

Les démarchages à domicile : réglementation et moyens à disposition des élus

Certains élus locaux du département ont pu être interpellés par des administrés de leur commune **victimes d'abus en matière de démarchage à domicile**.

En effet, de manière générale, il est constaté une augmentation des pratiques commerciales trompeuses ou agressives dans le cadre du démarchage à domicile, notamment à l'encontre des personnes vulnérables. Certains secteurs seraient particulièrement concernés par ces pratiques abusives : télécoms, rénovation énergétique, assurances et banques, énergie, etc.

La présente note a pour objectif de **rappeler le cadre légal applicable au démarchage à domicile ainsi que les moyens d'action, bien que limités, dont disposent les élus pour faire face à de telles pratiques commerciales**.

1. Définition du démarchage à domicile

Le démarchage à domicile est une **pratique commerciale consistant à solliciter un client dans un lieu qui n'est pas habituellement destiné au commerce pour lui vendre des produits ou des services**. Le client peut ainsi être sollicité à son domicile, sur son lieu de travail ou encore lors d'un voyage comportant des visites touristiques. Le démarchage à domicile peut être exercé par des vendeurs à domicile salariés jouant le rôle d'intermédiaire entre le client et l'entreprise qu'il représente, ou bien par des vendeurs à domicile indépendants.

Le démarchage à domicile, contrairement à la vente à distance, suppose la présence physique simultanée du vendeur et du client.

2. Le cadre juridique du démarchage à domicile

Le démarchage à domicile est une **pratique commerciale strictement réglementée et encadrée par le Code de la consommation**. Ainsi, le démarchage à domicile exclut les cas suivants :

- vente par téléphone ou par internet (régime spécifique de la vente à distance) ;
- vente sur les marchés, salons, foires ou tous lieux destinés habituellement au commerce ;
- vente de certains produits : services de santé, denrées alimentaires, jeux d'argent ou de produits financiers (banques, épargnes, assurances).

L'activité de démarchage à domicile est régie par la réglementation relative aux contrats hors établissement fixé aux articles L. 221-1 à L. 221-29 du Code de la consommation.

Cependant, **le démarchage à domicile est interdit lorsque le consommateur a manifesté de manière claire et non ambiguë ne pas vouloir faire l'objet d'une visite** (article L. 221-10-1 C. conso.). Le fait de contrevenir à cette interdiction est puni d'un an d'emprisonnement et 150 000€ d'amende (article L. 242-7-1 C. conso.).

a) L'obligation d'information précontractuelle du vendeur

Cette réglementation des contrats hors établissement prévoit des règles protectrices à l'égard du consommateur avec notamment **l'obligation pour le professionnel de fournir préalablement à la conclusion du contrat les informations précontractuelles** prévues aux articles L. 221-5 et R. 221-2 du Code de la consommation, parmi lesquelles figurent des informations concernant notamment :

- l'identité du vendeur (adresse postale, mail et téléphone),
- l'identité de l'entreprise dont il distribue les produits (adresse du siège social, numéro de SIRET, capital social, forme sociale),
- les caractéristiques essentielles du bien ou du service vendu,
- le prix unitaire des produits et le prix global à payer TTC,
- le prix et les modalités de paiement (et taux d'intérêt en cas de vente à crédit),
- la date ou le délai auquel le vendeur s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service,
- le coût d'expédition ou de mise en service,
- les conditions de rétractation (modalités de renvoi, délai, frais éventuels et formulaire-type prévu à l'article R. 221-1 C. conso.),
- les garanties légales ou commerciales,
- la disponibilité des pièces détachées,
- le médiateur de la consommation compétent en cas de litige (articles L. 611-1 à L. 616-3 C. conso.).

Les informations doivent être communiquées de manière lisible et compréhensible sur un support durable. Le document doit être horodaté et signé par le client.

