



CFC, Effingerstrasse 27, CH-3003 Bern

Courrier A  
Commission des affaires juridiques  
du Conseil des Etats  
Madame Anne Seydoux-Christe  
Présidente  
3003 Bern

Votre référence :  
Notre référence : voj  
Dossier traité par :  
**Berne, le 19 décembre 2012**

## **Prise de position de la Commission fédérale de la Consommation**

### **sur l'avant-projet de « Révision du droit de révocation » et sur l'avant-projet relatif à « l'abrogation des dispositions sur le contrat de vente avec paiements préalables »**

Madame la Présidente,  
Mesdames, Messieurs les membres de la Commission des affaires juridiques du Conseil des Etats,

Par courrier du 17 septembre 2012, la Commission fédérale de la consommation (ci-après : CFC) a été appelée à prendre position sur deux avant-projets de la Commission des affaires juridiques du Conseil des Etats portant, d'une part, sur la « Révision du droit de révocation » (adaptation du Code des obligations) et, d'autre part, sur « l'abrogation des dispositions sur le contrat de vente avec paiements préalables ». C'est avec plaisir que la CFC se détermine ci-dessous, après avoir procédé à un examen minutieux des deux avant-projets, en sous-commission, puis en commission plénière.

Nous traitons d'abord de l'avant-projet « Révision du droit de révocation » (I.), pour présenter ensuite brièvement notre point de vue sur l'avant-projet d'abrogation des art. 227a ss CO (II.).

Commission fédérale de la consommation CFC  
Jean-Marc Vögele  
Secrétariat  
Effingerstrasse 27, CH-3003 Bern  
Tél. +41 31 322 20 46, Fax +41 31 322 43 70  
jean-marc.voegele@gs-evd.admin.ch



## I. L'avant-projet « Révision du droit de révocation »

Après des remarques d'ordre général (1.), nous prendrons position sur des aspects particuliers des dispositions proposées (2.), pour terminer par une conclusion (3.).

### 1. Les remarques d'ordre général

Dans sa « Recommandation concernant l'amélioration de la protection du consommateur dans le contexte d'ouverture des marchés du 2 septembre 2010 », la Commission fédérale de la consommation (CFC) a souligné que, pour que « les contrats de consommation gardent un sens, il faut veiller à ce qu'ils protègent les intérêts des professionnels comme ceux des consommateurs. Ainsi, *l'amélioration de la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (par exemple par l'introduction d'un droit de révoquer de tels contrats) vise cet objectif*, dans la mesure où elle permet de prendre en compte le fait que le consommateur n'a pas accès à la marchandise avant de conclure le contrat. Des mécanismes de lutte contre les abus sont également tout à fait acceptables, puisqu'ils ne dictent pas à l'avance le contenu du contrat aux parties, mais interviennent *a posteriori* pour sanctionner les dérapages. » (Recommandation 2010, pt 5) (mise en évidence par nous).

La CFC **accueille dès lors très positivement** la volonté de la commission des affaires juridiques du Conseil des Etats d'améliorer le fonctionnement du marché en assurant une meilleure réglementation du droit de révocation, non seulement dans le démarchage par téléphone, mais également en matière de contrats à distance (notamment conclus par le biais d'Internet).

Elle souligne toutefois qu'une telle réglementation ne peut atteindre son but que si **elle est suffisamment précise afin de ne pas mettre en danger la sécurité des transactions**. Elle doit en effet garantir une certaine prévisibilité du résultat, afin de permettre un bon fonctionnement du marché.

En ce qui concerne la légitimité d'étendre le droit de révocation au démarchage par téléphone et aux contrats à distance, la CFC précise ce qui suit :

- a) Le démarchage par téléphone.** La CFC *approuve* l'extension du droit de révocation au démarchage par téléphone. Il s'agit là d'une concrétisation dans le texte du Code des obligations d'une position défendue depuis longtemps non seulement par les auteurs de doctrine<sup>1</sup>, mais également par la CFC, qui a soutenu l'application du droit de révocation

<sup>1</sup> H. STAUDER/B. STAUDER, in Thévenoz/Werro (édit.), Commentaire romand du Code des obligations, vol. I, 2e éd., Bâle 2012, n. 20 ad art. 40b CO; MARLIS KOLLER-TUMLER, Einführung in die Grundlagen des privatrechtlichen Konsumentenschutzes, in : E.A. Kramer (édit.), Konsumentenschutz im Privatrecht, SPR X, Bâle 2008, p. 1 ss, en part. p. 85 note 343; ég. BSK-GONZENBACH/KOLLER-TUMLER, n. 8 ad art. 40b CO; DORNIER, ZKomm., n. 70 ad art. 40b CO; GAUCH/SCHLUEP/SCHMID, OR AT I (9e éd., 2008), n. 476.



au démarchage par téléphone dans plusieurs recommandations, dont celle mentionnée dans le rapport (Recommandation de la CFC du 6 mars 2007<sup>2</sup>).

