

**MEMORIAL**  
Journal Officiel  
du Grand-Duché de  
Luxembourg



**MEMORIAL**  
Amtsblatt  
des Großherzogtums  
Luxemburg

---

**RECUEIL DE LEGISLATION**

---

A — N° 90

12 août 2002

---

**Sommaire**

**PRATIQUES COMMERCIALES, CONCURRENCE DÉLOYALE  
ET PUBLICITÉ COMPARATIVE**

**Loi 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..... page 1830**

---

**Loi 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.**

Nous Henri, Grand-Duc de Luxembourg, Duc de Nassau

Notre Conseil d'Etat entendu ;

De l'assentiment de la Chambre des Députés ;

Vu la décision de la Chambre des Députés du 11 juillet 2002 et celle du Conseil d'Etat du 19 juillet 2002 portant qu'il n'y a pas lieu à second vote;

Avons ordonné et ordonnons :

**Titre 1.- De certaines pratiques commerciales**

**Art. 1<sup>er</sup>.** Les ventes en solde, les ventes sous forme de liquidation et les ventes sur trottoir, ainsi que les ventes aux enchères publiques de biens neufs ne peuvent avoir lieu que sous les formes et aux conditions définies ci-après.

**Section 1. Des ventes en solde**

**Art. 2.** 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, telle que prévue aux articles 3 à 5 de la présente loi.

**Art. 3.** 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 aux articles de la présente section.

**Art. 4.** 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.

Par dérogation à l'article 20, les biens soldés que le vendeur a détenus en stock au début de la vente en solde peuvent être vendus à perte.

**Art. 5.** 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.

La publicité relative à chacune de ces périodes de soldes ne peut débuter qu'à partir du septième jour précédant les dates ainsi déterminées.

**Section 2. Des ventes sous forme de liquidation**

**Art. 6. (1)** Les ventes sous forme de liquidation en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'une partie d'un stock ne peuvent avoir lieu que dans les cas suivants :

1. cessation complète de l'activité commerciale exercée ;
2. cas exceptionnels dûment justifiés.

**(2)** Sauf en cas de circonstances exceptionnelles dûment justifiées et sur autorisation du ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, les ventes sous forme de liquidation doivent avoir lieu dans les locaux où les articles à liquider sont habituellement vendus. Elles ne peuvent être fractionnées.

**Art. 7. (1)** Les ventes sous forme de liquidation et leur prolongation sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, l'avis d'une commission consultative composée de représentants dudit ministère et des organisations professionnelles concernées demandé ; les modalités de fonctionnement de la commission sont déterminées par règlement grand-ducal. L'action commerciale ne peut commencer avant l'autorisation ministérielle.

Dans les cas énoncés au paragraphe 1<sup>er</sup>, point 2 de l'article 6, la demande d'autorisation de liquidation doit être introduite dans les quinze jours après l'événement en cause.

**(2)** Un règlement grand-ducal précise les renseignements et documents à produire à l'appui de la demande d'autorisation de vente sous forme de liquidation ainsi que les modalités suivant lesquelles un contrôle peut éventuellement être effectué.

**(3)** En cas de fausses indications données à l'appui d'une demande, l'autorisation de liquidation peut être refusée ou révoquée.

**(4)** Il doit être fait mention de l'autorisation ministérielle de liquidation sur la devanture du local commercial et dans toute publicité, annonce ou affiche de la vente sous forme de liquidation. Les dispositions qui précèdent ne s'appliquent pas aux ventes sous forme de liquidation en exécution d'une décision judiciaire, dans ce cas, la juridiction, le numéro et la date du jugement sont à indiquer dans toute mention de la liquidation.

**Art. 8.** Les ventes sous forme de liquidation, prolongation comprise, ne doivent pas dépasser six mois. Toutefois, en cas de vente sous forme de liquidation pour cause de cessation complète de l'activité commerciale exercée, une prolongation jusqu'à au maximum un an peut être accordée dans les formes de l'article 7, paragraphe 1<sup>er</sup>.

**Art. 9. (1)** Les ventes sous forme de liquidation prévues au point 1 de l'article 6 doivent précéder immédiatement l'événement en cause; le stockage effectué avant la liquidation et dépassant les besoins normaux de l'exploitation est interdit.

