

**Arrêté n° 170 CM du 7 février 1992 relatif à l'information et à la protection du consommateur sur le territoire de la Polynésie française**

*Paru in extenso au journal officiel n°7 N du 13/02/1992 à la page 327*

Version en vigueur au 18/12/2020

- ▶ Titre Ier - Obligations générales en matière de publicité des prix( Art. 3 à Art. 13 )
- ▶ Titre II - Annonces de réduction de prix( Art. 14 à Art. 20 )
- ▶ Titre III - Information et protection des consommateurs dans le domaine des opérations de crédit( Art. 21 à Art. 23 )
- ▶ Titre IV - Information et protection des consommateurs dans le domaine des tarifs des transports aériens( Art. 24 à Art. 25-1 )
- ▶ Titre V - Cadeaux et primes ( Art. 26 à Art. 28 )
- ▶ Titre VII - Refus de vente et pratiques discriminatoires à l'égard du consommateur( Art. 31 à Art. 33 )
- ▶ Titre VIII - Dispositions communes ( Art. 34 à Art. 36 )

Le président du gouvernement de la Polynésie française,  
 Vu la loi n° 84-820 du 6 septembre 1984 modifiée portant statut du territoire de la Polynésie Française ;  
 Vu l'arrêté n° 622 PR du 4 avril 1991 modifié portant nomination du vice-Président et des autres ministres du gouvernement du territoire de la Polynésie française ;  
 Vu la délibération n° 87-93 AT du 6 août 1987 fixant le régime douanier des vins de raisins frais et des champagnes consommés dans les établissements agréés de restauration ;  
 Vu la décision n° 762 AE du 13 octobre 1978 fixant le régime général relatif au prix des produits au stade de la production dans le territoire ;  
 Vu la décision n° 764 AE du 13 octobre 1978 fixant le régime général relatif au prix des prestations de services dans le territoire ;  
 Vu la décision n° 765 AE du 13 octobre 1978 relative à la facturation des produits ou services dans le territoire ;  
 Vu la décision n° 766 AE du 13 octobre 1978 relative au contrôle et à la répression des infractions en matière de réglementation dans le territoire ;  
 Vu la décision n° 1192 AE du 2 mars 1979 définissant le régime des prix de vente de la pomme de terre sur le territoire ;  
 Vu la décision n° 60 AE du 21 janvier 1983 relative à l'information et à la protection du consommateur dans le domaine de la commercialisation des véhicules automobiles, complétée par l'arrêté n° 1185 CM du 9 décembre 1987 et modifiée par l'arrêté n° 649 CM du 29 juin 1988 ;  
 Vu la décision n° 1646 AE du 5 juin 1981 fixant le régime général des prix et des marges des produits aux différents stades de la commercialisation dans le territoire, modifiée par la décision n° 2196 AE du 21 octobre 1981 ;  
 Vu la décision n° 51 AE du 12 janvier 1984 fixant le régime général des prix et des marges des produits alimentaires aux différents stades de la commercialisation dans le territoire ;  
 Vu la décision n° 3661 AE du 18 février 1974 réglementant la vente des fruits, légumes et tubercules locaux à Tahiti ;  
 Vu l'arrêté n° 131 AE du 7 janvier 1977 réglementant les prix de vente au public des produits pharmaceutiques ;  
 Vu l'arrêté n° 716 AE du 17 février 1977 réglementant l'affichage des prix de la viande chez les bouchers et les détaillants ;  
 Vu l'arrêté n° 827 du 27 avril 1984 relatif à l'exploitation des établissements d'enseignement de la conduite des véhicules à moteur ;  
 Vu l'arrêté n° 286 CM du 14 décembre 1984 fixant les tarifs maximaux de fret et de passages maritimes sur le territoire de la Polynésie française ;  
 Vu l'arrêté n° 757 du 12 août 1985 relatif à la publicité et à la facturation des prix des produits de première nécessité commercialisés par les navires ;  
 Vu l'arrêté n° 13 CM du 7 janvier 1986 relatif au régime de prix applicable aux vêtements commercialisés sur le territoire ;  
 Vu l'arrêté n° 532 CM du 24 mai 1988 relatif aux prix des boissons à consommer sur place dans certains établissements, modifié par l'arrêté n° 1126 CM du 12 octobre 1988 ;  
 Vu l'arrêté n° 792 CM du 13 juillet 1989 relatif à la commercialisation du pain dans le territoire de la Polynésie française ;  
 Le conseil des ministres en ayant délibéré en sa séance du 5 février 1992,

Arrête :

**Article 1er**

Les dispositions du présent arrêté sont applicables à toute forme de publicité à l'égard du consommateur, quel que soit l'annonceur et quels que soient les supports publicitaires utilisés, ainsi qu'à certaines pratiques commerciales.

