

CONTRÔLE

L'obligation d'information précontractuelle, outil pour protéger ou pour sanctionner ?

Les professionnels de l'automobile ont depuis longtemps intégré que la clé de la réussite se trouvait dans la satisfaction du client. Les constructeurs n'ont de cesse de multiplier les enquêtes auprès de la clientèle et d'utiliser les résultats de celles-ci pour valoriser ou au contraire sanctionner un membre de leur réseau.



STUDIO FALOUR

Nathalie Giroulet-Demay,
avocate au cabinet
Ravayrol&Giroulet

Dès lors, un client mal informé, insuffisamment conseillé avant de conclure la vente, sera potentiellement un client déçu qui le fera savoir. L'enjeu est clair pour le vendeur : son client doit être pleinement satisfait. L'intérêt du professionnel de l'automobile rejoint donc parfaitement celui du législateur...

Cependant, force est de constater que certaines obligations d'information précontractuelle comme l'évolution récente des pouvoirs de la DGCCRF⁽¹⁾ semblent davantage viser à sanctionner pécuniairement le professionnel qu'à garantir une réelle transparence au consommateur.

■ Une extension des obligations d'information précontractuelle contestable dans son principe

- La protection du consentement de l'acheteur pour finalité....

Créée de toutes pièces par la jurisprudence qui a vu dans les articles 1104 (anc. 1134 al. 3), 1194 (anc. 1135) et 1602 du code civil un moyen d'obliger les professionnels à une plus grande transparence, l'obligation d'information précontractuelle a ensuite été expressément imposée par le législa-

teur dans le code de la consommation. L'objectif du juge, comme celui du législateur, est de protéger le consentement de l'acheteur, surtout s'il est profane, de lui donner les moyens de s'engager en toute connaissance de cause dans l'achat qu'il envisage et de sanctionner le professionnel – par la nullité de la vente le cas échéant – s'il n'a pas permis à son client d'être en mesure d'apprécier pleinement la portée de son engagement.

Initialement, le code de la consommation se limitait à imposer au professionnel d'informer l'acheteur consommateur – avant la vente – sur les caractéristiques essentielles du bien ou du service qu'il envisageait d'acheter. Il a donc été dévolu au juge le rôle de fixer les contours de cette obligation au fil des contentieux et, dès lors, secteur d'activité par secteur d'activité. C'est ainsi qu'au fil des condamnations le vendeur automobile a appris qu'il devait informer son acheteur sur les éventuels accidents antérieurs subis par le véhicule, sur la provenance géographique de celui-ci, sur son utilisation antérieure (ancien véhicule de location ou auto-école par exemple)... L'obligation d'information précontractuelle doit même conduire le vendeur

professionnel à être en mesure de prouver qu'il a conseillé l'acheteur sur l'adéquation du véhicule convoité avec ses besoins réels (Civ. 1^{re}, 11 déc. 2013, n° 12-23.372). Cela implique qu'il lui ait demandé la nature de ses attentes. Mais que faire quand le choix de l'acheteur se porte sur un véhicule qui ne correspond pas du tout aux attentes qu'il a préalablement communiquées au vendeur ? La passion l'emportant parfois sur la raison, le client pourra décider d'acheter un véhicule incompatible avec les besoins définis. Est-ce que pour autant son consentement aura été vicié ? Certainement pas. Est-ce que le vendeur aura manqué à son obligation d'information ? Pas davantage. Le vendeur sera toutefois bien inspiré, dans ce type de situation, de prendre quelques précautions visant à démontrer en cas de litige qu'il avait parfaitement informé son acheteur. Une mention adaptée dans la case « observations » du bon de commande pourrait utilement venir sécuriser la vente.

