CHÈQUE CADEAU : LA PUBLICITÉ DOIT ÊTRE RESPECTÉE

Category: Devis, factures
Tag: Scandale

Nous avons été informé par plusieurs consommateurs du refus d'honorer des chèques cadeaux sans minimum d'achat d'une grande surface de Nancy.

Ceux-ci d'une validité de 9 semaines étaient refusés après 16 jours d'opération.

Après contact avec le magasin, celui-ci nous a indiqué que l'opération reprenait jusqu'à la date prévue. Les consommateurs qui avaient achetés des produits sans pouvoir bénéficier de cette remise seraient remboursés de la somme s'ils le demandaient.

C'est l'occasion, à travers cette situation, de rappeler quelques règles juridiques en la matière en analysant la situation :

En préambule, les dispositions de l'article L. 121-15-1 du Code de la Consommation fixant les règles sont reproduits ci-dessous :

Article L121-15-1 : 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.

L'article L. 121-15-2 est également important :

Article L121-15-2 : 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

Tel était bien le cas de l'opération. En effet, aucune limitation d'achat n'était prévue et rien ne

précisait l'arrêt de l'opération. Par un refus d'appliquer cette remise, les consommateurs ont donc été trompés. Cette problématique aurait pu être considéré par la justice comme une volonté de ne pas respecter les engagements. La situation relèverait donc à notre sens des dispositions de l'article L. 121-1 du Code de la Consommation reproduit ci-dessous :

Article L121-1 : 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

Les sanctions sont prévues par l'article L121-6 qui édicte :

Article 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 p. 100 des dépenses de la publicité constituant le délit. Les dispositions de l'article L. 213-6 prévoyant la responsabilité pénale des personnes morales sont applicables à ces infractions.

Pour parfaire cette analyse, nous reproduisons l'article L 213-6 du Code Pénal :

Article L213-6 : Les personnes morales déclarées responsables pénalement, dans les conditions prévues par l'article 121-2 du code pénal, des infractions définies aux articles L. 213-1 à L. 213-4 encourent, outre l'amende suivant les modalités prévues par l'article 131-38 du code pénal, les peines prévues par les 2° à 9° de l'article 131-39 du même code. L'interdiction mentionnée au 2° de l'article 131-39 du code pénal porte sur l'activité dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise.

Nous resterons vigilants sur ce type de promotion. La responsabilité des campagnes de promotion est bien exclusivement du magasin.