**Art. 2**

Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou

présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

L'annonceur doit être à même de justifier, par tous moyens, les allégations, indications ou présentations, objets de la publicité, à la demande des agents habilités.

Il est responsable de l'infraction commise qui constitue une infraction à la publicité des prix.

## **TITRE IER - OBLIGATIONS GÉNÉRALES EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ DES PRIX**

### **Art. 3**

Tout vendeur de produits ou tout prestataire de services doit informer le consommateur sur les prix, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié.

Quel que soit le support utilisé, le prix toutes taxes comprises qui devra être effectivement payé par le consommateur sera exprimé en francs CFP.

Les prix des produits et les tarifs des prestations pourront être indiqués en monnaie étrangère, à la suite de leur mention en francs CFP.

Peuvent être éventuellement ajoutés à la somme annoncée les frais ou rémunérations correspondant à des prestations supplémentaires exceptionnelles, expressément réclamées par le consommateur et dont le coût a fait l'objet d'un accord préalable.

Les éventuelles limitations de la responsabilité contractuelle et conditions particulières de la vente devront être explicitement mentionnées.

### **Art. 4**

Le prix de tout produit destiné à la vente au détail et exposé à la vue du public, de quelque façon que ce soit, notamment en vitrine, en étalage ou à l'intérieur du lieu de vente, doit faire l'objet d'un marquage par écriteau ou d'un étiquetage.

### **Art. 5**

Le prix doit être indiqué sur le produit lui-même ou à proximité immédiate de celui-ci de façon qu'il n'existe aucune incertitude quant au produit auquel il se rapporte.

Il doit être parfaitement visible et lisible, soit de l'extérieur, soit de l'intérieur de l'établissement, selon le lieu où sont exposés les produits.

### **Art. 6**

Les produits identiques ou non, vendus au même prix et exposés ensemble à la vue du public, peuvent ne donner lieu qu'à l'indication d'un seul prix.

### **Art. 7**

Les produits vendus par lots doivent comporter un écriteau mentionnant le prix et la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot.

### **Art. 8**

Lorsqu'il s'agit de produits vendus au poids ou à la mesure, l'indication du prix doit être accompagnée de l'utilité de poids ou de mesure à laquelle ce prix correspond.

### **Art. 9**

Les produits factices autres que les éléments de décoration, exposés à la vue du public, notamment en vitrine, doivent comporter l'indication des prix auxquels sont vendus dans le magasin les produits réels correspondants.

### **Art. 10**

Le prix de toute prestation de services doit faire l'objet d'un affichage dans les lieux où la prestation est proposée au public.

L'affichage consiste en l'indication, sur un document unique, de la liste des prestations de services offertes et du prix de chacune d'elles. Ce document, exposé à la vue du public, doit être parfaitement visible et lisible de l'endroit où la clientèle est habituellement reçue.

#### **Art. 11**

Les dispositions des articles 3 à 10 s'appliquent aussi aux marchandises de toute nature et aux prestations de services proposées au consommateur par les marchands ambulants ou forains sur la voie publique ainsi que sur les navires qui exercent une activité commerciale dans le cadre de la desserte maritime interinsulaire.

#### **Art. 12**

Dans les secteurs de l'hôtellerie-restauration, de la location de véhicules, de l'entretien et de la réparation automobile et de la coiffure, devront en outre être affichées, en vitrine ou à l'extérieur, les prestations suivantes :

- hôtellerie-restauration : menus et cartes du jour, pendant toute la durée du service ;
- location de véhicules : forfait journalier par catégorie de véhicules, tarif kilométrique, coût de l'assurance, montant de la caution ;
- entreprises de réparation automobile et stations-service : taux horaire de facturation de la main-d'œuvre et tarifs des opérations d'entretien courantes ;
- salon de coiffure : tarifs des prestations les plus courantes, pour hommes, femmes et enfants.