**(2)** Aucune vente sous forme de liquidation visée au point 1 de l'article 6 ne peut être autorisée au cours de la première année de l'établissement effectif du commerce.

**(3)** Les liquidations prévues au point 1 de l'article 6 impliquent pour le commerçant la renonciation au commerce de la ou des branches concernées pendant une période de deux ans, à calculer à partir du jour suivant celui où le commerçant a mis fin à son activité.

Pendant cette période, il est également interdit à ce commerçant de reprendre ou de recommencer un commerce de la ou des mêmes branches commerciales par l'intermédiaire d'une société dans laquelle il serait associé majoritaire ou dans laquelle il ferait intervenir sa qualification professionnelle en vue de l'obtention de l'autorisation d'établissement.

Cette même interdiction vaut pour l'associé majoritaire et le dirigeant social, répondant aux exigences de l'accès à la profession au sens de la législation en matière de droit d'établissement, d'une société ayant obtenu une autorisation de liquidation qui voudrait reprendre ou recommencer le même commerce sous forme individuelle ou sous le couvert d'une autre société commerciale.

**Art. 10.** Le prix des biens vendus sous forme de liquidation doit être réellement inférieur au prix habituellement demandé par le vendeur pour les mêmes biens. Par dérogation à l'article 20, les biens à liquider que le vendeur a détenus en stock au début de la liquidation peuvent être vendus à perte.

**Art. 11.** Il est interdit d'annoncer ou de procéder à une vente en recourant au terme de « liquidation(s) », soit isolément, soit avec d'autres mots, ainsi qu'à toute autre dénomination ou présentation suggérant une vente sous forme de liquidation dans des cas autres que ceux prévus à l'article 6.

La publicité relative à une vente sous forme de liquidation ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant le commencement de cette vente.

### Section 3. Des ventes sur trottoir

**Art. 12.** 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 collège des bourgmestre et échevins de chaque commune d'autoriser aux professionnels disposant d'une autorisation d'établissement afférente l'organisation des ventes sur trottoir.

Le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes est informé par écrit des dates choisies.

### Section 4. Des ventes aux enchères publiques de biens neufs

**Art. 13.** Les ventes aux enchères publiques de biens neufs en vue de l'écoulement accéléré d'un stock ou d'un assortiment de biens ne sont autorisées qu'à titre exceptionnel et peuvent avoir lieu uniquement par l'intermédiaire d'un officier ministériel.

Les ventes aux enchères publiques sont autorisées par le ministre ayant dans ses attributions le département des Classes Moyennes, l'avis de la commission consultative prévue à l'article 7 point 1 de la présente loi demandé.

Il doit être fait mention de l'autorisation dans toute annonce ou affiche de la vente et l'officier ministériel doit en donner connaissance aux acheteurs avant de procéder aux enchères.

La publicité relative à une vente aux enchères ne peut débiter qu'à partir du septième jour précédant cette vente.

## Titre 2.- De certains abus de concurrence

### Section 1. De la concurrence déloyale

**Art. 14.** Commet un acte de concurrence déloyale toute personne qui exerce une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale qui, par un acte contraire soit aux usages honnêtes en matière commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, soit à un engagement contractuel, enlève ou tente d'enlever à ses concurrents ou à l'un d'eux une partie de leur clientèle ou porte atteinte ou tente de porter atteinte à leur capacité de concurrence.

### Section 2. De la publicité

**Art. 15.** 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. 16.** Est interdite toute publicité favorisant un acte qui contrevient aux dispositions de la présente loi.

**Art. 17. (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 :

a) 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 ;

b) le prix ou son mode d'établissement et les conditions de fourniture des biens ou des prestations de services ;

c) 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. 18. (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 :

a) elle n'est pas trompeuse au sens de l'article 17 de la présente loi ;

b) elle compare des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;

c) elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie ;

d) 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 ;

e) elle n'entraîne pas le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activités ou situation d'un concurrent ;

f) pour les produits ayant une appellation d'origine, elle se rapporte dans chaque cas à des produits ayant la même appellation ;

g) 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 ;

h) 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.

