

## **Loi du 23 décembre 2016 sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative**

**(Mém. A 2016, N° 267)**

Doc. parl. 7038; sess. ord. 2015-2016 et 2016-2017

telle que modifiée par :

- la loi du 18 juillet 2018 portant modification :
  - 1° de la loi modifiée du 29 juin 1989 portant réforme du régime des cabarets ;
  - 2° de la loi modifiée du 2 septembre 2011 réglementant l'accès aux professions d'artisan, de commerçant, d'industriel ainsi qu'à certaines professions libérales ; et
  - 3° de la loi du 23 décembre 2016 sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative ;

(Mém. A 2018, N° 616)
  
- la loi du 19 novembre 2021 portant modification :
  - 1° du Code de la consommation ;
  - 2° de la loi modifiée du 11 avril 1983 portant réglementation de la mise sur le marché et de la publicité des médicaments ;
  - 3° de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques ;
  - 4° de la loi modifiée du 14 août 2000 relative au commerce électronique ;
  - 5° de la loi modifiée du 24 mai 2011 relative aux services dans le marché intérieur ;
  - 6° de la loi modifiée du 23 octobre 2011 relative à la concurrence ;
  - 7° de la loi modifiée du 23 décembre 2016 sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative ;

en vue de la mise en œuvre du règlement (UE) 2017/2394 du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2017 sur la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs et abrogeant le règlement (CE) n° 2006/2004

(Mém. A 2021, N° 833)

### **Chapitre 1<sup>er</sup> - Des ventes en solde et sur trottoir.**

#### **Art. 1<sup>er</sup>**

(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 « dans un point de vente physique situé sur le territoire national »<sup>1</sup>.

(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.

---

<sup>1</sup> Loi du 18 juillet 2018

## **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 la Protection des consommateurs dans ses attributions »<sup>2</sup>, de la Commission de surveillance du secteur financier ou du Commissariat aux assurances, peut ordonner « toute mesure destinée à faire cesser ou interdire tout acte contraire »<sup>3</sup> aux dispositions des articles 1<sup>er</sup> 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 « selon la procédure prévue en matière de référé. »<sup>4</sup>

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.

---

<sup>2</sup> Loi du 19 novembre 2021

<sup>3</sup> Loi du 19 novembre 2021

<sup>4</sup> Loi du 19 novembre 2021

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'État.

**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/CE du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative est abrogée.