#### **Art. 13**

Le prix de tout produit ou de toute prestation de services proposés au consommateur selon une technique de communication à distance doit être indiqué de façon précise au consommateur, par tout moyen faisant preuve, avant la conclusion du contrat.

Constitue une technique de communication à distance, au sens du présent arrêté, toute technique permettant au consommateur, hors des lieux habituels de réception de la clientèle, de commander un produit ou de demander la réalisation d'un service.

Sont notamment considérés comme des techniques de communication à distance la télématique, le téléphone, la vidéotransmission, la voie postale et la distribution d'imprimés.

### **TITRE II - ANNONCES DE RÉDUCTION DE PRIX**

#### **Art. 14**

Toute publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix (rabais, remise, solde ...) doit obéir aux conditions suivantes :

- 1 - Énumération des produits ou services concernés ou des catégories de produits ou services concernés. Quand la publicité concerne la totalité des produits commercialisés ou des services proposés par l'entreprise, l'annonceur peut indiquer que la réduction porte sur tous les produits et services offerts à la vente.
- 2 - Indication pour tout produit ou service concerné du prix de référence (prix habituellement pratiqué) barré et du prix réduit. Lorsque la réduction de prix est d'un taux uniforme pour tous les produits ou services, l'annonceur peut n'indiquer que ce taux.
- 3 - Lorsque la réduction de prix est d'un taux uniforme, la remise se calcule au moment du paiement par rapport au prix de référence.
- 4 - Quand elle est faite en dehors des lieux de vente (affiche, presse ...), la publicité doit en outre indiquer la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit ou l'importance des quantités offertes et la date du début de la promotion.

#### **Art. 15**

Le prix de référence cité au § 2 de l'article précédent ne peut excéder :

- le prix licite résultant de la réglementation économique ;
- le prix le plus bas effectivement pratiqué par l'entreprise - pour un article ou une prestation similaire - dans le

même établissement de vente au détail, au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité ;  
- le prix obtenu par l'application, au prix d'achat effectif du produit (rabais, remises et ristournes déduits), du coefficient de marge habituellement pratiqué par l'entreprise pour les produits de l'espèce.

Dans tous les cas, l'entreprise doit être à même de justifier, par tous moyens, à la demande des agents habilités, de la réalité de ces références.

**Art. 16** *Rédaction issue de Arrêté n° 2402 CM du 10 décembre 2020*

Article abrogé

**Art. 17**

Tout produit ou service commandé pendant la période à laquelle se rapporte une publicité de prix ou de réduction de prix doit être livré ou fourni au prix indiqué par cette publicité, dans les limites des réserves éventuellement posées par l'annonceur. Dans l'hypothèse où la livraison de la commande du consommateur est différée, un bon de commande comportant le nom et l'adresse de l'entreprise et du client et le prix des produits ou services doit être remis à ce dernier.

**Art. 18**

Est interdite l'indication, dans la publicité, de réduction de prix ou d'avantages quelconques qui ne sont pas effectivement accordés, à tout acheteur de produit ou à tout demandeur de prestation de services, dans les conditions annoncées.

**Art. 19**

Les dispositions des articles 14 à 18 inclus du présent arrêté ne sont pas applicables aux denrées périssables ou lorsque la réduction résulte de l'augmentation de la quantité de produits contenue dans l'unité usuelle de vente de ces produits. Il en est de même pour la pratique du trois pour deux ou toute autre pratique comparable.

**Art. 20**

Est interdite toute référence à une réduction de prix dans la publicité, sur les lieux de vente et hors des lieux de vente, à l'occasion de la création d'une entreprise commerciale, de l'extension ou du changement d'activité d'une entreprise existante.

### **TITRE III - INFORMATION ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LE DOMAINE DES OPÉRATIONS DE CRÉDIT**

**Art. 21** *Rédaction issue de Arrêté n° 439 CM du 5 juillet 2005*

Le présent titre s'applique à toute publicité portant sur la vente à crédit ou à tempérament de produits ou services. Il s'applique également à la vente de produits et services faisant l'objet d'un contrat de location-vente ou de location avec option d'achat, ou portant sur des ventes ou prestations de service dont le paiement est échelonné, différé ou fractionné.