**(3)** Toute comparaison faisant référence à une offre spéciale doit indiquer de manière claire et non équivoque la date à laquelle l'offre spéciale prend fin ou, le cas échéant, le fait qu'elle vaut jusqu'à épuisement des biens et des services et, si l'offre spéciale n'a pas encore commencé, la date du début de la période pendant laquelle un prix spécial ou d'autres conditions spécifiques sont applicables.

**Art. 19.** Peut seul être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions des articles 16, 17 et 18 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.

### Section 3. De la vente à perte

**Art. 20. (1)** Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre au consommateur un bien ou une prestation de services à perte. La même interdiction s'applique au grossiste toutes les fois où le commerçant-détaillant se trouve sous la dépendance juridique ou économique du commerçant-grossiste.

**(2)** Est considérée comme une vente à perte d'un bien, toute vente à un prix qui n'est pas au moins égal au prix auquel le produit a été facturé lors de l'approvisionnement ou auquel il serait facturé en cas de réapprovisionnement, si ce dernier prix est inférieur. Par prix facturé on entend le prix effectivement déboursé, déduction faite des rabais ou remises de toute nature consentis par le fournisseur au moment de la facturation directement liée à l'opération en cause.

**(3)** Est considérée comme prestation de services à perte, toute prestation de services à un prix inférieur au prix de revient du service.

**(4)** L'interdiction prévue aux alinéas qui précèdent n'est pas applicable :

a) aux biens susceptibles d'une détérioration rapide et dont la conservation ne peut plus être assurée ;

b) aux biens dont la valeur commerciale se trouve profondément diminuée du fait de leur détérioration, d'une réduction de leurs possibilités d'utilisation ou d'une modification fondamentale de la technique ;

c) aux biens spécialement offerts en vente en vue de répondre à un événement ou engouement éphémère s'il est manifeste que ces biens ne peuvent plus être vendus aux conditions normales du commerce lorsque est passé l'événement ;

d) lorsque le prix du bien ou de la prestation de service est aligné, en raison des nécessités de concurrence, sur celui généralement pratiqué par d'autres commerçants, pour un bien ou un service identique ;

e) lorsque la vente de ces biens est réalisée dans le cadre d'une vente en solde ou d'une vente sous forme de liquidation conformément aux dispositions des articles 2 à 11 ou dans le cadre d'une vente aux enchères publiques de biens neufs conformément aux dispositions de l'article 13.

#### Section 4. Des loteries, jeux-concours et tombolas publicitaires

**Art. 21.** Est licite et autorisée par la présente loi l'organisation de loteries, de jeux-concours et de tombolas publicitaires gratuits exclusivement réalisés à des fins de propagande commerciale, pour autant qu'ils répondent aux conditions énumérées ci-dessous :

a) l'annonceur d'une loterie, d'un jeux-concours ou d'une tombola publicitaires établit, préalablement à toute diffusion du message publicitaire, un règlement précisant les conditions et le déroulement de l'opération commerciale. Ce règlement et un exemplaire des documents adressés aux consommateurs sont déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité. Le texte complet du règlement est envoyé gratuitement par l'annonceur à toute personne qui en fait la demande ;

b) les documents publicitaires ne doivent ni faire naître une confusion de quelque nature qu'elle soit dans l'esprit de leur destinataires, ni induire en erreur sur le nombre et la valeur des lots, ainsi que sur les conditions de leur attribution;

c) le bulletin de participation doit être distinct du bon de commande du bien ou de la prestation de service ;

d) la participation au tirage au sort, quelles que soient les modalités, ne peut être soumise à aucune contrepartie financière de quelque nature qu'elle soit, ni à aucune obligation d'achat ;

e) l'annonceur qui fait naître par la conception ou la présentation de la communication, l'impression que le consommateur a gagné un lot, doit fournir ce lot au consommateur.

#### Section 5. De la vente en chaîne

**Art. 22.** Il est interdit à tout commerçant, industriel ou artisan d'offrir en vente ou de vendre un bien ou un service en recourant à un procédé de vente en chaîne ou à une autre technique commerciale assimilable.

Est considérée comme vente en chaîne au sens de la présente loi tout procédé consistant à établir un réseau de vendeurs, professionnels ou non, dont chacun espère tirer un avantage quelconque résultant plus de l'élargissement de ce réseau que de la vente de biens ou de services au consommateur.

