

# DROIT DE LA CONSOMMATION ET DÉMARCHAGE À DOMICILE. PAR VALÉRIE LEDOUX ET SOPHIE PASQUESOONE, AVOCATS

*Si le démarchage à domicile présente de nombreux avantages pour les clients (absence de déplacement en magasin, présentation personnalisée du produit), il les place, de fait, dans une situation délicate vis-à-vis du vendeur : il est, en effet, bien plus difficile de congédier un vendeur que de quitter un magasin dans lequel on ne souhaite rien acheter.*

Il peut, de ce fait, générer des risques d'achats inconsidérés (le client s'aperçoit finalement que le produit est inutile ou que d'autres produits sont plus performants ou moins chers) voire de véritables abus (démarchage agressif, pressions psychologiques).

C'est pourquoi la loi du 22 décembre 1972, reprise aux articles L. 121-21 et suivants du Code de la consommation, a édicté diverses règles destinées à protéger les consommateurs démarchés. Ces règles s'appliquent pour toutes les opérations qui ne sont pas réglementées par un texte spécifique, étant précisé que, dans certains cas, le démarchage à domicile est purement et simplement prohibé (vente de produits pharmaceutiques, démarchage juridique, etc.) ou réservé à certains opérateurs (les établissements financiers, par exemple, en ce qui concerne les prêts).

### Un champ d'application étendu

La notion de démarchage à domicile est entendue de façon très large.

Au-delà des ventes à domicile à proprement parler, elle couvre, en effet, notamment : les démarchages effectués au lieu de travail de l'acheteur, même à sa demande, les démarchages effectués dans des lieux non destinés à la commercialisation du bien ou service proposé (par exemple, à l'occasion d'organisation d'excursions ou lors de réunions « Tupperware » chez des connaissances) ainsi que les sollicitations, données au client par téléphone, de se rendre dans un lieu de vente.

Le texte vise, par ailleurs, pratiquement tous les engagements possibles (achat, vente, location, location-vente, location avec option d'achat de biens ou fourniture de services).

En revanche le texte ne protège que les personnes physiques qui contractent en qualité de consommateur (et non les professionnels ou les personnes morales).



### Un régime rigoureux

Toute opération conclue dans le cadre d'un démarchage à domicile doit donner lieu à la rédaction d'un contrat écrit, dont un exemplaire, signé et daté de la main du client, doit lui être remis au moment de la conclusion du contrat.

Ce contrat doit comporter, à peine de nullité, les mentions obligatoires énumérées à l'article L121-23 du Code de la consommation (telles que l'identité précise du démarcheur et du fournisseur, la mention de la faculté de renonciation, la désignation précise des biens ou services concernés et de leur prix, etc.). Il doit en outre comprendre un formulaire détachable destiné à faciliter l'exercice de la faculté de renonciation.

Outre ce formalisme, la loi impose, en effet, d'offrir au client une faculté de renonciation qu'il peut exercer dans un délai de sept jours – qui sera prochainement porté à 14 jours – à compter de la commande ou de l'engagement d'achat, par lettre recommandée avec accusé de réception.

Enfin, avant l'expiration de ce délai de réflexion, aucune contrepartie et aucun engagement quels qu'ils soient ne peuvent être exigés ou obtenus du client, et aucune prestation de service ne doit être effectuée.

### Des sanctions dissuasives

Toute infraction aux dispositions relatives au démarchage est punissable d'un emprisonnement d'un an et/ou d'une amende de 3.750 euros (18.750 € pour les personnes morales) étant précisé que peuvent être sanctionnés tant le démarcheur que l'entreprise qui l'a mandaté. Par ailleurs, le contrat conclu encourt un risque de nullité et la responsabilité civile de l'entreprise et de son démarcheur peuvent être engagées.

En outre, le fait pour un démarcheur d'abuser de la faiblesse ou de l'ignorance de son client pour le conduire, par le moyen de visites à domicile, à des achats inconsidérés est punissable de cinq ans d'emprisonnement et/ou d'une amende de 9.000 euros (ou 45.000 € pour les personnes morales) (article L 122-8 du Code de la consommation).

Enfin, le fait d'effectuer des visites personnelles au domicile d'un consommateur en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux fait partie de la liste de pratiques commerciales réputées agressives, figurant à l'article L122-11-1 du Code de la consommation, et est passible de deux ans d'emprisonnement et/ou d'une amende de 150.000 euros (750.000 € pour les personnes morales).

**Valérie Ledoux, Avocate Associée  
et Sophie Pasquesoone, Avocate, Directeur  
de Mission RACINE, cabinet d'avocats**



[www.racine.eu](http://www.racine.eu)