



Projet de loi sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative.

I.	Exposé des motifs	p. 2
II.	Texte du projet de loi	p. 9
III.	Commentaire des articles	p. 13
IV.	Fiche financière	p. 14
V.	Fiche d'impact	p. 15



I. Exposé des motifs

Les objectifs du projet sont (i) la mise en conformité de la législation sur les pratiques commerciales avec le droit européen, (ii) de procéder à une simplification administrative et (iii) de donner plus de flexibilité aux commerçants dans un environnement concurrentiel posant constamment de nouveaux défis.

Afin de garantir la lisibilité et dans un esprit de simplification de la législation, les dispositions désuètes et dont la valeur ajoutée n'est pas avérée sont abrogées.

Considérant le nombre important d'articles à abroger dans 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 (ci-après, la « **directive 97/55** ») et du Conseil modifiant la CEE du Conseil du 10 septembre 1984 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité trompeuse sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative (ci-après, la « **loi modifiée du 30 juillet 2002** »), touchant à son objet-même, il est préférable de procéder à une refonte de celle-ci.

La mise en demeure

Dans sa lettre de mise en demeure du 16 juin 2016, la Commission européenne a relevé que plusieurs dispositions de la loi modifiée du 30 juillet 2002 ne sont pas compatibles avec les articles 4 et 5 de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/28/CE et 2002/65/CE du Parlement et du Conseil et le règlement CE n°2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (ci-après, la « **directive 2005/29** »).

La Commission européenne est d'avis que les mesures nationales ne permettent pas une transposition complète et adéquate de la directive qui procède à une harmonisation complète. Il ressort d'une jurisprudence constante: « *que la directive 2005/29 procède à une harmonisation complète au niveau communautaire des règles relatives aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs. Dès lors, comme le prévoit expressément l'article 4 de celle-ci, les États membres ne peuvent pas adopter des mesures plus restrictives que celles définies par ladite directive, même aux fins d'assurer un degré plus élevé de protection du consommateur.* »¹

Les États membres ne peuvent ainsi pas maintenir de dispositions plus restrictives dans le domaine harmonisé par la directive. Sur l'expression concrète de l'harmonisation totale de la directive, la Cour de justice de l'Union européenne a confirmé comme suit: « *Par conséquent, une telle réglementation nationale interdisant de manière générale des pratiques non visées à l'annexe I de la directive 2005/29, sans procéder à une analyse individuelle du caractère « déloyal » de celles-ci à la lumière des critères énoncés aux articles 5 à 9 de cette directive, se heurte au contenu de l'article 4 de celle-ci et va à l'encontre de l'objectif d'harmonisation complète poursuivi par ladite directive même lorsque cette réglementation vise à assurer un niveau de protection plus élevé des consommateurs.* »²

¹ Arrêt de la Cour du 23 avril 2009, *VTB-VAB et Galatea*, C-261/07 et C-299/07, point 52

² Arrêt de la Cour du 10 juillet 2014, *Commission c/ Belgique*, C-421/12, point 61



Il convient dès lors d'aligner la loi modifiée du 30 juillet 2002 sur la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne en abrogeant les dispositions qui se heurtent au caractère d'harmonisation complète de la directive 2005/29. La loi du 29 avril 2009 relative aux pratiques commerciales déloyales transpose la directive 2005/29 en droit national et se retrouve, après codification du droit de la consommation, au chapitre 2 du livre 1 du Code de la consommation (articles L. 122-1 à L. 122-8). Les dispositions précitées constituent donc la transposition complète de cette directive en droit national.