- b) Les contrats à distance.** La CFC constate qu'elle avait déjà souligné l'importance d'une adaptation du droit suisse pour les contrats à distance dans une Recommandation de 1999<sup>3</sup> et qu'elle a réitéré son soutien à une extension du droit de révocation en matière de contrats à distance dans sa recommandation du 2 septembre 2010 (pt 5, cf. *supra*). La justification d'une telle extension diffère toutefois du démarchage à domicile. En effet, pour le démarchage à domicile, la justification tient notamment au fait que le partenaire contractuel est pratiquement forcé à conclure le contrat par une technique de vente potentiellement « agressive » et qu'il n'a ainsi pas de délai de réflexion avant de conclure le contrat. Son consentement n'est pas véritablement libre.

Pour les contrats à distance, la justification tient principalement à *deux caractéristiques particulières* :

**1° Le consommateur n'a souvent pas initié la démarche contractuelle.** Le risque de passer un contrat rapidement existe, en particulier lorsqu'il est fait en cliquant simplement pour accepter (cf. rapport p. 6).

**2° L'absence d'accès raisonnable à la prestation avant la conclusion du contrat.** Comme pour tout contrat à distance, le destinataire d'une offre par Internet (ou courriel) n'a pas la possibilité d'examiner le produit ou le service avant de conclure le contrat. Lorsque les parties habitent à proximité, les risques de déconvenues sont plus faibles, car le destinataire de l'offre connaît parfois la réputation de l'offrant. En cas de livraison inappropriée, il lui est aussi plus facile de se plaindre. En revanche, par internet ou courriel, l'offrant réside souvent ou aussi à l'étranger, ce qui réduit la possibilité de *connaître la réputation* de celui-ci et rend aussi plus difficile toute action en garantie pour les défauts en cas d'exécution défectueuse.

Dans son article "WHY WITHDRAWAL RIGHTS" (European Review of Contract Law 2011, p. 1-24), en se fondant sur des recherches en économie comportementale, le prof. HORST EIDENMÜLLER souligne également que la justification première d'un droit de révocation en matière de contrat à distance est de *permettre de contrecarrer l'asymétrie d'information sur le produit ou le service qui peut entraîner un dysfonctionnement important du marché* (p. 14).

---

<sup>2</sup> [Recommandation du 6 mars 2007 de la Commission fédérale de la consommation au Conseil fédéral concernant le démarchage par téléphone.](#)

<sup>3</sup> Conclusion de la [Recommandation du 7 décembre 1999 de la Commission fédérale de la consommation au Conseil fédéral concernant la vente à distance](#): « la Commission fédérale de la consommation recommande au Conseil fédéral d'élaborer des dispositions légales pour la protection des consommatrices et des consommateurs en se basant sur la directive No 97/7/CE du 20 mai 1997 du Parlement européen et du conseil concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance. ».



Cette justification qui vaut pour le marché de l'Union européenne doit valoir de la même manière pour le marché suisse.

D'autres auteurs ont également montré que le droit de révocation dans les contrats à distance peut avoir un impact positif sur les coûts (cf. l'exemple classique du *market for lemons*, dans la théorie de George Akerlof [The Market for 'Lemons' : Quality Uncertainty and the Market Mechanism, The Quarterly Journal of Economics 84(1970), vol. 3]).

Ces deux caractéristiques valent évidemment aussi pour le démarchage téléphonique.

Le fait que de nombreux vendeurs par correspondance proposent à leur clients un droit de révocation souligne que *le droit de révocation permet de donner confiance aux clients* dans une vente à distance, sans accroître les inconvénients pour le vendeur de manière excessive si les règles relatives au droit de révocation sont suffisamment précises.