... progressivement détournée
Cette notion générale – et malléable – de caractéristiques essentielles n'a pas suffi au législateur qui a progressivement imposé, toujours au titre de

l'obligation précontractuelle d'information, de nouvelles contraintes plus précisément identifiées. Ainsi, est récemment apparue l'obligation d'information concernant la possibilité de recourir à un médiateur de la consommation en cas de litige entre le professionnel (vendeur ou réparateur) et le consommateur (ordonnance du 20 août 2015 concernant le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation). Le propos n'est pas ici de remettre en cause l'incitation à recourir à la médiation. Mais pourquoi en avoir fait une obligation d'information précontractuelle ? En quoi le fait d'avoir connaissance des modalités de recours au médiateur pourrait-il avoir un impact sur le consentement du client et donc sur sa décision de conclure ou non la vente ou la prestation d'entretien-réparation ? La même remarque s'impose en ce qui concerne l'obligation – également précontractuelle – d'informer l'acheteur sur les garanties légales. Bien sûr il est nécessaire que le vendeur professionnel rappelle au client qu'il bénéficie de la garantie légale des vices cachés, et en qualité de consommateur, de la garantie légale de conformité. Mais de là à en faire une obligation d'information précontractuelle, cela ne s'imposait pas. L'absence d'information sur les modalités de mise en œuvre de ces garanties ne prive naturellement nullement l'acheteur de ses droits et l'on voit mal comment l'omission d'information sur ce point pourrait vicier son consentement.

D'aucuns pourraient estimer que ce débat est stérile puisque de toute façon la solution pragmatique pour le professionnel est d'incorporer toutes ces informations obligatoires dans ses conditions générales de vente ou de réparation. Certes. Cependant, imposer une communication précontractuelle dénote d'une volonté de se laisser une possibilité de remettre en cause la vente ou la prestation de

service qui n'a pas lieu d'être. L'impact sur le consentement du client d'une omission d'information préalable sur le délai de livraison du véhicule commandé ou de mise à disposition du véhicule réparé est perceptible (s'il avait été informé que le véhicule lui serait livré si tardivement, peut-être aurait-il décidé d'aller voir un concurrent) ; les conséquences sur son consentement d'une omission d'information – ou d'une information tardive (au moment de la livraison du véhicule par exemple) – sur les conditions de mise en œuvre du recours au médiateur nous paraissent nulles.

On peut tenter de se rassurer en se référant à la jurisprudence constante qui précise que la nullité de la vente n'est pas automatique en cas de manquement à une obligation d'information et qu'il appartient à l'acheteur de démontrer que s'il avait eu connaissance de l'information omise il n'aurait pas contracté (pour un rappel récent, v. Civ. 3^e, 24 mai 2018, n° 17-17369). Le juge veille en effet, et plutôt efficacement, sur ce point. Mais est-ce suffisant pour protéger le professionnel de l'automobile de toute sanction ? Certainement pas.

■ Élargissement du panel de sanctions depuis la loi du 17 mars 2014

Historiquement, le professionnel de l'automobile faisait l'objet de sanctions pour manquement à ses obligations d'information précontractuelle soit en raison d'une décision judiciaire civile rendue en sa défaveur à la suite d'une initiative d'un client mécontent, soit en raison de poursuites pénales résultant généralement d'un contrôle effectué par la DGCCRF.

Il est nécessaire que le vendeur professionnel rappelle au client qu'il bénéficie de la garantie légale des vices cachés...

Les agents de la DGCCRF ont en effet toujours eu le pouvoir de verbaliser les manquements des professionnels aux obligations d'information précontractuelle qui leur sont dévolues par la loi. Ils constataient l'infraction, dressaient un procès-verbal et le transmettaient au Procureur qui, dans le cadre du respect des droits de la défense impliquant que le contrevenant puisse se défendre assisté d'un avocat, décidait de sanctionner ou non l'entreprise. Mais depuis la loi Hamon du 17 mars 2014 relative aux droits des consommateurs, les agents de la DGCCRF ont également le pouvoir d'infliger eux-mêmes – et donc sans procès – des amendes administratives en cas notamment de manquements aux règles d'affichage des prix et aux règles d'information précontractuelle du consommateur.