**Art. 22** *Rédaction issue de Arrêté n° 439 CM du 5 juillet 2005*

Toute publicité sur support écrit portant sur les opérations mentionnées à l'article 21 doit préciser :

- a - le coût total de l'achat à crédit ;
- b - le montant de l'achat comptant ;
- c - le montant et le nombre de mensualités, quelle que soit la périodicité des échéances ;
- d - s'il y a lieu, le taux effectif global (TEG) du crédit, au sens de l'article L. 313-4 du code monétaire et financier ;
- e - la nature, l'objet et la durée de l'opération proposée ;
- f - les perceptions forfaitaires par dossier et par échéance ;
- g - l'identité du prêteur.

Toutes ces informations doivent s'inscrire dans le corps principal du texte publicitaire.

Celles indiquées aux points, a, b et c doivent figurer dans une taille de caractères qui ne peut être inférieure au

tiers de la plus grande d'entre elles.

**Art. 22-1** *Rédaction issue de Arrêté n° 439 CM du 5 juillet 2005*

Toute publicité sur support audiovisuel portant sur les opérations mentionnées à l'article 21 doit préciser :

- le coût total de l'achat à crédit ;
- le montant de l'achat comptant ;
- le montant et le nombre de mensualités, quelle que soit la périodicité des échéances.

Ces informations doivent être exprimées de manière à être entendues distinctement ou être lisibles pendant une durée de présentation ou de défilement suffisante.

**Art. 22-2** *Rédaction issue de Arrêté n° 439 CM du 5 juillet 2005*

Toute publicité sur support audio portant sur les opérations mentionnées à l'article 21 doit préciser :

- le montant de l'achat comptant ;
- le montant et le nombre de mensualités, quelle que soit la périodicité des échéances.

Ces informations doivent être exprimées de façon à être entendues distinctement.

**Art. 23** *Rédaction issue de Arrêté n° 726 CM du 19 juin 1992*

Pour toute opération exigeant la remise d'une offre préalable de crédit, par le vendeur ou par le prêteur, les offres proposées à l'emprunteur doivent obligatoirement comporter la mention suivante, en tête de l'imprimé, immédiatement avant les mots "OFFRE PRÉALABLE..." et dans des caractères de même dimension que ces derniers :

"A titau mai ia horoàhia atu, i teie nei raa ra, te parau faaau màtàmua na roto i te reo maohi, ia hinaaro oe."

Les offres préalables de crédit rédigées en tahitien sont obligatoirement conformes à la traduction officielle, effectuée par le service de la traduction et de l'interprétariat, des modèles types fixés par la réglementation.

Le non-respect de ces dispositions constitue une infraction à la publicité des prix.

#### **TITRE IV - INFORMATION ET PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LE DOMAINE DES TARIFS DES TRANSPORTS AÉRIENS**

*Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

**Art. 24** *Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

Le présent titre s'applique aux entreprises commercialisant en Polynésie française, des services de transports aériens de passagers et/ou de fret.

**Art. 25** *Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

Les tarifs des passagers et les tarifs de fret proposés au public mentionnent les conditions applicables pour les services aériens au départ d'un aéroport situé en Polynésie française.

**Art. 25-1** *Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

Le prix définitif à payer par le client est précisé à tout moment et inclut le tarif des passagers ou le tarif de fret applicable ainsi que l'ensemble des taxes, des redevances, des suppléments et des droits applicables inévitables et prévisibles à la date de publication.

Outre l'indication du prix définitif, peut être précisé le montant des taxes et redevances contenues dans le prix définitif. Le montant des taxes et redevances ne comprend ni le coût de la surcharge carburant, ni le coût de tout supplément exigé par les entreprises commercialisant des services de transports aériens ou les agences de voyages.

Le prix définitif doit s'inscrire dans le corps principal du texte publicitaire. Il doit figurer dans une taille de caractères supérieure à celle de tout autre montant.

Les suppléments de prix optionnels sont communiqués de façon claire, transparente et non équivoque au début de toute procédure de réservation et leur acceptation par le client résulte d'une démarche explicite.