Lorsqu'un produit ou un service ne correspond pas à ce qui était annoncé par une photo (p. ex. catalogue, site web) ou par une déclaration (p. ex. démarchage par téléphone), les attentes de l'autre partie peuvent être lésées. Il existe alors **deux approches possibles** :

**1°) Le recours aux règles sur la garantie pour les défauts.** Celles-ci permettent d'obtenir une réduction du prix, le remplacement de la chose, voire la résiliation du contrat lorsque le défaut est important. Toutefois, contrairement au droit européen, le droit suisse a maintenu le fait que ces règles sont uniquement dispositives même pour les contrats entre professionnels et consommateurs. Cette situation implique d'assurer dès lors une protection plus accrue des droits par le biais du droit de révocation.

**2°) La révocation du contrat.** Ce moyen est plus simple, puisque la révocation doit certes se faire à bref délai, mais sans que des motifs spécifiques ne doivent être mentionnés. Cette seconde approche à l'avantage de faciliter la résolution rapide des problèmes, en particulier à l'égard de fournisseurs indécidés. Pour éviter les abus, il faut cependant *préciser clairement le cadre temporel* dans lequel doit s'exercer le droit de révocation.

Imposer un droit de révocation à tout contrat conclu à distance (ceux-ci constituent d'ailleurs aujourd'hui la majorité des contrats) a certes un impact sur le moment prévu pour l'exécution des prestations. Il importe dès lors de prévoir aussi précisément que possible les limites du principe de l'exercice du droit de révocation (cf. *infra*). Dans le même temps, le droit de révocation *peut augmenter la qualité de l'exécution* ; en effet, lorsqu'une prestation est voulue, les parties s'exécutent. Ainsi, cette mesure pourrait entraîner une réduction des coûts de poursuite.

La CFC **approuve** ainsi l'extension du droit de révocation aux contrats à distance, *tout en soulignant que l'avant-projet doit encore être amélioré*, notamment afin que soient mieux déterminés les contrats exclus du champ d'application du droit de révocation et la limite temporelle maximale du droit de révocation en l'absence d'informations suffisantes. Il faut en



outre veiller à ce que le système puisse s'adapter au développement de nouvelles techniques de vente, telles la conclusion de contrat à distance avec obligation de retrait.

La CFC aimerait toutefois souligner qu'une *analyse empirique du « taux de retour »* dans les contrats de vente par correspondance aurait été utile pour permettre une première appréciation de l'impact possible du droit de révocation sur les contrats à distance. Cela aurait été possible comme le montre l'article du Prof. EIDENMÜLLER (Why Withdrawal Rights, ERCL 2011, p. 19 nbp 39).

## 2. Les améliorations nécessaires de l'avant-projet

Après analyse de l'avant-projet, la CFC propose les modifications suivantes afin d'améliorer le projet :

**Art. 40d CO** Suppression de la limitation aux contrats passés avec des consommateurs.  
En effet, si le but de l'extension aux contrats à distance est de donner une alternative au régime de la garantie pour les défauts, et de répondre à la difficulté d'évaluation de la qualité de la prestation fournie, on peut se demander pour quelle raison la règle est limitée aux consommateurs. Les PME ou les personnes morales qui n'agissent pas dans un but professionnel se trouvent en principe dans une situation comparable.

La comparaison avec le droit européen ne se justifie pas, puisque la limitation aux « consommateurs » faite en droit européen provient de l'absence de fondement dans le traité pour étendre la réglementation aux autres acteurs juridiques. En outre, nombre de pays ont étendu la réglementation aux PME, comme cela a d'ailleurs été suggéré par le préambule de la Directive 2011/83/UE de l'Union européenne sur les droits des consommateurs (Préambule n°13 : « [...] Les États membres peuvent, par exemple, décider d'étendre l'application des règles de la présente directive à des personnes morales ou physiques qui ne sont pas des « consommateurs » au sens de la présente directive, comme les organisations non gouvernementales, les jeunes entreprises ou les petites et moyennes entreprises. »).

**Art. 40e CO** let. a : à supprimer. La CFC a peine à voir qu'une forme authentique puisse être conclue par le biais d'un contrat à distance. L'exigence de « lecture de l'acte » suppose nécessairement la présence des parties, actuellement par la présence physique, voire dans le futur par une mise en contact électronique simultanée (Skype etc.). On ne peut dès lors exclure expressément une forme contractuelle qui, de par ses exigences, ne tombe pas sous le coup de la définition de « contrat à distance ».

let. b : approuvé.