Est notamment assimilée à une vente en chaîne, la vente « en boule de neige » qui consiste à offrir au consommateur des biens ou des services en lui faisant espérer qu'il les obtiendra soit à titre gratuit, soit contre remise d'une somme inférieure à leur valeur réelle, à la condition qu'il parvienne à vendre des biens ou des services ou à placer contre paiement auprès des tiers des bons, coupons ou autres titres analogues ou à obtenir de leur part des adhésions ou des souscriptions.

La participation en connaissance de cause à de telles ventes est également interdite.

### Titre 3.- Dispositions communes

#### Section 1. De l'action en cessation

**Art. 23.** Le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale à la requête de toute personne, d'un groupement professionnel ou d'une association de consommateurs représentée à la commission des prix, ordonne la cessation des actes contraires aux dispositions des articles 1 à 22 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'action est introduite et jugée comme en matière de référé conformément aux articles 932 à 940 du Nouveau Code de Procédure Civile.

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 :

a) 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 ;

b) considérer des données de fait comme inexactes si les preuves exigées conformément au point a) ne sont pas apportées ou sont estimées insuffisantes.

**Art. 24.** L'affichage de la décision peut être ordonné à l'extérieur des installations de vente du contrevenant et aux frais de celui-ci. La décision précise la durée de l'affichage. 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.

#### Section 2. Des pénalités

**Art. 25.** Tout manquement aux injonctions ou interdictions portées par une décision coulée en force de chose jugée prononcée en vertu de l'article 23 est puni d'une amende de 251 euros à 120.000 euros.

Sont punis des mêmes peines :

- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 3, 4 et 5 alinéa 3 ;
- ceux qui ont contrevenu aux articles 7.1, 7.3, 7.4, 9.1, 9.3, 10 et 11 de la présente loi ;
- ceux qui ont pratiqué une vente aux enchères publiques de biens neufs en ne respectant pas les conditions de l'article 13 ;
- ceux qui ont contrevenu aux dispositions des articles 14 à 22.

Indépendamment de l'action publique, la cessation de tout acte contraire à ces dispositions peut être ordonnée par le magistrat président la chambre du tribunal d'arrondissement siégeant en matière commerciale et statuant comme il est dit à l'article 23 susmentionné. La cessation ordonnée par ce magistrat prend toutefois fin en cas d'acquiescement irrévocable par le juge pénal.

Les personnes, les groupements professionnels ou les associations de consommateurs représentatives visés à l'article 23 sont recevables à se constituer partie civile devant les juridictions répressives relativement aux faits portant un préjudice à leurs intérêts particuliers ou collectifs.

**Art. 26.** 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.

### Section 3. Disposition transitoire

**Art. 27.** Les actions commerciales autorisées ou initiées avant l'entrée en vigueur de la présente loi, au titre de la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale, sont organisées ou poursuivies jusqu'à leur terme autorisé ou décidé.

### Titre 4.- Dispositions abrogatoires

**Art. 28.** Est abrogée la loi modifiée du 27 novembre 1986 réglementant certaines pratiques commerciales et sanctionnant la concurrence déloyale.

Sont également abrogés :

- l'arrêté royal du 11 avril 1822 concernant l'établissement des foires et marchés modifié par l'arrêté royal du 2 mars 1887;
- l'arrêté royal grand-ducal du 28 juin 1856 relatif à la tenue des foires;
- l'arrêté grand-ducal du 22 mai 1892 concernant la tenue des foires aux jours fériés créés par la loi du 16 février 1892;
- l'arrêté de la Régence du 15 juillet 1840 concernant les transports d'approvisionnements destinés aux marchés;
- l'article 3 de la loi du 15 février 1882 sur les loteries.

Mandons et ordonnons que la présente loi soit insérée au Mémorial pour être exécutée et observée par tous ceux que la chose concerne.

*Le Ministre des Classes Moyennes,  
du Tourisme et du Logement,*  
**Fernand Boden**

*Le Ministre de la Justice,*  
**Luc Frieden**

Cabasson, le 30 juillet 2002.  
**Henri**

Doc. parl. 4844; sess. ord. 2001-2002; Dir. 97/55/CE, 84/450/CCE.