Des ventes sous forme de liquidation

Jurisprudence de la CJUE

Dans son arrêt rendu le 17 janvier 2013 dans l'affaire C-206/11, la Cour de justice de l'Union européenne a considéré que l'annonce d'une vente sous forme de liquidation dans le droit autrichien constituait une pratique commerciale au sens de la directive 2005/29. Dans cette même affaire la Cour a conclu que la directive 2005/29 « s'oppose à ce qu'une juridiction nationale ordonne la cessation d'une pratique commerciale ne relevant pas de l'annexe I de la directive, au seul motif que ladite pratique n'a pas fait l'objet d'une autorisation préalable de l'administration compétente ».³

La législation luxembourgeoise actuelle

Au Grand-Duché de Luxembourg, les ventes sous forme de liquidation visées par la directive 2005/29 sont encadrées par la loi modifiée du 30 juillet 2002. Similairement au régime autrichien disputé dans l'affaire C-206/11, la loi luxembourgeoise impose des règles particulières allant au-delà de ce qui est prévu par la directive 2005/29. Elle prévoit une autorisation ministérielle préalable, oblige le commerçant d'indiquer un prix effectivement inférieur au prix précédemment appliqué et prescrit que les ventes de liquidation doivent se tenir dans les locaux commerciaux habituels.

Ainsi, l'article 7, paragraphe 1 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 prévoit que « l'action commerciale ne peut commencer avant l'autorisation ministérielle. » Ce système d'autorisation préalable interdit toute vente sous forme de liquidation à défaut d'autorisation préalable.

Effectivement, la loi modifiée du 30 juillet 2002 va au-delà de ce qui est prévu par la directive 2005/29. L'annexe I de la directive ne prévoit pas les conditions prévues par la loi modifiée du 30 juillet 2002 tel que les délais à l'article 8 pendant lesquels la liquidation peut avoir lieu, la réduction de prix imposée par l'article 10 pendant la liquidation, ou encore l'interdiction des ventes sous formes de liquidation pendant la première année de l'établissement de l'article 9, paragraphe 2. Ces pratiques ne sont pas non plus réputées déloyales en toutes circonstances par la directive 2005/29. De même, l'article 11, alinéa 2 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 interdit de lancer des messages publicitaires relatifs à une vente plus d'une semaine avant le début des ventes en question. Bien qu'il soit interdit de faussement déclarer une cessation immédiate, le point 15 de l'annexe I de la directive 2005/29 n'interdit pas d'annoncer une vente sous forme de cessation plus d'une semaine en avance.

Le régime des ventes en liquidation des stocks en vertu de la directive 2005/29

La directive prévoit essentiellement deux pratiques commerciales déloyales qui traitent de la situation d'une vente en liquidation des stocks.

³ Arrêt de la Cour du 17 janvier 2013, *Köck*, C-206/11, points 43 à 50



Selon le point 7 de l'annexe I de la directive 2005/29 sont réputées déloyales en toutes circonstances des pratiques commerciales par lesquelles le professionnel déclare « *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.* »

Selon le point 15 de la même annexe, est aussi interdit de 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.* » Il n'est cependant pas prescrit que les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu immédiatement avant la clôture des activités comme prévu à l'article 9, paragraphe 1 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Les modifications proposées

Les articles 6, paragraphe 2, 7, 8, 9, paragraphe 1 et 2, 10 et 11, alinéa 2 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 ne sont donc pas conformes à la directive 2005/29.

Un simple allègement de la procédure en remplaçant l'autorisation ministérielle par une simple procédure de notification n'est pas jugée opportune. Une telle solution maintiendrait les charges administratives à un niveau élevé sans pour autant répondre à un objectif d'intérêt public. Même le maintien d'une notification ne permet ni d'avoir des statistiques fiables quant aux cessations d'activité, ni d'offrir de garanties supplémentaires aux concurrents ou aux consommateurs.

Il est donc préférable d'abroger les dispositions sur les ventes sous forme de liquidation. Cette abrogation ne signifiera pas une libéralisation totale de cette pratique commerciale car la présentation de réductions de prix devra se faire en conformité avec les dispositions relatives aux pratiques commerciales déloyales telles que prévues par le Code de la consommation. Au-delà des situations visées aux points 7 et 15 de la directive 2005/29, affirmer qu'un prix est réduit alors qu'il n'en est rien, constitue une pratique commerciale trompeuse et une telle pratique peut faire l'objet d'une action en cessation conformément à l'article L. 320-2 dudit code.

Il est à noter qu'une telle action en cessation peut être intentée par « toute personne » ou « groupement professionnel », permettant ainsi aux concurrents ou même aux organisations professionnelles de demander au juge de faire cesser toute pratique déloyale.