**art. 40f CO** ajouts d'exceptions au droit de révocation. Il faut préciser le champ d'application du droit de révocation en ajoutant un certain nombre d'exceptions supplémentaires.

« *Le « consommateur » ne peut pas invoquer son droit de révocation [...] :* »

« *c. pour les contrats portant sur une chose, lorsque l'acquéreur a utilisé la chose **au-delà d'un usage limité à la vérification** de la chose et de sa fonctionnalité.* »

rem : Plutôt que de prévoir une indemnité pour l'usage (art. 40k al. 3 CO), dont le montant devra à chaque fois être évalué indépendamment du montant du contrat (puisque celui-ci ne produit pas d'effets), il paraît préférable d'exclure le droit de révocation en cas d'usage allant au-delà de celui nécessaire à la vérification de la chose.

« *d. pour les contrats conclus lors d'une **vente aux enchères**.* »

rem : Tout le régime des ventes aux enchères serait affecté par la possibilité d'exercer un droit de révocation dans de telles situations. En pratique, il sera extrêmement difficile de déterminer si la vente a eu lieu entre un professionnel et un consommateur. En outre, si l'on devait admettre d'étendre le champ d'application conformément à notre proposition (cf. *supra* nos remarques ad art. 40d), il serait judicieux d'éviter que l'ensemble du droit de la vente aux enchères soit soumis au droit de révocation.

L'art. 235 al. 1 CO prévoit le transfert immédiat de la propriété au moment de l'adjudication. Cela signifie donc que, par l'acceptation de l'enchère, le consommateur obtient déjà l'exécution de ce qu'il peut réclamer (il est devenu propriétaire). Les conséquences d'un droit de révocation seraient dès lors difficiles à mettre en œuvre lorsque, avant même son exercice, l'acheteur aurait obtenu ce qu'il veut avoir, sans toutefois disposer encore de la possession.

Enfin, et c'est probablement *la raison première de l'exclusion*, la vente aux enchères suppose un prix par définition aléatoire, qui dépend des enchères en un moment et un temps donné. Permettre à quelqu'un de révoquer le contrat alors qu'il a été prêt à prendre le risque d'une plus grande volatilité du prix paraît contraire à la nature même du contrat. Son caractère aléatoire justifie son exclusion du droit de révocation. La répartition du risque contractuel entre l'enchérisseur et le vendeur serait sinon réparti de manière inéquitable uniquement sur le vendeur. Le droit de révocation impliquerait que le vendeur devrait à chaque fois compter avec le risque de devoir organiser de nouvelles enchères ; le risque financier pourrait être important, les nouveaux enchérisseurs ayant une connaissance du résultat des premières enchères.



Rappelons toutefois que cela ne signifie pas que le contractant est dépourvu de protection, puisque le consommateur pourra invoquer les règles sur la garantie pour les défauts.

*« e. pour les contrats portant sur la fourniture de biens scellés ne pouvant être renvoyés pour des raisons de **protection de la santé ou d'hygiène** et qui ont été descellés par le consommateur après la livraison. »*

rem : Le fait de desceller p. ex. une boîte de médicaments devrait entraîner l'exclusion du droit de révocation. Il doit en aller de même de tous les objets liés à l'hygiène. Le rapport (p. 18) indique que l'exclusion prévue par l'art. 40f let a AP-CO porte notamment sur ce qui figure sous cette lettre e. L'expression « par leur nature » reste toutefois peu précise ; or, la particularité de cette lettre est d'exiger que le bien ait été scellé pour exclure le droit de révocation ; dans le cas contraire, il devrait être possible de révoquer le contrat. En la matière, la jurisprudence développée par la Cour de Justice de l'Union européenne devra être prise en compte (ATF 129 III 335/350).

*« f. pour les contrats portant sur la fourniture **d'enregistrements audio ou vidéo scellés** ou de logiciels informatiques scellés et qui ont été descellés après livraison. »*

rem : Le fait de recevoir des éléments qui peuvent facilement être copiés peut être à la source d'abus du droit de révocation. Il est dès lors juste que si l'envoi est scellé, le fait de le desceller exclut le droit de révocation. Il reste toutefois la possibilité d'une action en garantie pour les défauts si l'enregistrement audio ou le support est défectueux.

