

SÉNAT

PREMIERE SESSION ORDINAIRE DE 1971-1972

Enregistré à la Présidence le 27 mars 1972.
Annexe au procès-verbal de la séance du 20 décembre 1971.

RAPPORT

FAIT

au nom de la Commission des Affaires sociales (1), sur la proposition de loi, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE, relative aux publications, imprimés et objets vendus dans un but philanthropique,

Par M. Marcel SOUQUET,

Sénateur.

Mesdames, Messieurs,

L'Assemblée Nationale a voté, le 15 décembre 1971, une proposition de loi due à l'initiative d'un de nos collègues députés, M. Tomasini. Comme chacun d'entre nous, celui-ci a pris conscience des imperfections, révélées à l'usage, de la législation et de la

(1) Cette commission est composée de : MM. Marcel Darou, président ; Marcel Lambert, Lucien Grand, Jean-Pierre Blanchet, Jean Gravier, vice-présidents ; Jean-Baptiste Mathias, Lucien Perdereau, Marcel Souquet, Hector Viron, secrétaires ; Hubert d'Andigné, André Aubry, Pierre Barbier, Hamadou Barkat Gourat, Jacques Braconnier, Pierre Brun, Charles Cathala, Jean Cauchon, Marcel Cavallé, Louis Courroy, Michel Darras, Roger Gaudon, Abel Gauthier, Marcel Guislain, Jacques Henriet, Arthur Lavy, Edouard Le Jeune, Bernard Lemarié, Robert Liot, Georges Marie-Anne, Marcel Mathy, Jacques Maury, André Méric, Jean Mézard, Jean Natali, Jean Nègre, Pouvanaa Oopa Tetuaura, Victor Robini, Eugène Romaine, Robert Schwint, Albert Sirgue, Robert Soudant, Henri Terré, René Touzet, René Traveret, Raymond de Wazières.

Voir les numéros :

Assemblée Nationale (4^e législ.) : 291, 1962 et In-8° 537.
Sénat : 104 (1971-1972).

réglementation instituant le « travail protégé » des travailleurs handicapés ; il s'agit, à la base, des titres IV et VII de la loi n° 57-1233 du 23 novembre 1957 sur le reclassement des travailleurs handicapés, déjà modifiée une première fois par la loi n° 65-975 du 19 novembre 1965.

Nous avons dit « imperfections » ; il convient de préciser notre pensée en indiquant qu'il s'agit essentiellement d'abus auxquels se livrent certaines personnes ou officines dirigées par des personnes plus ou moins scrupuleuses qui ont réussi à capter à leur seul, et souvent exclusif, profit une partie du courant créé par les Pouvoirs publics et par l'opinion en faveur d'une aide accrue et mieux adaptée aux handicapés.

La loi de 1957 a prévu que les travailleurs handicapés dont la diminution physique ou mentale est telle que leur placement dans un milieu normal de travail s'avère impossible, peuvent être admis, selon leurs capacités de travail, soit dans un centre d'aide par le travail, soit dans un atelier protégé, ou effectuer les tâches qui leur sont confiées par les centres de distribution du travail à domicile. Les deux dernières catégories d'établissements, qui sont créés par des collectivités ou organismes publics ou privés, peuvent recevoir des subventions de l'Etat, des départements, des communes et des organismes de Sécurité sociale ; les handicapés que la commission départementale d'orientation des handicapés estime capables d'être dirigés vers une activité indépendante peuvent recevoir un prêt d'honneur pour leur équipement. De plus, des labels ont été institués pour garantir l'origine des produits fabriqués par des travailleurs handicapés.

On voit donc que la gamme des possibilités qui leur sont offertes pour favoriser leur insertion ou leur réinsertion sociale par le travail est assez large, au moins en théorie ; car nous connaissons tous les difficultés pratiques qu'ils rencontrent souvent en raison d'un équipement et de crédits insuffisants, pour trouver une place dans l'établissement ou l'atelier adapté à leur état.