#### **TITRE V - CADEAUX ET PRIMES**

*Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

## **Art. 26**

Liés ou non liés à une transaction commerciale, le don gratuit de marchandises ou objets, l'accomplissement de tout service à titre gratuit, la remise de toute somme d'argent à des fins de promotion commerciale, sous quelque forme que ce soit, par tout producteur, commerçant ou prestataire de services au profit du consommateur final sont interdits, sous réserve des dispositions des articles 27 et 28 suivants.

## **Art. 27** *Rédaction issue de Arrêté n° 1026 CM du 10 juillet 2014*

Le don gratuit de marchandises ou objets, l'accomplissement de tout service à titre gratuit à des fins de promotion commerciale, sous quelque forme que ce soit, par tout producteur, commerçant ou prestataire de services au profit du consommateur final, sont autorisés :

1°- Quand ils ne sont pas liés à une transaction commerciale, sous les réserves suivantes :

- a) la valeur totale des produits ou services distribués à titre de cadeaux au cours d'une même opération de promotion commerciale ne doit pas excéder 5.000.000 F CFP. La valeur des produits s'analyse par rapport à leur prix de revient effectif, celle des services par rapport au prix habituellement facturé pour le service concerné ;
- b) la durée de l'opération de promotion commerciale ne doit pas excéder deux mois calendaires ;
- c) les cadeaux attribués à l'occasion des opérations de promotion commerciale visées au présent article ne peuvent être constitués, même partiellement, par la remise de sommes en numéraires ou de titres de paiement équivalents, de boissons alcoolisées ou de produits du tabac ;
- d) les publicités des opérations commerciales visées au présent article doivent énumérer, de manière précise, la nature des produits ou services distribués à titre de cadeaux, la durée de l'opération, l'adresse à laquelle peut être demandée le règlement des opérations ainsi que le nom de l'officier ministériel auprès de qui ledit règlement a été déposé ;
- e) les résultats des jeux ou concours permettant le gain de cadeaux doivent, s'ils ne sont pas immédiats, être portés à la connaissance du public au plus tard le quinzième jour suivant la date de clôture du jeu ou du concours.

Le règlement des opérations mentionnant la valeur des produits, biens ou services attribués en tant que cadeaux et la durée de l'opération publicitaire, ainsi qu'un exemplaire des publicités et documents adressés au public doivent être déposés auprès d'un officier ministériel qui s'assure de leur régularité préalablement au démarrage de l'opération. Le règlement mentionné ci-dessus est adressé, à titre gratuit, à toute personne qui en fait la demande.

2°- Quand ils sont liés à une transaction commerciale :

- pour les articles ou services dont la valeur n'excède pas 7 % du prix de revient effectif, déduction faite des rabais, remises et ristournes éventuels, du produit auquel est lié le cadeau ;
- pour les articles ou services dont la valeur n'excède pas 7 % du prix habituellement facturé au consommateur pour la prestation à laquelle est lié le cadeau.

La valeur de l'article se définit par rapport à son prix de revient effectif. La valeur de la prestation se définit par rapport au prix auquel elle est habituellement facturée au consommateur.

## **Art. 28**

Les interdictions visées à l'article 26 ne s'appliquent pas :

- 1°) Aux escomptes, rabais, ristournes, aux remises quantitatives (pratique du treize à la douzaine).
- 2°) Aux échantillons sous réserve qu'ils portent la mention « ne peut être vendu » ou « échantillon gratuit » et qu'ils soient offerts dans des conditions de quantité ou de mesure strictement indispensables pour apprécier la qualité du produit ;
  - aux récipients et emballages usuels ;
  - aux articles ayant le caractère de spécimen ;
  - aux produits ou accessoires accompagnant usuellement le produit vendu ou la prestation fournie ;
  - au service après-vente, aux livraisons gratuites et aux facilités de stationnement accordées aux clients.
- 3°) Aux opérations publicitaires organisées à l'occasion :
  - de l'inauguration d'un commerce ou d'un point de vente distinct d'un commerce principal pendant les sept premiers jours d'activité ;
  - du lancement d'un nouveau produit pendant les sept premiers jours de sa commercialisation.

