

ACTES DES INSTITUTIONS DU TERRITOIRE

ARRETES DU GOUVERNEMENT OU DES MINISTRES

PRESIDENCE

ARRETE n° 53 PR du 3 février 1992 relatif à l'exercice des attributions du ministre des finances et des réformes administratives.

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 l'arrêté n° 626 PR du 9 avril 1991 modifié relatif aux attributions du ministre des finances et des réformes administratives ;

Vu les nécessités de service,

Arrête :

Article 1er.— Mme Haamoetini Lagarde, ministre de l'agriculture, de l'environnement et de la condition féminine, est chargée de l'expédition des affaires courantes et urgentes du ministère des finances et des réformes administratives pendant l'absence de M. Patrick Peaucellier, du 6 au 22 février 1992 inclus.

Art. 2.— Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la Polynésie française.

Fait à Papeete, le 3 février 1992.
Gaston FLOSSE.

ARRETE n° 61 PR du 5 février 1992 relatif à l'exercice des attributions du ministre de la culture, de l'artisanat traditionnel et des postes et télécommunications.

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 l'arrêté n° 924 PR du 12 septembre 1991 relatif aux attributions du ministre de la culture, de l'artisanat traditionnel et des postes et télécommunications ;

Vu les nécessités de service,

Arrête :

Article 1er.— M. Edouard Fritch, ministre de la mer, du développement des archipels et des affaires foncières, est chargé de l'expédition des affaires courantes et urgentes du ministère de la culture, de l'artisanat traditionnel et des postes et télécommunications pendant l'absence de M. Justin Arapari du 8 février 1992 au 25 février 1992 inclus.

Art. 2.— Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la Polynésie française.

Fait à Papeete, le 5 février 1992.
Gaston FLOSSE.

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

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 des prix des prestations de services dans le territoire ;

Vu la décision n° 765 AE du 13 octobre 1978 relative à la facturation des prix 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 des prix 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 l'arrêté 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 I 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'unité 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.— L'annonce de rabais variables par l'indication d'une fourchette de rabais en pourcentage ou en valeur absolue, ou par tout autre moyen, est interdite. L'annonce d'un rabais minimum est tolérée.

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 OPERATIONS DE CREDIT

Art. 21.— Toute publicité portant sur des produits ou services vendus à crédit ou à tempérament, ou faisant l'objet d'un contrat de location-vente ou de location avec option d'achat, doit comporter :

- la nature et l'objet de l'opération proposée ;
- la somme totale qui devra être effectivement payée par l'acheteur du produit ou le demandeur du service ;
- le prix au comptant du produit ou service concerné ;
- le montant et la périodicité des échéances ;
- le nombre d'échéances ;
- le versement comptant éventuel.

Pour toute publicité écrite, l'ensemble de ces données devra être rédigé en caractères d'imprimerie de dimensions identiques.

Art. 22.— Toute vente à crédit ou à tempérament, toute location-vente ou location avec option d'achat de produits ou de services est assujettie à la signature d'une offre préalable de financement par le prêteur ou par le bailleur et par l'emprunteur ou par le locataire, permettant aux deux parties de renoncer à cette opération dans un délai de sept jours francs et ouvrables à compter de la date de signature de cette offre.

Art. 23.— L'offre préalable de financement doit comprendre un formulaire détachable destiné à son éventuelle résiliation.

A peine de nullité, l'offre préalable doit être rédigée conjointement en français et en tahitien et comporter obligatoirement :

1 - Les indications suivantes :

- numéro chronologique ;
- nom ou raison sociale et adresse du prêteur ou du loueur ;
- nom et adresse du vendeur ou du prestataire de services ;
- date de rédaction ;
- désignation des produits ou services concernés ;
- nature de l'opération (vente à crédit, location-vente...) ;
- prix au comptant des produits ou services ;
- taux nominal de l'intérêt ;
- taux effectif global du prêt ;
- frais de dossier (s'il y a lieu) ;
- autres frais forfaitaires (s'il y a lieu) ;
- montant de l'assurance (s'il y a lieu) ;
- montant de l'échéance ;
- périodicité et nombre d'échéances ;
- versement comptant éventuel ;
- montant total de l'opération ;
- dates des prélèvements et date de prise d'effet du crédit ou du bail ;
- options d'achat en cours et en fin de location pour les opérations de location.