Toujours est-il qu'un certain nombre de produits ou d'objets sortent de ces établissements ou ateliers légitimement privilégiés, portant le label prévu par la loi pour les recommander à l'attention du public ; ils doivent par définition, pour remplir leur office, être vendus. Pour ce faire, les articles ou produits en question sont

proposés aux clients potentiels selon des procédés qui s'apparentent à ceux du commerce normal, qu'il s'agisse de la vente en magasins, de la vente à domicile ou sur la voie publique ou colportage, de la vente par correspondance. Chacun de ces modes de commercialisation doit, bien entendu, être utilisé en conformité avec la réglementation propre à chacun d'eux, mais lorsque le produit ou l'objet est porteur du label garantissant que son origine ou son conditionnement réside dans le travail des handicapés, il bénéficie fort heureusement, dans l'esprit du public, du préjugé favorable que l'on a précisément voulu créer, en développant un sentiment de solidarité humaine, où se mêlent l'entraide et la charité.

La loi de 1957 et sa modification de 1965 n'ont pas manqué de prévoir des sanctions sévères :

- contre ceux qui feraient un usage illégal ou abusif du label ;
- contre ceux qui offriraient à la vente un objet ne portant pas le label en faisant valoir ou en donnant à croire :
 - soit que l'objet a été fabriqué ou conditionné par un travailleur handicapé ;
 - soit que le produit de la vente bénéficie à un travailleur handicapé ;
- contre ceux qui, à l'occasion de la vente au détail et à domicile d'un objet portant le label auraient accordé ou perçu une commission proportionnelle au montant des ventes réalisées.

Il est à noter que cette interdiction ne s'applique pas aux titulaires de la carte de représentant qui se bornent à prendre à domicile et à transmettre des commandes pour la vente au détail.

On le voit, les intentions du législateur de 1957 et de 1965 étaient pures et l'on s'était efforcé de prévenir les abus qu'il était possible de prévoir. En théorie, ces textes, comme les articles du Code pénal sur l'escroquerie qui peuvent aussi, dans certains cas, être appliqués, étaient et demeurent relativement satisfaisants ; dans la pratique, ils le sont un peu moins. Tout d'abord parce que les conditions mêmes de rapidité dans lesquelles se déroule la vente à domicile rendent difficile la recherche des infractions et surtout la saisine, quand il y a lieu, de l'autorité administrative ou judiciaire : le visiteur, qui se présente presque toujours à l'improviste, bénéficie de l'effet de surprise ; il exhibe parfois, mais bien rapidement, une carte dont la personne visitée n'a guère le moyen

d'apprécier le caractère sérieux ou non ; sur un ton et dans des termes trop souvent mélodramatiques, il sensibilise l'affectivité de celle-ci, tout en montrant le produit à vendre ; quand la visite est fructueuse, il encaisse la somme d'argent attendue et disparaît sans pratiquement laisser de trace.

La peur des sanctions prévues a cependant réduit dans des proportions non négligeables les ventes abusives des produits présentés au public comme fruit du travail de handicapés lorsque cette affirmation est fallacieuse ou lorsque l'organisme fabricant ou vendeur n'a recours au travail d'un handicapé ou de quelques handicapés, exploités dans une entreprise de production ou de vente normale, que pour bénéficier d'une « couverture » ouvrant droit à quelques avantages d'ordre réglementaire, fiscal, etc.

Mais l'imagination des hommes, et spécialement des habiles et des fraudeurs, toujours prompts à détourner à leur profit les courants de la solidarité humaine, est fertile.

C'est ainsi que l'on a vu proliférer au cours de ces dernières années les calendriers, cartes postales, journaux et revues présentés comme étant vendus au profit des handicapés. Les promoteurs de ces ventes abusives ne tombent, en effet, sous le coup d'aucune interdiction, et notamment de celles qui sont prévues par l'article 36 de la loi du 23 novembre 1957 tel que modifié par la loi du 19 novembre 1965, dès lors qu'il s'agit de publications ou imprimés dont il n'est pas prétendu qu'ils sont fabriqués par des *travailleurs* handicapés ou vendus au profit de *travailleurs* handicapés, puisque la loi de base est consacrée, de par son titre même, au « reclassement des *travailleurs* handicapés » ; il suffit simplement, pour ne pas commettre d'infraction, de ne pas utiliser l'expression en cause et de présenter lesdits imprimés ou publications comme vendus au profit des handicapés.