Les amendes administratives, infligées autant de fois qu'un manquement au devoir d'information sera objectivement constaté (art. L. 111-1 à L. 111-3 et L. 112-1 C. conso) sont plafonnées à 15 000 euros pour les personnes morales (art. L. 131-1 et L. 131-5), sauf s'il s'agit d'une atteinte au droit de rétractation du client puisque dans ce cas, le plafond de l'amende s'élève à 75 000 euros. D'aucuns admettront qu'il s'agit là d'un pouvoir exorbitant, l'agent pouvant décider au cas par cas de verbaliser ou non, d'infliger une amende raisonnable ou au contraire très élevée...

Avant toute décision sur les suites qu'elle entend donner à ses constats, la DGCCRF doit quand même organiser un échange contradictoire avec le professionnel. Le professionnel de l'automobile sera bien inspiré de prendre conseil pour réagir au procès-verbal dressé par l'agent qui aura opéré le contrôle en entreprise. Selon les arguments développés par l'entreprise en effet, la DGCCRF pourra opter pour une suite pénale au dossier en transférant son résultat d'enquête au ■■■

■■■ Procureur ou proposer une transaction, ou encore n'adresser qu'un simple avertissement à l'entreprise ou préférer lui infliger une amende administrative dans la limite des plafonds précédemment indiqués. Il convient de noter que les amendes administratives peuvent faire l'objet d'une contestation devant les juridictions de l'ordre administratif.

L'objectif poursuivi par cette obligation est de garantir une parfaite information de l'acheteur sur l'état véritable du véhicule d'occasion qu'il envisage d'acheter. Ainsi, à la lecture de ce procès-verbal de contrôle technique, le client peut renoncer à l'achat ou au contraire confirmer son désir d'acheter le véhicule concerné.

Selon que la rotation du stock est rapide ou non, certains véhicules d'occasion peuvent rester plus de 6 mois sur le parc avant d'être vendus. Ceci explique qu'il arrive que des procès-verbaux de contrôle technique soient remis après la vente, parce qu'effectués lorsque la concession est sûre de vendre le véhicule. Bien évidemment, dans ces cas, la concession procède à l'intégralité des réparations éventuelles à sa charge – commercialement il ne saurait en être autrement – et le client se voit livrer un véhicule sans aucun défaut au regard du contrôle technique. Mais juridiquement, le professionnel est en infraction.

En l'espèce, le procès-verbal dressé par les deux agents de la DGCCRF a précisé que l'entreprise encourait 14 peines d'amende prévue pour les contraventions de la 5^e classe. La DGCCRF a cependant proposé une transaction pour éviter tout procès. Aucun des 14 clients concernés ne s'était plaint de son achat.

- Sur l'obligation d'affichage des prix en après-vente

D'autres contrôles ont porté sur l'obligation d'information sur les prix concernant les prestations d'entretien et de réparation automobile. Des agents de la DGCCRF ont ainsi relevé,

lors d'un contrôle effectué en novembre 2017, que contrairement à ce qui était indiqué sur les affichages au lieu de réception de la clientèle, « l'accès direct au barème de temps de réparation n'était pas possible pour le client, aucun poste informatique n'étant mis à sa disposition pour consulter les barèmes (de la marque) ». Or, l'article L. 131-5 du code de la consommation permet à la DGCCRF de sanctionner tout défaut d'information concernant l'affichage des prix d'une peine d'amende administrative pouvant là encore atteindre 15 000 € par manquement constaté. En l'espèce, la DGCCRF a décidé de ne pas donner de suites contentieuses à ce contrôle en indiquant que « le présent courrier constitue un avertissement relatif à des réglementations pénalement ou administrativement sanctionnées (...). Tout manquement ultérieurement constaté conduira à leur stricte application. »

La même difficulté se rencontre inévitablement au niveau de l'accès aux tarifs des différents forfaits. Dans certaines marques, et pour un seul modèle, on peut recenser jusqu'à 25 tarifs de forfait révision différents dépendant notamment de l'année de première mise en circulation et de la motorisation du véhicule. L'obligation d'affichage des prix devient complexe à assurer (et concrètement inutile, le client ne pouvant s'y retrouver parmi tous les prix affichés), mais l'enjeu financier est tel que chaque professionnel doit être en mesure de proposer une solution efficace le mettant à l'abri d'une amende de 15 000 € par manquement constaté.