Titre abrogé

*Rédaction issue de Loi du Pays n° 2015-4 du 14 avril 2015***Art. 29**

Est interdite la revente au consommateur de tout produit en l'état à un prix inférieur à son prix de revient effectif, déduction faite des rabais, remises et ristournes éventuels.

Le non-respect de ces dispositions constitue une infraction assimilée à une pratique de prix illicites.

**Art. 30** *Rédaction issue de Loi du Pays n° 2011-30 du 5 décembre 2011*

Les dispositions de l'article 29 ne s'appliquent pas :

- aux denrées périssables à partir du moment où elles sont menacées d'altération rapide ;
- aux ventes motivées par la cessation ou le changement d'une activité commerciale, sous réserve d'une publicité annonçant la cessation ou le changement d'activité ;
- aux produits qui ne répondent plus à la demande générale, en raison de l'évolution de la mode ou de l'apparition de perfectionnements techniques, et aux produits détériorés ;
- aux produits dont le prix de revente est aligné sur le prix légalement pratiqué pour les mêmes produits par un autre commerçant ;
- aux produits dont le réapprovisionnement s'est effectué en baisse, le prix d'achat effectif étant alors remplacé par le prix résultant de la nouvelle facture d'achat ou par la valeur de réapprovisionnement ;
- aux produits d'occasion ;
- aux produits soldés mentionnés à l'article L. 310-3 du code de commerce.

**TITRE VII - REFUS DE VENTE ET PRATIQUES DISCRIMINATOIRES À L'ÉGARD DU CONSOMMATEUR***Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009***Art. 31** *Rédaction issue de Arrêté n° 1036 CM du 21 juillet 2011*

Sauf accord du chef de la direction générale des affaires économiques, sont interdits et constituent des infractions assimilées à des pratiques de prix illicites :

- le refus de vente au consommateur de tout produit détenu en stock ou le refus de prestations de services au consommateur, dans la mesure où la demande du client ne présente aucun caractère anormal ;
- l'imposition au consommateur de conditions discriminatoires de vente se traduisant par une majoration du prix payé ;
- la subordination de vente, c'est-à-dire l'obligation faite au consommateur, en cas de vente d'un produit, d'effectuer l'achat concomitant d'un autre produit ou service ou d'acheter une quantité imposée.

**Art. 32** *Rédaction issue de Arrêté n° 1036 CM du 21 juillet 2011*

Les dispositions du présent arrêté ne s'appliquent pas aux opérations en cours à la date de sa publication au Journal officiel de la Polynésie française, sous réserve d'en aviser le chef de la direction générale des affaires économiques, par lettre recommandée, dans un délai de 15 jours à compter de cette date.

**Art. 33**

Toute disposition contraire à celles du présent arrêté est suspendue.

**TITRE VIII - DISPOSITIONS COMMUNES***Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009***Art. 34** *Rédaction issue de Arrêté n° 478 CM du 13 avril 2017*

Est puni de la peine prévue pour les contraventions de la 5e classe, soit 178 997 F CFP par infraction, le fait :

- pour un annonceur, de commettre, diffuser, imprimer, réaliser une publicité fausse ou de nature à induire en erreur, ne respectant pas les dispositions de l'article 2 ci-dessus ;
- pour un annonceur, de ne pas présenter aux agents de contrôle les justificatifs demandés relatifs aux allégations, indications ou présentation, objets de la publicité ;
- de vendre ou de proposer à la vente un produit ou une prestation de service sans information du

consommateur sur le prix du produit ou de la prestation de service ;