Il convient d'ajouter que les articles 18 à 22 de la loi du 29 juillet 1881 ont bien prévu des dispositions particulières visant le colportage de presse ; mais celles-ci se bornent à demander aux personnes qui désirent exercer la profession de colporteur ou de vendeur d'imprimés sur la voie publique de faire une simple déclaration à la préfecture du département ; la distribution et le colportage occasionnels ne sont même pas, eux, soumis à cette formalité. Là encore, à l'abri de ces dispositions qui font partie intégrante de la législation tendant à assurer le respect de la liberté de presse,

certains trouvent-ils le moyen de réaliser, à leur seul profit ou à celui des démarcheurs qu'ils emploient et qui ne sont pas nécessairement des handicapés, les plus fructueuses affaires.

D'autres, ne se plaçant pas sous la « couverture » d'une action fictivement destinée aux handicapés ou qui ne le serait que pour une part infime, juste suffisante pour éviter les foudres possibles d'une application sévère de la loi, donnent libre cours à leur goût du lucre en créant des réseaux de vente ou de distribution à domicile ou sur la voie publique d'objets dont tout ou partie du prix de vente serait destiné à d'autres catégories de défavorisés tels que vieillards, orphelins. Faisant, sous ce faux emblème, appel à la charité publique, ils réalisent eux aussi de substantiels bénéfices, et ne tombent sous le coup d'aucune interdiction véritable car les délits traditionnels ne peuvent jamais être établis.

*
* *

Le moment semble largement venu de mettre fin, dans toute la mesure possible, à ces pratiques scandaleuses en complétant et en affinant la législation qui permettra à l'administration et aux tribunaux de mener les actions nécessaires, chacun pour ce qui le concerne.

Tel est l'objet de la loi aujourd'hui soumise à notre examen.

L'article premier prévoit que nul ne pourra vendre et, par conséquent, prétendre vendre à domicile ou sur la voie publique, dans un but philanthropique, une publication, un imprimé ou un objet quelconque qui ne sera pas revêtu d'une marque distinctive.

Votre commission éprouve quelque inquiétude à la pensée que des difficultés ne manqueront, sans doute, pas de se produire au sujet de l'appréciation du caractère *philanthropique* ou non de telle ou telle vente.

Après mûre réflexion, elle estime cependant que, faute de pouvoir donner une énumération complète des catégories défavorisées qui ouvriraient droit à cette législation spéciale qui concilie contrôle et facilités diverses, il est nécessaire de s'en remettre, sous le contrôle du juge de l'ordre administratif, à la décision du Ministre de la Santé publique et à la sagesse d'une commission

chargée de lui donner un avis (art. 2), étant entendu que le juge de l'ordre judiciaire aura lui aussi et en fin de compte à connaître des litiges éventuels (art. 6).

Il est d'ailleurs possible de considérer que la jurisprudence existante marque déjà de façon satisfaisante les nécessaires distinctions entre le but philanthropique et le but lucratif de telle ou telle action de vente.

En tout état de cause, le raisonnement *a contrario*, auquel nous avons eu recours un instant, qui consisterait à abandonner la notion de « but philanthropique » pour lui substituer celle de « but non lucratif » ne diminuerait en rien les risques de difficultés d'interprétation.

C'est donc faute de pouvoir mieux faire que votre commission vous propose de vous rallier au texte de l'Assemblée Nationale.

Article 2.

Texte actuellement en vigueur.

—

Texte voté
par l'Assemblée Nationale
en première lecture.

Art. 2.

La marque distinctive visée à l'article premier ci-dessus est délivrée, pour une durée qui ne peut excéder trois ans, par le Ministre chargé de la Santé publique, après avis d'une commission qui vérifie notamment la mesure dans laquelle les fonds procurés par la vente de ces publications, imprimés ou objets sont effectivement utilisés dans le but déclaré.

Texte proposé
par votre commission.

Art. 2.

La marque distinctive...
... délivrée
sur demande, pour une durée qui, pour la première fois, ne peut excéder deux ans, par le Ministre chargé de la Santé publique, après avis de la commission prévue à l'article 4.
Cette marque distinctive peut être à nouveau délivrée, pour une durée renouvelable n'excédant pas trois ans, par le Ministre chargé de la Santé publique, après avis de ladite commission qui vérifie notamment la mesure dans laquelle les fonds procurés par la vente de ces publications, imprimés ou objets sont effectivement utilisés dans le but déclaré.