2 - Un formulaire détachable destiné à son éventuelle résiliation :

- un modèle de bordereau de rétractation détachable figure en annexe du présent arrêté.

Art. 24.— Le prêteur ou le bailleur doit remettre un double de l'offre au client et en garder un exemplaire jusqu'à la fin de l'opération. Il n'est pas tenu de procéder à la livraison de la marchandise ou du produit ni de réaliser la prestation de services, avant l'expiration du délai visé à l'article 22. Un bon de livraison ou une facture, dûment datés et signés par l'acheteur ou le locataire, doivent être conservés par le prêteur ou le bailleur jusqu'à la fin de l'opération.

Art. 25.— Les dispositions du présent titre ne sont pas applicables aux opérations immobilières, aux prêts et contrats destinés à financer les besoins d'une activité professionnelle, aux ventes d'occasion, à l'exclusion des ventes de véhicules automobiles d'occasion.

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

TITRE IV CADEAUX ET PRIMES

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.— 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 :*

- 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 ;
- la durée de l'opération de promotion commerciale ne doit pas excéder deux mois calendaires ;
- 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 ;
- une entité juridique ne peut organiser plus de deux opérations de promotion commerciale par an donnant lieu à l'attribution gratuite de cadeaux au profit du consommateur. Toutefois, une troisième opération peut être autorisée par le ministre chargé de l'économie, si au cours de la même année civile la

valeur totale des lots attribués dans le cadre des opérations successives n'est pas supérieure à 10.000.000 F CFP ;

- 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 et la durée de l'opération ;
- 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 ;
- quinze jours au moins avant la date prévue de lancement de toute opération de promotion commerciale donnant lieu à l'attribution de cadeaux au profit des consommateurs, l'organisateur doit déposer, auprès du service des affaires économiques, le règlement du jeu ou du concours, la valeur des produits ou services attribués en tant que cadeaux et indiquer la durée de l'opération publicitaire projetée.

Le ministère chargé de l'économie dispose d'un délai de quinze jours, à compter de la date de dépôt des renseignements obligatoires, pour s'opposer à l'exécution d'une opération de promotion commerciale qui ne respecterait pas les dispositions du présent article.

Le non-respect des dispositions du 1° ci-dessus constitue une infraction à la publicité des prix.

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.

Le non-respect des dispositions du 2° ci-dessus constitue une infraction assimilée à une pratique de prix illicites.

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 V VENTE A PERTE

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.— 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.

TITRE VI REFUS DE VENTE ET PRATIQUES DISCRIMINATOIRES A L'EGARD DU CONSOMMATEUR

Art. 31.— Sauf accord du chef du service 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.— 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 du service 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.

Art. 34.— Les infractions au présent arrêté sont poursuivies, réprimées et sanctionnées conformément aux dispositions relatives

au contrôle et à la répression des infractions en matière de réglementation des prix sur le territoire.

Art. 35.— 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.— Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la Polynésie française.

Fait à Papeete, le 7 février 1992.
Gaston FLOSSE.

ANNEXE

à l'arrêté n° 170 CM du 7 février 1992

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.

PARAU APITI

i te faaotiraa n° 170 CM no te 7 no febuare 1992

HOHOA NO TE PARAU MATARA OHIE

PARAU FAAORERAA

Ia faahoihia 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 :

- faaì e tarima i te parau matara òhie ;
- hapono 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 :

- hapono i te taata horoà tarahu, o ia tel faaitehia 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.

ARRETE n° 171 CM du 7 février 1992 fixant le régime général des prix et des marges des produits aux différents stades de la commercialisation dans le territoire.

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° 80-116 AT du 8 septembre 1980 instituant des aides à l'armement local ;

Vu la délibération n° 83-143 AT du 26 août 1983 portant exonération de tous droits et taxes en faveur des produits de première nécessité ;

Vu la délibération n° 86-79 AT du 13 novembre 1986 portant modification de l'article 1er de la délibération n° 83-143 du 26 août 1983 portant exonération de tous droits et taxes en faveur des produits de première nécessité ;