De la publicité comparative

L'article 18, paragraphe 3 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 transpose l'ancien article 3bis, paragraphe 2 de la directive 84/450 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative, qui a été ajouté par la directive 97/55. La directive 2005/29 sur les pratiques commerciales abroge ce paragraphe qui précise l'obligation d'indiquer la période de validité de l'offre spéciale.

Il convient donc d'abroger cette disposition qui n'est plus prévue par la directive 2006/114/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative⁴.

⁴ La directive 2006/114/CE remplace la directive 84/450/CEE



De la vente à perte

A l'heure actuelle, le Grand-Duché de Luxembourg est un des rares pays dans l'Union européenne à disposer d'une interdiction de la vente à perte.

Il est proposé d'abroger l'interdiction de la vente à perte afin de (i) garantir un traitement équitable et technologiquement neutre de tous les opérateurs du marché, (ii) de simplifier la législation existante et (iii) se conformer aux exigences du droit européen. Finalement selon des études internationales, (iv) les lois interdisant la vente à perte ne favorisent ni le bien-être des consommateurs, ni l'efficacité économique.

(i) La mise en œuvre de ces dispositions est particulièrement compliquée et difficile. Le dernier et seul cas de jurisprudence luxembourgeoise connu par les auteurs de la présente loi, sanctionnant une vente à perte remonte à 1997⁵. Dans la seule affaire se référant aux dispositions de la loi modifiée du 30 juillet 2002, l'étude économique produite par la partie demanderesse, ne permettait pas de caractériser une infraction⁶. Une vente à perte systématique ou une offre commerciale qui se situe en-dessous des coûts dans le but d'évincer des concurrents peut constituer un abus de position dominante au sens de l'article 5 de la loi modifiée du 23 octobre 2011 relative à la concurrence⁷ respectivement de l'article 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

Contrairement à la loi modifiée du 30 juillet 2002, qui a conservé ces dispositions introduites en 1974⁸, le droit de la concurrence moderne offre un cadre d'analyse économiquement et juridiquement solide permettant de lutter efficacement contre les abus de positions dominantes liés à la pratique de « prix prédateurs ».

Pour ces raisons, les activités de commerce devraient être traitées selon le droit commun de la concurrence, comme les autres activités économiques.

(ii) Depuis 2004, l'interdiction de la vente à perte ne s'applique plus au commerce électronique. Il y a donc deux régimes distincts, ce qui pénalise particulièrement le commerce traditionnel. Vu le progrès inéluctable de la digitalisation, il conviendrait de restaurer des conditions de concurrence égales.

(iii) Il y a par ailleurs de forts doutes sur la conformité de l'interdiction de la vente à perte avec la directive 2005/29. Dans son ordonnance du 7 mars 2013 la Cour de Justice de l'Union européenne a statué que l'interdiction de la vente à perte prévue par la loi belge n'est pas conforme à la directive 2005/29.

La Cour conclut: « *La 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 («directive sur les pratiques commerciales déloyales»), doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à une disposition nationale, telle que celle en cause au principal, qui prévoit une*

⁵ Décision du Tribunal d'arrondissement de Luxembourg du 5/05/1997

⁶ Cour d'appel, 14/12/2005, n°30001

⁷ Voir par exemple décision n°2014-FO-07 du Conseil de la concurrence contre l'Entreprise des P&T (EPT)

⁸ Règlement grand-ducal du 23 décembre 1974 concernant la concurrence déloyale



interdiction générale d'offrir à la vente ou de vendre des biens à perte, pour autant que cette disposition poursuit des finalités tenant à la protection des consommateurs. »⁹

La loi modifiée du 30 juillet 2002 s'inspire des dispositions de la loi belge voire les reproduit textuellement¹⁰. Les dispositions de l'article 20 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 trouvent en effet leur origine dans le règlement grand-ducal du 23 décembre 1974 concernant la concurrence déloyale. Celui-ci s'inspire des articles 22 et 23 de la loi belge du 14 juillet 1971 sur les pratiques de commerce¹¹. Même si la Commission européenne n'a pas relevé ce point jusqu'à présent, le raisonnement de la Cour est également applicable à la législation luxembourgeoise.