- de vendre ou de proposer à la vente un produit ou une prestation de service avec une information de prix ne respectant pas les dispositions des articles 3 à 13 ci-dessus ;
  - de commettre, diffuser, imprimer, réaliser une publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix non conforme aux dispositions des articles 14 à 16 et 17 à 20 ci-dessus ;
  - d'indiquer dans une annonce, un marquage ou une publicité l'indication d'une réduction de prix ou d'avantages quelconques qui ne soient pas effectivement accordées à tout acheteur de produit ou à tout demandeur de prestation de services, dans les conditions annoncées ;
  - de ne pas vendre au prix annoncé, un produit ou un service, quand bien même ce produit ou ce service n'aura pas été livré à la date de la publicité s'il a été commandé à cette date ;
  - de ne pas remettre un bon de commande au consommateur pour un produit commandé et non livré sur le champ ;
  - de faire référence à une réduction de prix dans une publicité à l'occasion de la création d'une entreprise ou à l'occasion de l'extension ou du changement d'activité d'une entreprise existante ;
  - de commettre, diffuser, imprimer, réaliser une publicité dans le domaine des opérations à crédit sans respecter les dispositions des articles 21 à 23 ci-dessus ;
  - pour un annonceur de faire réaliser, imprimer ou diffuser une publicité dans le domaine des tarifs des transports aériens non conforme aux dispositions des articles 24 à 25-1 ci-dessus ;
  - de faire don gratuit de marchandises ou objets, ou d'accomplir un service à titre gratuit ou de remettre une somme d'argent à des fins de promotion commerciale, sans respecter les conditions visées aux articles 26 à 28 ci-dessus ;
  - de refuser de vendre au consommateur un produit détenu en stock dans la mesure où la demande du client ne présente aucun caractère anormal ;
  - de refuser une prestation de service au consommateur dans la mesure où la demande du client ne présente aucun caractère anormal ;
  - d'imposer au consommateur des conditions discriminatoires de vente se traduisant par une majoration du prix payé ;
  - de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'un autre produit ou service ou d'acheter une quantité imposée.
- En application des dispositions de l'article 131-41 du code pénal, le taux maximum de l'amende applicable aux personnes morales est égale au quintuple de celui prévu pour les personnes physiques mentionné au premier alinéa ci-dessus.

**Art. 34 bis** *Rédaction issue de Arrêté n° 1036 CM du 21 juillet 2011*

Les infractions à l'article 34 du présent arrêté sont recherchées et constatées conformément aux dispositions de procédure pénale applicables en matière de commerce, de concurrence et de prix.

Sont notamment habilités pour rechercher et constater ces infractions, les agents assermentés de la direction générale des affaires économiques.

**Art. 34 ter** *Rédaction issue de Arrêté n° 1502 CM du 4 octobre 2012*

Est sanctionné d'une amende administrative de 100 000 F CFP le fait de :

- commettre, diffuser, imprimer ou réaliser une publicité à l'égard du consommateur non conforme aux dispositions de l'article 16 ci-dessus ;
- mettre en vente un produit sans information sur son prix sur le produit ou à proximité immédiate ou de manière non lisible ;
- proposer une prestation de services sans information sur le prix de ladite prestation ;
- facturer en caisse un prix supérieur à celui annoncé sur ou à proximité du produit.

Est sanctionné d'une amende administrative de 50 000 F CFP le fait de ne pas remettre un bon de commande au consommateur pour un produit commandé et non livré sur le champ.

Les agents de la direction générale des affaires économiques sont notamment habilités à rechercher et constater les manquements visés aux alinéas précédents.

**Art. 35** *Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

L'arrêté n° 384 AE du 18 février 1970, la décision n° 1117 AE du 27 janvier 1981, l'arrêté n° 44 CM du 13 janvier

1988, l'arrêté n° 959 CM du 6 septembre 1990, les articles 17 et 18 de la décision n° 60 AE du 21 janvier 1983, l'article 28 de la décision n° 1646 AE du 5 juin 1981 et toutes dispositions contraires à celles du présent arrêté sont abrogés.

**Art. 36** *Rédaction issue de Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009*

Le présent arrêté sera publié au Journal officiel de la Polynésie Française.