L'article 2 apporte des précisions sur les conditions d'attribution de la marque distinctive prévue à l'article précédent : elle sera délivrée pour une durée maximale de trois ans par le Ministre de la Santé publique ; avant de prendre sa décision, le Ministre

devra recueillir l'avis d'une commission dont l'Assemblée Nationale a prévu qu'elle vérifierait la mesure dans laquelle les fonds procurés par la vente des publications, imprimés ou objets sont effectivement utilisés dans le but déclaré.

En dehors du fait que l'autorisation ne paraît pas renouvelable, il nous est apparu qu'il existait une sorte de contradiction interne dans la rédaction de cet article et dans son articulation avec le précédent.

En effet, les publications, imprimés et objets ne peuvent être proposés à la vente que revêtus de la marque distinctive affirmant le caractère philanthropique de la vente ; or, ladite marque ne peut être accordée qui si les fonds procurés par la vente sont effectivement utilisés dans un but philanthropique.

Mais comment peut-on faire à l'avance la preuve que les fonds non encore collectés sont *effectivement* affectés à un tel objet ?

Il convient de sortir de ce cercle vicieux.

Votre Commission des Affaires sociales a tout d'abord pensé recourir à une simple modification de temps, en indiquant que la commission aurait à vérifier que les fonds en question « seront » utilisés dans le but philanthropique annoncé. Mais cela n'a pas semblé de nature à lui apporter les garanties nécessaires.

Il lui a donc fallu imaginer un système un peu différent qui peut se résumer ainsi : la marque distinctive ne serait plus attribuée, la première fois, et *sur demande*, que pour deux ans ; ainsi, pourrait-il être mis fin plus rapidement, si nécessaire, aux abus constatés dans une période où la comptabilité manquera encore d'ancienneté ; elle serait toujours délivrée par le Ministre, et toujours après avis de la commission qui pourrait et devrait utiliser, pour éclairer son opinion, tout élément d'information venant à sa connaissance, à l'exclusion, bien sûr, du seul d'entre eux qui, surtout la première année, n'existera pas : la preuve de l'utilisation effective des fonds dans un but philanthropique. Cette recherche deviendra, par contre, non seulement possible mais indispensable à l'occasion des renouvellements, triennaux au maximum, d'attribution de la marque.

Tels sont l'esprit et l'économie des amendements qui vous seront proposés pour modifier la rédaction de l'article 2.

L'article 3 précise la proportion du prix de vente au public que les organismes producteurs et diffuseurs des publications, imprimés ou objets vendus dans un but philanthropique devront consacrer à cet objet.

L'auteur de la proposition de loi avait envisagé de limiter à un tiers du prix de vente les frais de diffusion de la publication, sans considérer les autres frais ; la Commission des Affaires culturelles, familiales et sociales de l'Assemblée Nationale elle-même, faisant référence aux frais de diffusion habituellement demandés par les messageries (40 % environ) et préférant considérer le problème dans l'optique du résultat de la vente plutôt que dans celle du coût de la diffusion, a porté cette proportion à 50 % au moins.

On peut toujours proposer la modification d'un pourcentage ; celui qui a été retenu nous paraît raisonnable.

L'article 4 prévoit qu'un décret :

— fixera la composition et les conditions de fonctionnement de la commission chargée de donner un avis sur l'attribution de la marque distinctive visée à l'article premier ;

— déterminera les caractéristiques et les conditions d'attribution et de retrait de ladite marque.

Article 5.

Texte actuellement en vigueur.

Texte voté
par l'Assemblée Nationale
en première lecture.

Texte proposé
par votre commission.

Art. 5.

La personne physique ou morale qui édite ou vend la publication, l'imprimé ou l'objet bénéficiaire de la marque visée à l'article premier ci-dessus, ou pour le compte de qui ceux-ci sont édités ou vendus, est tenue, chaque année, de présenter à la commission visée à l'article 2 toute pièce comptable faisant état des résultats de la vente et toute justification quant à l'utilisation des fonds recueillis.

Art. 5.

La personne physique ou le responsable qualifié de la personne morale qui édite...

... toutes pièces comptables...

... toutes justifications...
... fonds recueillis.