(iv) En 2006, l'OCDE a procédé à une étude approfondie des réglementations sur la revente à perte et a conclu que ces réglementations ne favorisent ni le bien-être des consommateurs ni l'efficacité économique. L'OCDE conclut que « *les lois anti-VAP (Vente à perte) ne semblent pas satisfaire au critère de la protection du bien-être des consommateurs que les autorités de concurrence associent habituellement aux lois proconcurrentielles.* »¹² L'OCDE estime d'ailleurs qu' « *il y a de nombreuses raisons commerciales légitimes qui peuvent amener des détaillants à pratiquer des prix de revente inférieurs aux prix coûtants. Déterminer les cas dans lesquels une exemption des lois anti-VAP est économiquement fondée est susceptible d'entraîner des coûts administratifs et de rendre l'application de ces lois incertaine.* »¹³

Tous ces arguments plaident en faveur de l'abrogation de l'interdiction de la vente à perte.

Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

Les jeux-concours publicitaires, les loteries et tombolas gratuites organisés exclusivement aux fins de propagande commerciale tombent dans le champ d'application de la directive 2005/29. La définition de « *pratiques commerciales* » inclut en effet toute « *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.* »

Selon la directive, est réputée trompeuse en toutes circonstances toute pratique commerciale qui « *décrit un produit comme « 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 pratique commerciale et au fait de prendre possession ou livraison de l'article.* »

L'article 21 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 prévoit des exigences particulières en termes de présentation et d'information pour l'organisation de loteries, de jeux-concours et de tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale qui sont plus précises et restrictives que celles prévues par la directive. Ces dispositions ne laissent pas au juge la liberté d'apprécier au cas par cas si, par leur présentation et par l'omission de certaines informations, de telles

⁹ Ordonnance de la Cour, Euronics Belgium CVBA contre Kamera Express BV, Kamera Express Belgium BVBA, C-343/12

¹⁰ Exposé des motifs du projet de règlement grand-ducal portant modification des articles 1er, 2, 4, 5, 6, 8, 13 du règlement grand-ducal du 23 décembre 1974, modifié par le règlement grand-ducal du 17 décembre 1976 concernant la concurrence déloyale, page 3 (Document parlementaire N°2526)

¹¹ Avis du Conseil d'État du 16 décembre 1974 (Document parlementaire N°1863)

¹² John Hilke, "2. Note de référence", *Revue sur le droit et la politique de la Concurrence*, 2007/1, vol.9, p.216

¹³ Idem. P. 263



loteries risquent ou non d'affecter la décision du consommateur et de se révéler trompeuses. La loi modifiée du 30 juillet 2002 va donc au-delà de ce qui est prévu par la directive.

Il convient d'abroger les dispositions de l'article 21 relatives aux loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires.

De la vente en chaîne

La directive 2005/29 qualifie déloyale en toutes circonstances la pratique commerciale consistant à « 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 ».

Or, l'article 22 alinéas 1 et 2 interdisent une pratique similaire, sans néanmoins inclure les trois conditions qui sont propres au point 14 de l'annexe de la directive : i) le consommateur doit verser une participation, ii) le consommateur reçoit la possibilité de percevoir une contrepartie en échange et iii) la contrepartie provient essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits. L'article 22, alinéa 2 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 demande que chaque consommateur espère tirer un profit. En conséquence, l'article 22 interdit de telles pratiques commerciales, même si le consommateur ne verse pas une participation ou ne perçoit pas la possibilité d'une contrepartie en échange.

L'article 22 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 va donc au-delà de ce qui est prévu par la directive. Le libellé de l'article L. 122-4, point 14 du Code de la consommation est identique au point 14 de l'annexe I de la directive et constitue donc la transposition de cette disposition. Afin d'assurer une interprétation cohérente des notions, il convient d'abroger les dispositions relatives à la vente en chaîne.