Fait à Papeete, le 7 février 1992.  
Gaston FLOSSE

#### **Annexe - Modèle de bordereau détachable**

---

#### **Voir toutes les modifications dans le temps :**

- [Arrêté n° 170 CM du 7 février 1992](#), JOPF n° 7 N du 13/02/1992 à la page 327
- [Arrêté n° 726 CM du 19 juin 1992](#), JOPF n° 27 N du 02/07/1992 à la page 1254
- [Arrêté n° 439 CM du 5 juillet 2005](#), JOPF n° 28 N du 14/07/2005 à la page 2303
- [Arrêté n° 1312 CM du 13 août 2009](#), JOPF n° 34 N du 20/08/2009 à la page 3857
- [Arrêté n° 1986 CM du 4 novembre 2009](#), JOPF n° 46 N du 12/11/2009 à la page 5344
- [Arrêté n° 2137 CM du 18 novembre 2009](#), JOPF n° 48 N du 26/11/2009 à la page 5536
- [Arrêté n° 751 CM du 27 mai 2010](#), JOPF n° 22 N du 03/06/2010 à la page 2454
- [Arrêté n° 1036 CM du 21 juillet 2011](#), JOPF n° 30 N du 28/07/2011 à la page 3877
- [Loi du Pays n° 2011-30 du 5 décembre 2011](#), JOPF n° 70 NS du 05/12/2011 à la page 2986
- [Arrêté n° 1502 CM du 4 octobre 2012](#), JOPF n° 41 N du 11/10/2012 à la page 6552
- [Arrêté n° 1026 CM du 10 juillet 2014](#), JOPF n° 57 N du 18/07/2014 à la page 8783
- [Loi du Pays n° 2015-4 du 14 avril 2015](#), JOPF n° 17 NS du 14/04/2015 à la page 450
- [Arrêté n° 478 CM du 13 avril 2017](#), JOPF n° 32 N du 21/04/2017 à la page 4767
- [Arrêté n° 2402 CM du 10 décembre 2020](#), JOPF n° 101 N du 18/12/2020 à la page 20499

Annexe - Modèle de bordereau détachable

## MODELE DE BORDEREAU DETACHABLE

### BORDEREAU DE RETRACTATION

A renvoyer au plus tard le ..... à ..... (identité du prêteur)

Renonciation à l'offre n° ..... du .....

Je soussigné ..... déclare renoncer à l'offre de crédit (ou location-vente, ou location assortie d'une promesse d'achat) susvisée.

Nom et adresse du client :

Date de la résiliation :

Signature du client :

### PROCEDURE D'ANNULATION DE LA COMMANDE

1) Iles pourvues d'un bureau de poste et reliées à Papeete par une liaison aérienne régulière :

- compléter et signer le formulaire détachable ;
- l'expédier par lettre recommandée à l'adresse du prêteur figurant sur la présente offre préalable ;
- conserver soigneusement le récépissé de l'expédition de la lettre recommandée.

2) Iles non pourvues d'un bureau de poste ouvert au service de la recommandation ou n'ayant pas de liaison aérienne régulière avec Papeete :

- expédier au prêteur dont l'adresse figure sur la présente offre préalable un télégramme comportant :

- 1) votre nom et prénom
- 2) votre déclaration de renonciation à l'offre préalable
- 3) le numéro de l'offre préalable
- 4) la date de l'offre préalable
- 5) votre adresse complète

- conserver soigneusement le récépissé de l'expédition du télégramme d'annulation.

## HOHOA NO TE PARAU MATARA OHIE

### PARAU FAAORERAA

la faahoïhia hou te taiò mahana, ..... ia .....(iòà o te taata horoà tarahu)

Faaòreraa i te faaauraa n°.....no te .....

O vau tei tarima, o ....., te faaòre nei au i te àitarahu (aore ra te àitarahu-hoo, te àitarahu-parau faaau e hoo), i faahitihia i nià nei.

Iòà e te nohoraa o te taata ani :

Taiò mahana no te faaòreraa :

Tarima a te taata ani :

### PARAU FAAORERAA I TE TAOA POROI

1) Te motu e fare rata to reira e o te ratere pinepinehia e te manureva mai Papeete atu :

- faai e tarima i te parau matara òhie ;
- haponu na roto i te rata maiò i te nohoraa o te taata horoà tarahu i papaihia i nià i teie parau ;
- faaherehere maitai i te parau peeraa o te rata maiò.

2) Te motu aita e vahi haaponoraa i te rata maiò i te fare rata aore ra aita e tere pinepinehia e te manureva mai Papeete atu :

- haponu i te taata horoà tarahu, o ia tei faaitihia te nohoraa i nià i te parau, te tahi niuniu, ma te faataa :
  - 1) to oe iòà e te paèraa
  - 2) ta oe parau haapapuraa e te faaòre nei oe i te parau faaau
  - 3) te numera o te parau faaau
  - 4) te taiò mahana o te parau faaau
  - 5) to oe nohoraa
- a faaherehere maitai i te parau peeraa o te niuniu faaòre i te parau faaau.