*« g. pour les contrats portant sur la fourniture d'un **journal, d'un périodique ou d'un magazine s'ils ont été descellés**, sauf pour les contrats d'abonnement à ces publications. »*

rem : La notion de « loisirs » mentionnée à l'art. 40g al. 2 CO est à la fois très large et très imprécise. Il importe toutefois de préciser un certain nombre de situations spécifique. En effet, comme les enregistrements, ce type de support peut facilement être copié, rendant ensuite un droit de révocation souvent abusif. Il est dès lors juste d'exclure ces périodiques, journaux et autres lorsqu'ils sont vendus scellés et qu'ils sont ensuite descellés. Toutefois, le droit de révocation doit exister pour ces prestations lorsqu'elles reposent sur un abonnement.

On notera en outre que le fait d'utiliser le journal (qui n'aurait pas été préalablement scellé) justifie déjà l'exclusion du droit de révocation en vertu de l'art.



40d (cf. *supra*). L'art. 40g CO permettrait lui aussi d'exclure le droit de révocation pour la vente de journaux non scellés.

Là aussi, il reste la possibilité d'une action en garantie pour les défauts si le journal, le périodique ou le magazine est défectueux.

**art. 40g CO** **al. 1** : modification de la formulation : « *Pour les contrats portant sur une prestation de service, le droit de révocation est exclu lorsque le fournisseur a été requis expressément par l'autre partie d'exécuter la prestation dans son intégralité avant que le délai de révocation ne soit écoulé.* ».

rem : La formulation est modifiée, mais le but de la disposition demeure identique.

**al. 2** : modification de la formulation : « [...] *à fournir ces prestations à une date ou une période déterminée* ».

rem : On peut toutefois se demander s'il ne faut pas limiter cette exception aux situations dans lesquelles l'exécution du contrat doit débiter à un moment précis avant l'échéance du délai de révocation, ce qui permettrait de rapprocher la disposition de l'alinéa précédent.

**al. 3** : la CFC note qu'il est délicat d'exclure le domaine des services financiers et des assurances, en se référant à la protection d'une loi qui n'est pas encore adoptée, alors que le rapport souligne le besoin de protection dans ce domaine.

**art. 40h CO** approuvé.

**art. 40i CO** **al. 1** : approuvé. Il est juste d'adapter le délai à celui retenu dans l'Union européenne, puisque le Parlement avait adopté les art. 40a CO dans le paquet *Swisslex* pour maintenir une compatibilité sur ce point avec le droit européen. Celui-ci ayant été modifié dans le sens d'une augmentation à 14 jours, il faut reprendre le même délai (du moins pour la règle générale, les règles spéciales étant de toute manière réservées).

**al. 2bis** à introduire. « *Le délai est échu dans tous les cas **douze mois** après la livraison de la chose ou la conclusion du contrat portant sur des services.* ».

rem : Le droit européen prévoit un délai maximal de douze mois. Il est important de fixer une limite maximale à l'exercice du droit de révocation, afin de garantir une certaine sécurité juridique. L'art. 10 de la Dir. 2011/83/UE sur les droits des consommateurs prévoit un délai de douze mois à compter de la fin du délai de révocation. Ce délai est certes relativement long, mais permet de mettre une certaine pression sur l'exigence d'information. Dès lors que le délai





de révocation ne court pas tant que l'information n'est pas donnée, il est important de fixer un délai de péremption (« échu » ; « verwirkt ») depuis le moment auquel le délai de révocation aurait débuté si l'information avait été dûment donnée ; c'est la raison de l'introduction de ce délai dans un al. 2bis.

On pourrait envisager un délai plus court, mais cela créerait une distorsion de concurrence avec le régime de l'Union européenne qui ne serait pas justifiée.

**art. 40j CO** al. 1 approuvé.

**art. 40k CO** al. 1 à modifier. « La révocation entraîne l'invalidation du contrat ».

rem : Il est judicieux de prévoir la même conséquence juridique que l'erreur, la crainte fondée ou le dol, à savoir celle retenue pour l'art. 31 CO. En effet, l'évolution de la jurisprudence en matière de vices du consentement doit pouvoir s'appliquer de manière comparable à la situation de la révocation.

Pour l'instant, le Tribunal fédéral retient une nullité relative en lien avec l'art. 31 CO (vices du consentement). Si l'on considère que le but des art. 40a ss CO est d'assurer un consentement éclairé, il est juste de retenir la même conséquence juridique. On pourrait toutefois aussi adopter un régime de liquidation (*Liquidationsverhältnis*) en considérant que le contrat est d'abord valablement conclu, puis invalidé avec effet rétroactif.