Des ventes aux enchères publiques de biens neufs

D'origine, les ventes aux enchères publiques de biens neufs présentaient une manière particulière des ventes en liquidation. La révision de la législation des pratiques commerciales en 2002 a consacré à ce type particulier de vente en liquidation un article séparé¹⁴. Vu l'abolition du régime particulier des ventes en liquidation, il n'y a pas lieu non plus de maintenir un régime particulier pour ce type particulier de liquidation des stocks. Il est à noter que dans la période de 1990-2000, seules six autorisations ont été attribuées et que depuis aucune nouvelle demande n'a été traitée à la connaissance des auteurs de la présente loi¹⁵.

De la concurrence déloyale

La notion de concurrence déloyale est en principe déjà couverte par le Code de la consommation et par le droit de la concurrence. Ces législations permettent aux autorités publiques, professionnels et aux consommateurs d'intervenir.

¹⁴ V. projet de loi n° 4844/00 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, commentaire des articles (document parlementaire 4844/00)

¹⁵ V. tableau des autorisations de liquidation délivrées sur base de la loi modifiée du 27 novembre 1986, rapport d'activité 2009, Volume I, Classes Moyennes, p.30



Les dispositions du Code de la consommation sur les pratiques commerciales déloyales s'appliquent à toutes les pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs. Dès lors, ses dispositions protègent aussi indirectement les entreprises contre les concurrents qui ne suivent pas les règles du jeu fixées par la directive, garantissant ainsi une concurrence loyale.

Par ailleurs, en vertu de l'article L. 320-2 du Code de la consommation, toute personne ou groupement professionnel peut requérir la cessation des actes contraires aux dispositions des articles L. 121-1 à L. 122-7 du Code de la consommation transposant la directive, 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.

Les violations au droit de la concurrence sont quant à elles sanctionnées par la loi modifiée du 23 octobre 2011 relative à la concurrence. Pour l'accomplissement des tâches conférées au Conseil de la concurrence, celui-ci peut faire procéder à des inspections auprès des entreprises concernées. Il peut également imposer des sanctions efficaces et dissuasives contre les infractions au droit de la concurrence.

L'article 14 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 connaît encore une troisième catégorie d'« *acte de concurrence déloyale* ». La jurisprudence sur cet article est par contre peu concluante, le champ d'application de ces dispositions s'avère extrêmement restreint.

Force est de constater que le droit de la concurrence et la législation sur les pratiques commerciales déloyales donnent aux entreprises des moyens d'actions plus efficaces et couvrant des situations plus larges. Par souci de clarté et de sécurité juridique, il est ainsi préférable d'abroger les dispositions sur les « *actes de concurrence déloyale* ». La législation sur les pratiques commerciales et le droit de la concurrence offrent suffisamment des garanties aux entreprises pour assurer une concurrence saine et effective.



II. Texte du projet de loi

Chapitre 1er - Des ventes en solde et sur trottoir.

Art. 1er. (1) Est considérée comme vente en solde, toute offre de vente ou toute vente à des prix réduits pratiquée par un détaillant pendant la période des soldes.

(2) Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en utilisant le terme «solde(s)» soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi que toute dénomination ou présentation suggérant une vente en solde en dehors des cas et conditions prévus au présent article.

(3) La vente en solde doit avoir lieu dans les locaux où les biens en question sont habituellement vendus.

Les prix des biens offerts en solde doivent être réellement inférieurs aux prix habituellement demandés par le vendeur pour les mêmes biens.

(4) Les ventes en solde ne peuvent avoir lieu que deux fois par an, chaque période de soldes ne pouvant excéder la durée d'un mois au maximum.

Un règlement grand-ducal fixe chaque année les dates d'ouverture et de clôture des deux périodes de vente en solde.

Art. 2. Aux fins de la présente loi, on entend par «vente sur trottoir»: la vente en détail, sur la place publique, en dehors d'une installation fixe d'un local de commerce.

Il est réservé au bourgmestre de chaque commune d'autoriser aux professionnels disposant d'une autorisation d'établissement afférente l'organisation des ventes sur trottoir.

Le ministre ayant l'économie dans ses attributions est informé par écrit des dates choisies.

Chapitre 2 - De la publicité trompeuse et comparative.