Le défaut de présentation de ces pièces et justifications entraînera, après une mise en demeure restée sans effet, le retrait de la marque distinctive.

L'article 5 fait obligation à l'éditeur ou au vendeur de communiquer à la commission les pièces comptables faisant état des résultats de la vente et les justifications de l'utilisation des fonds recueillis.

Outre une modification d'ordre rédactionnel s'appliquant au cas où l'éditeur ou le vendeur est une personne morale, votre commission souhaite apporter au texte de l'Assemblée Nationale une modification à laquelle elle attache une importance plus que grammaticale ; il s'agit d'employer le pluriel pour traiter des pièces comptables et des justifications ; le singulier pourrait donner à penser que la commission se contenterait éventuellement de n'importe quelle pièce comptable et de n'importe quelle justification.

L'intention de l'Assemblée Nationale, comme la nôtre, est certainement de ne laisser subsister aucune ambiguïté sur ce point ; il est bon, semble-t-il, de la concrétiser.

Certes, cette obligation peut paraître lourde ; mais n'est-elle pas la nécessaire contrepartie de l'avantage attendu par les personnes ou organismes ayant reçu, pour leurs publications ou produits, le droit à la marque distinctive, du fait de la disparition des concurrents déloyaux que constituent ceux qui, poursuivant un but non philanthropique, n'y auront pas droit.

Il conviendrait d'ailleurs de prévoir, dans la loi, que le défaut de présentation desdites pièces et justifications entraînera, après une mise en demeure restée sans effet, le retrait de la marque distinctive.

Tel est l'objet des amendements qui vous seront présentés.

Par ailleurs, votre Commission des Affaires sociales unanime a chargé son rapporteur, à l'initiative de notre excellent collègue le Docteur Grand, de demander au Ministre de faire assurer l'information des maires par la publication périodique au *Recueil des Actes administratifs* de la liste des organismes ou personnes qui auront reçu l'autorisation d'apposer la marque distinctive sur les publications, imprimés ou périodiques qu'ils mettent en vente ou diffusent dans un but philanthropique.

Les décisions de retrait devront être publiées dans les mêmes conditions.

L'article 6 fixe les peines, sévères, qui seront applicables à ceux qui auront :

- soit fait un usage illégal ou abusif de la marque distinctive ;
- soit proposé à la vente une publication, un imprimé ou un objet non porteur de cette marque en faisant valoir ou en donnant à croire que cette vente est effective dans un but philanthropique.

Ainsi, seront punis des mêmes peines celui qui aura abusé des facilités et protections offertes par la marque et celui qui, vendeur de publications ou produits pour lesquels elle n'aura pas été demandée ou aura été refusée, se comportera comme si elle avait été délivrée.

Il s'agit de la pure et simple transposition des dispositions pénales protégeant les labels institués par l'article 25 de la loi sur le reclassement des travailleurs handicapés.

Dans la mesure où le délinquant peut être identifié et retrouvé et les éléments constitutifs du délit établis — nous avons vu que c'est là, dans la pratique, une des difficultés majeures de cette législation — la jurisprudence est satisfaisante.

Certes, trop de délinquants passent encore à travers les mailles du filet tendu pour protéger le travail des handicapés et le produit des ventes faites à leur profit. Mais leur nombre diminue malgré tout avec les années et il est permis d'espérer que cette évolution s'étendra à la matière qui nous préoccupe aujourd'hui.

Votre commission n'a pas réussi à établir, pour le proposer au Sénat, un texte plus sélectif qui garderait les avantages prévus tout en dressant devant les fraudeurs et les habiles un barrage préalable qui serait absolument infranchissable.

Elle souhaite que les tribunaux se montrent sévères et participent ainsi à leur élimination progressive.

Article 7.