Le vendeur à domicile qui ne respecte pas son obligation d'information préalable encourt 3 000€ d'amende. Il doit être capable de prouver qu'il a bien remis les informations au client (article L. 221-7 C. conso.).

b) Les mentions obligatoires dans le bon de commande

Lors de la conclusion du bon de commande, le vendeur à domicile doit remettre à son client **un exemplaire daté du contrat** sur un support durable. Le contrat **doit être signé par les 2 parties et doit contenir toutes les informations précédemment énumérées** (article L. 221-9 C. conso.).

Le vendeur à domicile qui ne remet pas de formulaire type de rétractation, qui ne remet pas de contrat ou qui remet un contrat non conforme au client encourt 2 ans d'emprisonnement et 150 000€ d'amende (articles L. 242-5 et L. 242-6 C. conso.).

c) L'interdiction de recevoir tout paiement avant 7 jours

Le vendeur à domicile ne peut recevoir aucun paiement ou aucune contrepartie de la part du client avant l'expiration d'un délai de 7 jours à compter de la conclusion du contrat (article L. 221-10 C. conso.).

Le contrat est nul si le vendeur perçoit le paiement sans respecter ce délai. Le vendeur encourt 2 ans de prison et 150 000€ d'amende s'il ne respecte pas ce délai de 7 jours (article L. 242-7 C. conso.).

Toutefois, il existe quelques exceptions à ce principe où le vendeur peut recevoir le paiement sans respecter le délai de 7 jours dans les cas suivants :

- abonnement à un journal consacré à l'information politique,
- contrat ayant pour objet la fourniture de services à la personne,
- contrat conclu au cours d'une réunion organisée par le vendeur à son domicile ou au domicile d'un client,
- contrat ayant pour objet des travaux de réparation à réaliser en urgence au domicile du client à sa demande.

d) Le droit de rétractation du client

Le consommateur dispose d'un délai de 14 jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d'autres coûts (sauf d'éventuels frais de retour).

Ce délai de 14 jours court à compter du lendemain de la réception du bien ou de la conclusion du contrat pour les prestations de services (article L. 221-18 C. conso.). Ce droit de rétractation vaut également pour la vente de biens soldés ou de biens d'occasion.

Il est à noter que si le vendeur n'a pas fourni au client les informations relatives au droit de rétractation, **le délai de rétractation est prolongé de 12 mois à compter de l'expiration du délai initial de 14 jours**. Lorsque la communication des informations intervient pendant cette prolongation, le droit de rétractation expire au bout de 14 jours à compter du jour où le client a reçu les informations (article L. 221-20 C. conso.).

Lorsque le vendeur à domicile est informé de la décision du client de se rétracter, le vendeur dispose d'un délai de 14 jours pour procéder au remboursement de la totalité des sommes versées.

Toutefois, certains produits ou prestations, listés à l'article L. 221-28 du Code de la consommation, ne sont pas soumis au droit de rétractation et ne peuvent donc pas être remboursés.

3. Le rôle (limité) du maire et des élus sollicités par des administrés victimes de démarchages à domicile frauduleux

Les administrés peuvent être victimes, lors d'un démarchage à domicile, de diverses pratiques commerciales pourtant interdites par le Code de la consommation. Il peut notamment être question :

- **de pratiques commerciales trompeuses** (articles L. 121-2 à L. 121-5 C. conso.). Elles sont punies de 2 ans d'emprisonnement, d'une amende de 300 000€ et de peines complémentaires (articles L. 132-1 à L. 132-9 C. conso.). Il s'agit de pratiques qui contiennent ou véhiculent des éléments faux qui sont susceptibles d'induire en erreur le consommateur moyen, ou bien des éléments vrais mais présentés de telle façon qu'ils conduisent au même résultat. Il en est de même lorsque l'omission d'une information induit le consommateur en erreur.

Par exemple, sont notamment visées les pratiques qui ont pour objet : d'afficher un certificat ou un label de qualité sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire ; d'affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ; de présenter un échantillon défectueux dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service différent ; de déclarer faussement qu'un produit ou un service ne sera disponible que pendant une période très limitée afin d'obtenir une décision immédiate et priver les consommateurs d'un délai suffisant pour opérer un choix en connaissance de cause ; etc.