Art. 3. Aux fins de la présente loi, on entend par «publicité» toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

Art. 4. Est interdite toute publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi.

Art. 5. (1) Est interdite toute publicité trompeuse. Aux fins de la présente loi, on entend par «publicité trompeuse»: toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent.



(2) Pour déterminer si une publicité est trompeuse, il est tenu compte de tous ses éléments notamment de ses indications concernant:

1. les caractéristiques des biens ou services, telles que leur disponibilité, leur nature, leur exécution, leur composition, le mode et la date de fabrication ou de prestation, leur caractère approprié, leurs utilisations, leur quantité, leurs spécifications, leur origine géographique ou commerciale ou les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, ou les résultats et les caractéristiques essentiels des tests ou contrôles effectués sur les biens ou les services;
2. le prix ou son mode d'établissement et les conditions de fourniture des biens ou des prestations de services;
3. la nature, les qualités et les droits de l'annonceur, tels que son identité et son patrimoine, ses qualifications et ses droits de propriété industrielle, commerciale ou intellectuelle ou les prix qu'il a reçus ou ses distinctions.

Art. 6. (1) Aux fins de la présente loi, on entend par «publicité comparative»: toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent.

(2) Pour autant que la comparaison est concernée, la publicité comparative est licite dès lors que les conditions suivantes sont satisfaites:

1. elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 5;
2. elle compare 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 et services, dont le prix peut faire partie;
4. elle n'engendre pas de confusion sur le marché entre l'annonceur et un concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent;
5. elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent;
6. pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation;
7. elle ne tire pas indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents;
8. elle ne présente pas un bien ou un service comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés.

Art. 7. Peut seul être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions des articles 4, 5 et 6 l'annonceur de la publicité incriminée.

Toutefois, au cas où ce dernier ne serait pas domicilié au Grand-Duché de Luxembourg ou n'aurait pas désigné une personne responsable ayant son domicile au Grand-Duché de Luxembourg, l'action en cessation peut également être intentée à charge de l'éditeur, de l'imprimeur ou du distributeur de la publicité incriminée, ainsi que de toute personne qui contribue à ce qu'elle produise ses effets.



Chapitre 3 - Sanctions.

Art. 8. 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 l'article L. 313-1 et suivant du Code de la consommation, du ministre ayant l'économie dans ses attributions, de la Commission de surveillance du secteur financier ou du Commissariat aux Assurances, peut ordonner la cessation des actes contraires aux dispositions des articles 1 à 6 de la présente loi, 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 en cessation est introduite selon la procédure applicable devant le tribunal des référés. Le magistrat président la Chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale statue comme juge du fond. Le délai d'appel est de quinze jours.

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:

1. 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 ;
2. 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.

Art. 9. Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision coulée en force de chose jugée prononcée en vertu de l'article 8 est puni d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

Sont punis des mêmes peines:

1. ceux qui ont contrevenu aux dispositions de l'article premier;
2. ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 3 à 7.



Les personnes, les groupements professionnels ou les associations de consommateurs représentatives visés à l'article 8 sont recevables à se constituer partie civile devant les juridictions répressives relativement aux faits portant un préjudice à leurs intérêts particuliers ou collectifs.

Art. 10. Les tribunaux pourront prononcer en cas de condamnation l'insertion dans les journaux ou l'affichage de la décision. Dans l'hypothèse d'une décision d'acquiescement, ils pourront en ordonner la publication ou l'affichage aux frais de l'Etat.

Chapitre 4 - Disposition abrogatoire.

Art. 11. La loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/55 du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/4540/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative est abrogée.



III. Commentaire des articles

Article 1

Cet article reproduit quasi littéralement la section 1 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 réglementant certaines pratiques commerciales, sanctionnant la concurrence déloyale et transposant la directive 97/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative (ci-après, la « loi modifiée du 30 juillet 2002 »). Afin d'améliorer la lisibilité, les articles 2 à 5 sont regroupés dans un article. Vu la levée de l'interdiction de la vente à perte dans la présente loi, le troisième alinéa de l'article 4 de la loi modifiée du 30 juillet 2002 y faisant référence, n'est pas repris.