Texte actuellement en vigueur.	Texte voté par l'Assemblée Nationale en première lecture.	Texte proposé par votre commission.
<p>—</p> <p>Art. 36. — Sera puni d'un emprisonnement de trois mois au moins à deux ans au plus et d'une amende de 3.600 F au moins et de 36.000 F au plus :</p> <p>1° Quiconque aura sciemment fait un usage illégal ou abusif des labels institués à l'article 25 ;</p>	<p>—</p> <p>Art. 7.</p> <p>L'article 36 de la loi du 23 novembre 1957 sur le reclassement des travailleurs handicapés est ainsi rédigé :</p> <p>« Art. 36. — Sera puni d'un emprisonnement de trois mois au moins à deux ans au plus et d'une amende de 3.600 F au moins et de 36.000 F au plus :</p> <p>« 1° Quiconque aura sciemment fait un usage illégal ou abusif des labels institués à l'article 25 ;</p>	<p>—</p> <p>Art. 7.</p> <p>Alinéa sans modification.</p> <p>« Art. 36. — Sera puni...</p>

Texte actuellement en vigueur.

Texte voté
par l'Assemblée nationale
en première lecture.

Texte proposé
par votre commission.

2° Quiconque aura offert à la vente un objet ne portant pas un des labels institués à l'article 25 en faisant valoir ou en donnant à croire par quelque moyen que ce soit et, notamment, par la dénomination, la présentation ou l'emballage de l'objet, par la raison sociale de son fabricant ou de son vendeur, par une publicité quelconque :

a) Soit que cet objet a été fabriqué ou conditionné par un ou des travailleurs handicapés ;

b) Soit que le produit de la vente bénéficie à des travailleurs handicapés ;

3° Quiconque, à l'occasion de la vente au détail et à domicile d'un objet sur lequel est apposé l'un des labels institués à l'article 25, aura accordé ou perçu une commission proportionnelle au montant des ventes réalisées.

Cette interdiction ne s'applique pas aux personnes titulaires de la carte d'identité professionnelle des représentants instituée par la loi du 8 octobre 1919 modifiée, si ces personnes se bornent à prendre à domicile et à transmettre les commandes pour des ventes au détail.

« 2° Quiconque aura offert à la vente un objet ne portant pas l'un des labels institués à l'article 25 en faisant valoir ou en donnant à croire par quelque moyen que ce soit et, notamment, par la dénomination, la présentation ou l'emballage de l'objet, par la raison sociale de son fabricant ou de son vendeur, par une publicité quelconque, que cet objet a été fabriqué ou conditionné par un ou des travailleurs handicapés ;

« 3° Quiconque, à l'occasion de la vente au détail et à domicile d'un objet sur lequel est apposé l'un des labels institués à l'article 25, aura employé ou aura été employé autrement qu'en qualité de salarié au sens des Codes du Travail et de la Sécurité sociale. »

... handicapés ;

« 3° Quiconque, à l'occasion de la vente au détail et à domicile d'un objet sur lequel est apposé l'un des labels institués à l'article 25, aura accordé ou perçu une commission proportionnelle au montant des ventes réalisées. Cette interdiction ne s'applique pas aux personnes titulaires de la carte d'identité professionnelle des représentants instituée par la loi du 8 octobre 1919 modifiée, si ces personnes se bornent à prendre à domicile et à transmettre les commandes pour des ventes au détail. »

L'article 7 tend à adapter la rédaction de l'article 36 de la loi du 23 novembre 1957, déjà modifié par la loi du 19 novembre 1965, à la nouvelle économie générale de cette législation. L'article 6 visant l'ensemble des infractions qui peuvent être commises sous le couvert de ventes soi-disant effectuées au profit des handicapés et d'autres catégories de personnes défavorisées dont le sort peut être exploité pour émouvoir le public, il est, en effet, possible de ne laisser subsister dans la loi propre au reclassement des travailleurs handicapés que les dispositions répressives relatives aux fraudes et abus portant sur des objets prétendument fabriqués ou conditionnés par des travailleurs handicapés.

Les fraudes et abus portant sur le produit de la vente tomberont sous le coup de l'article 6 de la nouvelle loi.

Le paragraphe 3° du texte modificatif proposé par l'article 7 pour l'article 36 de la loi du 19 novembre 1965 a fait l'objet d'une discussion particulière à l'Assemblée Nationale. La Commission des Affaires culturelles, familiales et sociales n'avait pas, aux termes du rapport de M. Santoni, envisagé de modifier la disposition actuellement en vigueur qui punit ceux qui, à l'exception des représentants titulaires de la carte d'identité professionnelle se bornant à prendre à domicile et à transmettre les commandes, auront accordé ou perçu une commission proportionnelle au montant des ventes réalisées.