- **de pratiques commerciales agressives** (articles L. 121-6 à L. 121-7 C. conso.). Elles sont punies des mêmes peines (articles L. 132-11 et L. 132-12 C. conso.) Il s'agit de pratiques qui, du fait de sollicitations répétées et insistantes ou de contraintes physique ou morale, altèrent de manière significative la liberté de choix d'un consommateur ou vicient le consentement d'un consommateur. Elles se caractérisent par la pression exercée sur le consommateur afin de le faire céder ou d'orienter ses choix.

Par exemple, sont notamment visées les pratiques suivantes : donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra pas quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu ; se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, courrier électronique ou autre outil de communication à distance ; etc.

- **d'abus de faiblesse** (articles L. 121-8 à L. 121-10 C. conso.). Le fait d'abuser de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne est puni de 3 ans d'emprisonnement, d'une amende de 375 000€ et de peines complémentaires (articles L. 132-14 et L. 132-15 C. conso.). Il s'agit d'une pratique commerciale qui consiste à solliciter le consommateur afin de lui faire souscrire un contrat (souvent lors d'un démarchage à domicile) en abusant de la situation de faiblesse ou d'ignorance de la personne.

Sont concernées les personnes qui ne sont pas en mesure d'apprécier la portée des engagements qu'elles prennent ou de déceler les ruses ou artifices employés pour les convaincre. Cela peut résulter notamment d'un âge avancé, d'un mauvais état de santé, d'une mauvaise compréhension de la langue française ou encore d'une vulnérabilité « momentanée ».

Il ressort d'une récente réponse ministérielle que :

« Les agents de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) sont habilités à contrôler le respect des dispositions relatives à la vente hors établissement et à l'abus de faiblesse. A cet égard, ils disposent notamment d'un pouvoir d'injonction pour faire cesser, le cas échéant, les pratiques illicites des professionnels. En outre, ils peuvent sanctionner d'une amende administrative les manquements constatés à la réglementation de la vente hors établissement (...) » (réponse du ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique publiée au JO Sénat du 11 avril 2024, question n°08930, page 1533).

Ainsi, et en réalité, **les élus locaux disposent de moyens limités pour faire face à ces pratiques commerciales.**

Attention : par exemple, le maire ne peut pas, par arrêté municipal, subordonner l'activité de démarchage à domicile à une déclaration préalable à remplir auprès des services municipaux. Ainsi, le maire ne peut pas réglementer l'activité de démarchage à domicile à des conditions plus restrictives que celles prévues par la réglementation en vigueur du Code de la consommation.

Les seuls moyens à disposition des élus locaux pour faire face à ces pratiques commerciales résident dans **la communication et la sensibilisation de leurs administrés**. En effet, il est tout à fait possible de sensibiliser les habitants de la commune sur ces pratiques commerciales par le biais d'une communication dans les différents supports de communication de la collectivité (site internet, journal ou bulletin municipal, panneaux lumineux, affichage, etc.).

En tout état de cause, la préfecture de Loir-et-Cher conseille aux communes et élus destinataires de plaintes d'administrés, victimes de pratiques abusives de démarches à domicile, **de contacter le service concurrence, consommation et répression des fraudes** de la Direction départementale de l'emploi, du travail, des solidarités et de la protection des populations (DDETS-PP).

En effet, **ce service est compétent pour procéder à des enquêtes et relever les infractions aux dispositions du Code de la consommation**, notamment s'agissant des pratiques commerciales interdites (pratiques commerciales trompeuses ou agressives, abus de faiblesse, etc.).

Coordonnées du service CCRF de la DDETS-PP du 41 :

ddetspp-ccrf@loir-et-cher.gouv.fr

Par ailleurs, il est à préciser que les consommateurs peuvent faire des signalements en cas de non-respect des règles du démarchage à domicile via le site internet ou l'application « Signal Conso ». Ces signalements pourront alors servir de base pour les enquêtes menées par les services de la DGCCRF.