Par ailleurs la limitation de la période pendant laquelle les commerçants peuvent afficher la publicité en avance des soldes n'est plus reprise, étant donné que la publicité trompeuse est déjà couverte par le chapitre 2 de la présente loi.

Article 2

L'article 2 reprend le libellé de l'article 12 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Article 3

L'article 3 correspond à l'article 15 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Article 4

L'article 4 reproduit l'article 16 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Article 5

L'article 5 correspond à l'article 17 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Article 6

L'article 6 reprend les deux premiers paragraphes de l'article 18 de loi modifiée du 30 juillet 2002, le troisième n'étant plus repris reflétant ainsi les dispositions correspondantes de la directive 2006/114/CE.

Article 7

L'article 7 correspond à l'article 19 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Article 8

L'article 8 reproduit l'article 23 de la loi modifiée du 30 juillet 2002. Les références sont adaptées.

Article 9

L'article 9 reprend le libellé de l'article 25 de la loi modifiée du 30 juillet 2002. Les références sont adaptées.

Article 10

L'article 10 reproduit l'article 26 de la loi modifiée du 30 juillet 2002.

Article 11

L'article 11 abroge la loi modifiée du 30 juillet 2002.



IV. Fiche financière

(art. 79 de la loi du 8 juin 1999 sur le Budget, la Comptabilité et la Trésorerie de l'Etat)

Le présent projet de loi ne comporte pas de dispositions dont l'application est susceptible de grever le budget de l'Etat.



V. Fiche d'évaluation d'impact

Mesures législatives et réglementaires

Intitulé du projet: Projet de loi sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative

Ministère initiateur: Ministère de l'Économie

Auteur: M. Jacques THILL / M. Patrick WILDGEN

Tél .: 247-84153 / 247-74123

Courriel: jacques.thill@eco.etat.lu ; patrick.wildgen@eco.etat.lu

Objectif(s) du projet: Mise en conformité du droit national avec le droit européen.

Simplification administration.

Amélioration de la sécurité juridique en assurant la cohérence avec le droit de la concurrence et le droit de la consommation.

Autre(s) Ministère(s)/Organisme(s)/Commune(s) impliqué(e)(s): Chambres et fédérations professionnelles : chambre de commerce, chambre des métiers, fédération des artisans, confédération luxembourgeoise du commerce.

Date: juillet 2016

Mieux légiférer

1. Partie(s) prenante(s) (organismes divers, citoyens,...) consultée(s): Oui: Non: ¹⁶

Si oui, laquelle/lesquelles:

Remarques/Observations: *Les organisations professionnelles ont été informées lors d'une session d'information.*

2. Destinataires du projet:

- Entreprises/Professions libérales:

Oui: Non:

- Citoyens:

Oui: Non:

- Administrations:

Oui: Non:

3. Le principe « Think small first » est-il respecté?

(c.à.d. des exemptions ou dérogations sont-elles prévues suivant la taille de l'entreprise et/ou son secteur d'activité?)

Oui: Non: N.a.:¹⁷

Remarques/Observations: *Les procédures particulièrement fastidieuses pour les PME ont été abrogées. Par ailleurs, la flexibilisation des règles en matière de vente leur permettra de mieux se positionner vis-à-vis de la concurrence croissante de la part du commerce en ligne et d'outre-frontière*