En revanche, il est faux de dire que l'offre est « non avenue », alors que c'est le destinataire de l'offre qui est autorisé à « revenir sur son acceptation ». En effet, c'est éventuellement l'acceptation qui peut être considérée comme « non avenue », si l'on entend retenir une telle construction. L'offre reste en revanche valablement faite. Toutefois, il est préférable de reprendre soit le mécanisme visé par l'art. 31 CO (nullité relative), soit celui d'une invalidation avec effet rétroactif, fondé sur un rapport de liquidation.

Il faut d'ailleurs comparer cette disposition avec la solution juridique exprimée très différemment à l'art. 406e al. 1 CO.

**al. 2** : La restitution « dans la mesure du possible ».

L'avant-projet n'est pas clair sur ce point. Les conséquences de la révocation ne sont pas clairement réglées. Il faut en effet déterminer *qui supporte le risque de la perte sans faute*. Les règles ordinaires s'appliquent-elles ? Qu'en est-il du principe selon lequel l'acheteur supporte le risque (CO 185) lors de la restitution ? Par souci de clarté, il faudrait prendre partie : nullité relative ou invalidité, puis en déduire les conséquences.



**al. 3 :** à supprimer compte tenu de l'introduction de l'exception relative à l'exécution de la prestation ou l'usage de la chose. De deux choses l'une, soit on utilise la chose et il n'y a plus de droit de révocation, soit on se borne à la tester et il n'y a alors pas d'indemnité due.

**al. 4 :** à supprimer et maintenir un renvoi aux conséquences habituelles. Le fondement lié au contrat de mandat existe indépendamment de l'indication légale (si tant est que cela soit la bonne interprétation).

**al. 5 :** à maintenir.

La CFC souligne qu'il serait **important de régler la question de savoir qui supporte** les risques de la perte en cas de retour de la chose.

**al. 6 :** ajouter une règle sur le sort des contrats liés. Quelle est en effet la conséquence de la révocation d'un contrat de vente à distance sur le contrat de crédit qui a servi à le financer ? Quelle est à l'inverse la conséquence sur le contrat de vente de la révocation d'un contrat de crédit conclu à distance ? Il faut dès lors prévoir les conséquences d'un droit de révocation sur les contrats qui sont liés au contrat révoqué.

**art. 154 CO** Il n'y a aucune justification à la modification de l'art. 154 CO, ce d'autant que la modification n'est même pas commentée dans le rapport.

### 3. Conclusion

La CFC est ainsi **tout à fait favorable** à l'adaptation du droit de révocation et à son extension au démarchage par téléphone et aux contrats à distance.

En revanche, cette extension ne peut pas se faire sans **une réglementation précise** du champ d'application de ce droit de révocation. Les propositions faites tendent à augmenter la prévisibilité et visent à satisfaire les exigences spécifiques de certains contrats.

Enfin, il est important de **clarifier** dans le projet la portée des effets de la révocation, soit en reprenant les formulations de l'art. 31 CO, soit en instaurant un régime d'invalidation créant un rapport de liquidation (*Liquidationsverhältnis*). La solution et/ou la formulation actuelles ne sont pas satisfaisantes et surtout insuffisantes.

## II. L'avant-projet « Abrogation des règles sur la vente avec paiements préalables »

La CFC peut s'exprimer très brièvement sur ce point. Certes, les règles sur la vente avec paiements préalables ne sont pratiquement plus appliquées. Toutefois, le Tribunal fédéral s'y est parfois référé pour envisager des solutions dans des contrats innommés.



Pour l'instant du moins, il n'y a pas de besoin impératif de supprimer ces règles. Rien n'exclut en effet que ce mode de financement d'investissement plus important ne soit pas remis au goût du jour dans quelques années, pour des motifs qui nous sont actuellement inconnus.

**La CFC est dès lors contre l'abrogation** des règles sur la vente avec paiements préalables.

Nous vous remercions d'avance de la suite que vous donnerez à nos remarques et vous prions d'agréer, Madame la Présidente, Mesdames, Messieurs les membres de la Commission des affaires juridiques du Conseil des Etats, l'expression de nos sentiments distingués.

Pour la Commission fédérale de la Consommation CFC

Prof. Dr. Pascal Pichonnaz

Dr Marlis Koller-Tumler

Président suppléant

Présidente