsi que le nom de l'officier ministériel auprès de qui ledit règlement a été déposé en application de l'article L. 121-38.

Art. L. 121-38

Le règlement des opérations ainsi qu'un exemplaire des documents adressés au public doivent être déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le règlement mentionné ci-dessus est adressé, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande.

Art. L. 121-39

Un décret en Conseil d'État précise, en tant que de besoin, les conditions de présentation des documents mentionnés au premier alinéa de l'article L. 121-37.

Art. L. 121-40

(Abrogé par Ordonnance n° 2005-1086 du 1er septembre 2005 art. 4 II Journal Officiel n° 204 du 2 septembre 2005 page 14256)

Les infractions aux dispositions de la présente section peuvent être constatées et poursuivies dans les conditions fixées par les articles 45, premier et troisième alinéas, 46, 47 et 52 de l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence.

Art. L. 121-41

Seront punis d'une amende de 250 000 F (Art. 3 de l'ordonnance n° 2000-916 du 19 septembre 2000)

« 37 500 € » les organisateurs des opérations définies au premier alinéa de l'article L. 121-36 qui n'auront pas respecté les conditions exigées par la présente section. Le tribunal peut ordonner la publication de sa décision, aux frais du condamné, par tous moyens appropriés. En cas d'infraction particulièrement grave, il peut en ordonner l'envoi à toutes les personnes sollicitées par lesdites opérations. Lorsqu'il en ordonne l'affichage, il y est procédé dans les conditions et sous les peines prévues par l'article 131-35 du code pénal.

« Pour les établissements de crédit et les organismes mentionnés à l'article L. 518-1 du code monétaire et financier, les règles relatives aux ventes avec primes sont fixées par le 2 du I de l'article L. 312-1-2 du même code. »