Mais, par voie d'amendement, MM. Stasi et Sanglier ont proposé que soient sanctionnables non plus les personnes ainsi définies mais celles qui auront employé ou auront été employées à l'occasion des ventes autrement qu'en qualité de salariés.

Le rapporteur s'est rallié à cet amendement, qu'il a d'ailleurs défendu lui-même en faisant notamment valoir :

- que « les entreprises titulaires du label, outre leurs problèmes particuliers, ont les mêmes problèmes que les entreprises ordinaires, et que l'application des dispositions ci-dessus rappelées du paragraphe 3° de l'article 36 de la loi du 23 novembre 1957 a pour effet de les paralyser et de les pénaliser en ne leur permettant pas de se trouver dans une situation concurrentielle normale » ;
- et que « les bons vendeurs ne sont jamais intéressés par un salaire fixe ».

Malgré l'opposition du Gouvernement, qui tout en affirmant très bien comprendre la situation à laquelle faisaient allusion les auteurs de l'amendement, faisait état d'un avis défavorable émis le 23 décembre 1963 par le Conseil supérieur pour le reclassement professionnel et social des handicapés et d'un refus de prise en considération d'un texte identique déjà présenté à l'Assemblée Nationale au cours de la discussion de la loi de 1965, l'amendement a été adopté.

En l'état actuel du texte, la rémunération à la commission, associée ou non à un salaire fixe, ne serait plus interdite même si le vendeur n'est pas représentant au sens propre du mot.

Votre commission a, à son tour, longuement examiné ce problème. Elle s'est finalement prononcée pour le maintien pur et simple du texte en vigueur et, de façon implicite, pour l'abandon de la rédaction résultant de l'amendement de M. Stasi.

Il lui est, en effet, apparu que le démarchage à domicile pour des produits porteurs du label bénéficiait déjà d'un préjugé heureusement favorable de la part du public et s'adressait non à des clients ordinaires ayant un réel et urgent besoin de la marchandise proposée, mais, le plus souvent, à des personnes simplement désireuses de manifester en faveur des handicapés un normal mais louable sentiment de solidarité humaine. En contrepartie, ces personnes doivent être légitimement protégées contre l'insistance abusive d'un vendeur rémunéré à la commission, sauf s'il est représentant titulaire de la carte d'identité et ne laisse pas les objets à domicile. Pour ces raisons, votre commission proposera au Sénat un amendement tendant simplement au maintien du texte actuel.

*
* *

Telles sont les conditions dans lesquelles votre commission, consciente des imperfections et des insuffisances de la proposition de loi, estime qu'elles sont en quelque sorte la rançon inévitable d'un système préférentiel, porteur d'espoirs pour une action plus efficace en faveur des défavorisés et des déshérités. Elle vous demande de modifier la proposition de loi votée par l'Assemblée Nationale en adoptant les amendements suivants :

AMENDEMENTS PRESENTES PAR LA COMMISSION

Art. 2.

Amendement : Après les mots :

... est délivrée,

ajouter les mots :

, sur demande,

Amendement : Remplacer les mots :

... qui ne peut excéder trois ans,

par les mots :

... qui, pour la première fois, ne peut excéder deux ans,

Amendement : Remplacer les mots :

... après avis d'une commission qui vérifie notamment la mesure dans laquelle les fonds procurés par la vente de ces publications, imprimés ou objets sont effectivement utilisés dans le but déclaré,

par les mots :

... après avis de la commission prévue à l'article 4.

Amendement : Compléter cet article par un nouvel alinéa ainsi conçu :

Cette marque distinctive peut être à nouveau délivrée, pour une durée renouvelable n'excédant pas trois ans, par le ministre chargé de la santé publique, après avis de ladite commission qui vérifie notamment la mesure dans laquelle les fonds procurés par la vente de ces publications, imprimés ou objets, sont effectivement utilisés dans le but déclaré.

Art. 5.

Amendement : Remplacer les mots :

La personne physique ou morale,

par les mots :

La personne physique ou le responsable qualifié de la personne morale...

Amendement : Remplacer les mots :

... toute pièce comptable,

par les mots :

... toutes pièces comptables.

Amendement : Remplacer les mots :

... toute justification,

par les mots :

... toutes justifications.