¹⁶ Double-click sur la case pour ouvrir la fenêtre permettant de l'activer

¹⁷ N.a.: non applicable



4. Le projet est-il lisible et compréhensible pour le destinataire? Oui: Non:
Existe-il un texte coordonné ou un guide pratique, mis à jour et publié d'une façon régulière? Oui: Non:
Remarques/Observations: *La refonte de la loi, correspond à une version coordonnée des dispositions sujettes à révision.*
5. Le projet a-t-il saisi l'opportunité pour supprimer ou simplifier des régimes d'autorisation et de déclaration existants, ou pour améliorer la qualité des procédures? Oui: Non:
Remarques/Observations:
6. Le projet contient-il une charge administrative¹⁸ pour le(s) destinataire(s)? (un coût imposé pour satisfaire à une obligation d'information émanant du projet?) Oui: Non:
Si oui, quel est le coût administratif approximatif total? (nombre de destinataires x coût administratif¹⁹ par destinataire) *tous les commerçants sont concernés par les obligations inclus dans la présente loi. Toutefois, le coût administratif est amoindri vu l'abolition des régimes d'autorisation.*
7. a) Le projet prend-il recours à un échange de données inter-administratif (national ou international) plutôt que de demander l'information au destinataire? Oui: Non: N.a.:
Si oui, de quelle(s) donnée(s) et/ou administration(s) s'agit-il?
- b) Le projet en question contient-il des dispositions spécifiques concernant la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel? Oui: Non: N.a.:
Si oui, de quelle(s) donnée(s) et/ou administration(s) s'agit-il?
8. Le projet prévoit-il:
- une autorisation tacite en cas de non réponse de l'administration? Oui: Non: N.a.:
- des délais de réponse à respecter par l'administration? Oui: Non: N.a.:
- le principe que l'administration ne pourra demander des informations supplémentaires qu'une seule fois? Oui: Non: N.a.:
9. Y a-t-il une possibilité de regroupement de formalités et/ou de procédures (p. ex. prévues le cas échéant par un autre texte)? Oui: Non: N.a.:
Si oui, laquelle:

¹⁸ Il s'agit d'obligations et de formalités administratives imposées aux entreprises et aux citoyens, liées à l'exécution, l'application ou la mise en œuvre d'une loi, d'un règlement grand-ducal, d'une application administrative, d'un règlement ministériel, d'une circulaire, d'une directive, d'un règlement UE ou d'un accord international prévoyant un droit, une interdiction ou une obligation.

¹⁹ Coût auquel un destinataire est confronté lorsqu'il répond à une obligation d'information inscrite dans une loi ou un texte d'application de celle-ci (exemple: taxe, coût de salaire, perte de temps ou de congé, coût de déplacement physique, achat de matériel, etc...).



10. En cas de transposition de directives communautaires, le principe « la directive, rien que la directive » est-il respecté? Oui: Non: N.a.:
Si non, pourquoi?
11. Le projet contribue-t-il en général à une:
a. simplification administrative, et/ou à une Oui: Non:
b. amélioration de qualité réglementaire? Oui: Non:
Remarques/Observations:
12. Des heures d'ouverture de guichet, favorables et adaptées aux besoins du/des destinataire(s), seront-elles introduites? Oui: Non: N.a.:
13. Y a-t-il une nécessité d'adapter un système informatique auprès de l'Etat (e-Government ou application back-office)? Oui: Non:
Si oui, quel est le délai pour disposer du nouveau système: *Il faudra adapter le système MMAET, pour tenir compte de l'abrogation du régime d'autorisation pour les liquidations*
14. Y a-t-il un besoin en formation du personnel de l'administration concernée? Oui: Non: N.a.:
Si oui, lequel?
Remarques/Observations:

Égalité des chances

15. Le projet est-il:
- principalement centré sur l'égalité des femmes et des hommes? Oui: Non:
- positif en matière d'égalité des femmes et des hommes? Oui: Non:
Si oui, expliquez de quelle manière:
- neutre en matière d'égalité des femmes et des hommes? Oui: Non:
Si oui, expliquez pourquoi:
- négatif en matière d'égalité des femmes et des hommes? Oui: Non:
Si oui, expliquez de quelle manière:
16. Y a-t-il un impact financier différent sur les femmes et les hommes? Oui: Non: N.a.:
Si oui, expliquez de quelle manière:

Directive « services »

17. Le projet introduit-il une exigence relative à la liberté d'établissement soumise à évaluation²⁰? Oui: Non: N.a.:
18. Le projet introduit-il une exigence relative à la libre prestation de services transfrontaliers²¹? Oui: Non: N.a.:

²⁰ Article 15, paragraphe 2, de la directive « services » (cf. Note explicative p. 10-11)

²¹ Article 16, paragraphe 1, troisième alinéa et paragraphe 3, première phrase de la directive « services » (cf. Note explicative, p.10-11)