- Sur le kilométrage affiché

Parfois, on constate un excès de zèle de certains contrôleurs. Lors de ce même contrôle effectué en novembre 2017, la lettre d'avertissement mettra en exergue un délit de pratique commerciale trompeuse en relevant un écart de 24 kilomètres entre le kilométrage affiché sur l'étiquetage du véhi-

cule d'occasion et le kilométrage constaté au compteur... Ce contrôle s'étant soldé par un avertissement, nous ne pouvons préjuger de ce qu'aurait décidé le Procureur en cas de verbalisation. Gageons tout de même qu'il n'aurait pas vu là matière à poursuivre.

- Pratique du « forfait livraison »

Il faut admettre que certains procès-verbaux ont mis en évidence des manquements aux obligations d'information de nature à influencer réellement la décision d'achat du client. Ainsi, en mars 2017, deux agents de la DGCCRF se faisant passer pour des clients ont constaté la situation suivante: « Nous avons indiqué à M. A (vendeur) que nous étions intéressées par l'achat du modèle (...) au prix de 4589 € dont la publicité était diffusée sur le site internet. Le vendeur a imprimé un bon de commande mentionnant le prix de 4589 € et des "frais de mise à la route (carte grise + carburant 5l + gravage + kit de sécurité + frais de gestion SIV)" d'un montant de 470 €. Le prix total à payer était donc de 5059 €.»

« Nous lui avons dit que nous préférons faire nous-mêmes les démarches de carte grise auprès de la préfecture et il nous a répondu qu'il ne pouvait nous communiquer l'ancienne carte grise pour des raisons de confidentialité de l'ancien propriétaire.»

« Nous lui avons alors dit que nous avions déjà un kit de sécurité (gilet et triangle) et il nous a répondu que ça nous en ferait un double.»

« Nous avons insisté en lui demandant si nous étions vraiment obligés de prendre tous ces éléments et s'il n'y avait pas un moyen d'en supprimer mais il a été catégorique en nous disant que l'ensemble était facturé systématiquement avec l'achat du véhicule. Nous lui avons dit que nous arrêtions l'achat et avons alors justifié de notre qualité.»

Le procès-verbal indiquera que « des frais de livraison ont été imposés

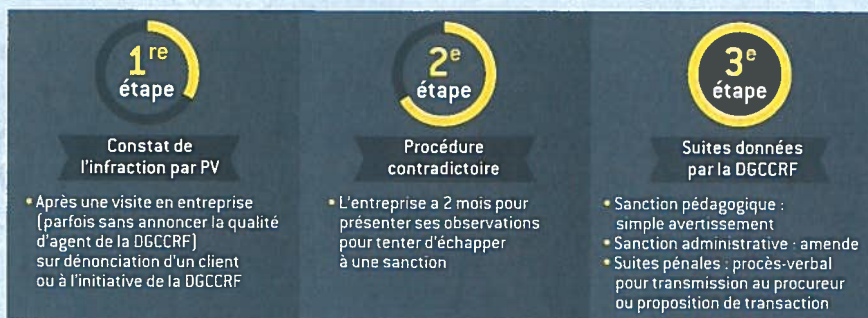
comme étant une condition sine qua non de la vente alors que ces frais n'étaient pas mentionnés dans les publicités», que « le prix de vente ainsi minoré et diffusé sur le site internet permet d'attirer le consommateur en agence et d'ajouter le forfait livraison lorsque le consommateur est prêt à signer le bon de commande ». La DGCCRF considérera alors que « l'absence de ces informations est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur. Cette pratique commerciale est donc déloyale. »

Une information claire sur les prix est essentielle pour que le client s'engage contractuellement en toute connaissance de cause. Tel ne pouvait être le cas en l'espèce. La concession en question a toutefois eu de la chance, le procès-verbal offrant une possibilité de transaction. Mais il faut considérer qu'il s'agit là d'une alerte sérieuse visant les pratiques commerciales de la plupart des concessions automobiles.