Amendement : Compléter cet article par un nouvel alinéa ainsi conçu :

Le défaut de présentation de ces pièces et justifications entraînera, après une mise en demeure restée sans effet, le retrait de la marque distinctive.

Art. 7.

Amendement : Rédiger comme suit le 3^e du texte prévu pour l'article 36 de la loi n° 57-1223 du 23 novembre 1957 :

3^e Quiconque, à l'occasion de la vente au détail et à domicile d'un objet sur lequel est apposé l'un des labels institués à l'article 25, aura accordé ou perçu une commission proportionnelle au montant des ventes réalisées.

Cette interdiction ne s'applique pas aux personnes titulaires de la carte d'identité professionnelle des représentants instituée par la loi du 8 octobre 1919 modifiée, si ces personnes se bornent à prendre à domicile et à transmettre les commandes pour des ventes au détail.

PROPOSITION DE LOI

(Texte adopté par l'Assemblée Nationale.)

Article premier.

Toute publication, imprimé ou objet, de quelque nature que ce soit, vendu, à domicile ou sur la voie publique, dans un but philanthropique donne lieu à l'apposition d'une marque distinctive.

Art. 2.

La marque distinctive visée à l'article premier ci-dessus est délivrée, pour une durée qui ne peut excéder trois ans, par le Ministre chargé de la Santé publique, après avis d'une commission qui vérifie notamment la mesure dans laquelle les fonds procurés par la vente de ces publications, imprimés ou objets sont effectivement utilisés dans le but déclaré.

Art. 3.

Les organismes responsables de la production et de la diffusion des publications, imprimés ou objets mis en vente dans un but philanthropique doivent consacrer à l'objet philanthropique déclaré une somme au moins égale à 50 % du prix de vente au public.

Art. 4.

Un décret détermine les caractéristiques et les conditions d'attribution et de retrait de la marque distinctive prévue à l'article premier de la présente loi. Ce décret fixe également la composition et les conditions de fonctionnement de la commission chargée de donner un avis sur l'attribution de cette marque distinctive.

Art. 5.

La personne physique ou morale qui édite ou vend la publication, l'imprimé ou l'objet bénéficiaire de la marque visée à l'article premier ci-dessus, ou pour le compte de qui ceux-ci sont édités ou vendus, est tenue, chaque année, de présenter à la commission visée à l'article 2 toute pièce comptable faisant état des résultats de la vente et toute justification quant à l'utilisation des fonds recueillis.

Art. 6.

Sous réserve de l'application de peines plus fortes s'il échet, sera puni d'un emprisonnement de trois mois à deux ans et d'une amende de 3.600 à 36.000 F, quiconque aura fait un usage illégal ou abusif de la marque distinctive visée à l'article premier.

Sera punie des mêmes peines toute personne qui aura offert à la vente une publication, un imprimé ou un objet quelconque ne portant pas cette marque distinctive en faisant valoir ou en donnant à croire, par quelque moyen que ce soit et, notamment, par la dénomination, la présentation ou l'emballage de la publication ou de l'objet vendu, par la raison sociale du fabricant ou du vendeur, ou par une publicité quelconque, que la vente de cette publication, imprimé ou objet est effectuée dans un but philanthropique.

Art. 7.

L'article 36 de la loi du 23 novembre 1957 sur le reclassement des travailleurs handicapés est ainsi rédigé :

« Art. 36. — Sera puni d'un emprisonnement de trois mois au moins à deux ans au plus et d'une amende de 3.600 F au moins et de 36.000 F au plus :

« 1° Quiconque aura sciemment fait un usage illégal ou abusif des labels institués à l'article 25 ;

« 2° Quiconque aura offert à la vente un objet ne portant pas l'un des labels institués à l'article 25 en faisant valoir ou en donnant

à croire par quelque moyen que ce soit et, notamment, par la dénomination, la présentation ou l'emballage de l'objet, par la raison sociale de son fabricant ou de son vendeur, par une publicité quelconque, que cet objet a été fabriqué ou conditionné par un ou des travailleurs handicapés ;

« 3° Quiconque, à l'occasion de la vente au détail et à domicile d'un objet sur lequel est apposé l'un des labels institués à l'article 25, aura employé ou aura été employé autrement qu'en qualité de salarié au sens des Codes du Travail et de la Sécurité sociale. »