La DGCCRF publie son bilan annuel d'activité sur le site www.economie.gouv.fr. Le constat, tous secteurs d'activité confondus, est sans appel : on observe une baisse des avertissements (-6% entre 2017 et 2016) et corrélativement une augmentation du nombre et du montant des amendes administratives infligées. Ainsi, sur la période mi-2014 à fin 2016 (soit sur plus de 2 ans), la DGCCRF avait prononcé 4269 amendes administratives pour un montant global de 19,6 M€. Sur la seule année 2017, elle a infligé 2697 amendes pour un montant global de 16,2 M€. Le montant moyen de l'amende est donc passé de 4600 € à 6000 €. Si la tendance se confirme, les amendes administratives pourraient atteindre 7800 € en moyenne sur 2018. La plus grande vigilance s'impose donc. Il appartient au professionnel de prouver qu'il a bien exécuté ses obligations d'information précontractuelle en faveur du client. On ne saurait par conséquent trop lui conseil-

LES ÉTAPES DU CONTRÔLE DE LA DGCCRF

Le risque de sanction est d'autant plus élevé pour les professionnels de l'automobile que les agents de la DGCCRF ont désormais le droit de procéder à des contrôles en entreprise sans décliner préalablement leur identité. Ils peuvent se présenter en concession ou chez un agent de marque en se faisant passer pour des clients et observer ainsi de façon très privilégiée la technique de vente du professionnel. Il ne s'agit donc plus de vérifier si le consentement du consommateur a été affecté par l'absence d'information précontractuelle mais de constater objectivement la communication ou plutôt l'absence de communication de telle ou telle information imposée par les textes.



DES VERBALISATIONS DE LA DGCCRF PARFOIS CONTESTABLES... ET PARFOIS MÉRITÉES

De nombreux procès-verbaux ont déjà été dressés par les agents de la DGCCRF dans les concessions automobiles. Voici quelques exemples issus de contrôles effectués en région parisienne.

Sur l'obligation de communication d'un procès-verbal de contrôle technique avant la vente

Lors d'un contrôle effectué en novembre 2016, deux agents de la DGCCRF ont demandé la communication des dossiers administratifs des ventes réalisées au cours des deux derniers mois précédant leur visite et ont constaté la situation suivante qu'ils ont actée en ces termes dans un procès-verbal :

| | NOM ET PRÉNOM DU CLIENT | DATE DE SIGNATURE DU BDC | DATE DU PV DE CONTRÔLE TECHNIQUE |
|----|-------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 1 | Monsieur ou Madame | 15/10/16 | 18/10/16 |
| 2 | Monsieur ou Madame | 01/10/16 | 05/10/16 |
| 3 | Monsieur ou Madame | 03/10/16 | 07/10/16 |
| | Monsieur ou Madame | 22/09/16 | 30/09/16 |
| 5 | Monsieur ou Madame | 16/10/16 | 24/10/16 |
| 14 | Monsieur ou Madame | | |

Pour 14 dossiers administratifs contrôlés, il est donc apparu que le procès-verbal de contrôle technique de moins de 6 mois n'avait pas été remis au client avant la signature du bon de commande, mais après, en contradiction avec l'article 5 bis du décret n°78-993 du 4 octobre 1978 qui dispose que : « Tout vendeur professionnel ou non professionnel d'un véhicule automobile soumis à la visite technique prévue par les dispositions des articles R.323-22 et R.323-26 du code de la route remet à l'acheteur non professionnel, avant la conclusion du contrat de vente, le procès-verbal de la visite technique établi depuis moins de six mois, ainsi que les procès-verbaux des éventuelles contre-visites. »

ler d'actualiser régulièrement ses conditions générales de vente et de réparation au regard de l'évolution de la réglementation et surtout de s'assurer de leur signature systématique par les clients. Comme l'a très justement rappelé la cour d'appel de Versailles, les conditions générales de vente ne

sont pas opposables à l'acheteur lorsque ce dernier ne les a ni signées ni paraphées (CA Versailles, 3 mai 2016, n°15/02478). ■

1. DGCCRF : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.