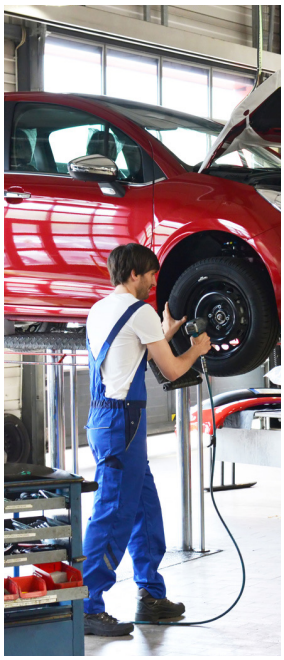
Guide pratique

2e édition

Vente et après-vente automobile

50 fiches pour comprendre la réglementation



Nathalie Giroudet-Demay
Philippe Ravayrol

L'ARGUS de l'assurance
ÉDITIONS

Sommaire

Introduction....7

Partie 1 – La vente automobile

1.01 Les obligations d'affichage concernant les véhicules exposés....13
1.02 Les obligations d'information précontractuelle du vendeur automobile....17
1.03 L'information relative au forfait de mise à la route....23
1.04 L'information relative à la prestation de gravage....27
1.05 Les conditions de validité du bon de commande....31
1.06 Le contenu des conditions générales de vente....35
1.07 Le régime juridique des ventes de véhicules hors établissement....39
1.08 Le régime juridique des ventes de véhicules à distance....45
1.09 Le crédit affecté à l'achat du véhicule....51
1.10 L'interdiction de revente à perte....55
1.11 L'obligation de contrôle technique lors de la vente d'un véhicule d'occasion....59
1.12 Le non-respect du délai de livraison du véhicule commandé....63
1.13 La tenue du registre de police....67
1.14. Le régime juridique des véhicules en dépôt-vente....73
1.15 La garantie légale des vices cachés....77
1.16 La garantie légale de conformité....81
1.17 Le cadre juridique de la vente avec reprise....85
1.18 Le régime juridique des ventes de véhicules aux enchères publiques....89
1.19 Les garanties commerciales....93

Partie 2 – L'après-vente automobile

2.01 Le devoir d'information et de conseil du réparateur....99
2.02 L'information sur le prix des prestations proposées....105
2.03 L'obligation d'information sur la date de livraison du véhicule réparé....111
2.04 L'obligation d'information sur le kilométrage du véhicule....113
2.05 L'obligation d'information sur les prestations sous-traitées....117
2.06 L'ordre de réparation : un contrat particulier....121
2.07 Les conditions générales de réparation....125
2.08 L'obligation de résultat du réparateur....129
2.09 L'obligation de proposer des pièces issues de l'économie circulaire....133
2.10 Le régime juridique des pièces de rechange fournies par le client....139
2.11 Le sort des pièces remplacées....141

2.12 La décharge de responsabilité : une sécurité juridique ou illusoire ? 145
2.13 L'obligation de garde du réparateur 147
2.14 Le droit de rétention du réparateur 153
2.15 Le sort des véhicules abandonnés dans l'atelier 157
2.16 La facturation des frais de gardiennage 161
2.17 La cession de créance du réparateur 165
2.18 L'obligation d'information sur les conditions de délivrance d'une note (facture) 169

Partie 3 – Thématiques transversales, vente et après-vente

3.01 L'expertise du véhicule 175
3.02 L'obligation de sécurité du distributeur ou du réparateur automobile 179
3.03 Les règles applicables au paiement en espèces 183
3.04 Le refus de vente ou de prestation de services 187
3.05 Les techniques promotionnelles de ventes et de prestations de services 189
3.06 Le démarchage par téléphone 193
3.07 Le démarchage par automate d'appel, télécopie ou courrier électronique 197
3.08 La durée de conservation des documents 201
3.09 Le rôle et les pouvoirs des agents de la DGCCRF 205
3.10 Les étapes d'un contrôle de la DGCCRF 209
3.11 La plateforme « SignalConso » 213
3.12 La médiation automobile 217
3.13 Le RGPD : quelles obligations pour les professionnels de l'automobile ? 221

Annexes

Communiqué de presse du 13 février 2023 relatif à une enquête sur les ventes de voitures et de deux-trois roues 229
Communiqué de presse du 17 octobre 2022 relatif à une enquête sur l'entretien et la réparation automobile 233
Fiche 1.05 – Modèle de mise en demeure de prendre livraison du véhicule 237
Fiche 1.13 – Annexes I, II, III (arrêté du 15 mai 2020 fixant les modèles de registres prévus par l'article R. 321-8 du Code pénal) 239
Fiche 1.19 – Annexe à l'article D. 211-2 du Code de la consommation 241
Fiche 2.12 – Modèles de décharge de responsabilité 243
Fiche 2.13 – Modèle d'affiche limitant la responsabilité du réparateur quant aux objets laissés à bord du véhicule déposé 247
Fiche 2.15 – Modèle de requête pour vente aux enchères (véhicule abandonné) 249
Fiche 3.09 – Exemple de proposition de transaction pénale 253
Fiche 3.10 – Exemple de courrier type de la DGCCRF (contrôle) 255

Fiche **1.01**

Les obligations d'affichage concernant les véhicules exposés

1. Les règles générales

Les véhicules exposés, qu'ils soient neufs ou d'occasion, doivent faire l'objet d'un affichage permettant au client potentiel d'avoir une idée précise des qualités du bien exposé. En effet, l'article L. 112-1 du Code de la consommation pose un principe général selon lequel « Tout vendeur de produit (…) informe le consommateur, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, sur les prix et les conditions particulières de la vente (…) ».

Le décret n° 78-993 du 4 octobre 1978 pris pour l'application de la loi du 1er août sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services en ce qui concerne les véhicules automobiles – toujours en application – précise que les véhicules en vente ou exposés en vue de la vente doivent être munis d'un étiquetage apposé sur le véhicule et portant, en caractères apparents et de mêmes dimensions, la dénomination de vente, c'est-à-dire : la marque, le type, le modèle, la version et, le cas échéant, la variante de ce modèle.

L'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix impose que tout produit exposé à la vente comporte un étiquetage ou un marquage par écriteau indiquant son prix. Une circulaire en date du 19 juillet 1988 porte application de cet arrêté et précise que « le prix de tout produit destiné à la vente au détail et exposé à la vue du public doit faire l'objet d'une information du consommateur selon un procédé tel que le client puisse connaître ce prix sans entrer dans le lieu de vente, si le produit est visible de l'extérieur (vitrine, étalage, etc.), et sans avoir à interroger le vendeur, si le produit est visible de l'intérieur du lieu de vente ». Il convient de noter que cette réglementation est peu adaptée à la vente de véhicules automobiles : mêmes s'ils peuvent être visibles de l'extérieur, ne serait-ce qu'en raison de leur taille, le client aura rarement la possibilité d'en voir le prix affiché depuis l'extérieur.

Si l'information délivrée est de nature à induire le consommateur en erreur, le commerçant peut voir sa responsabilité pénale engagée au titre du délit de pratique commerciale trompeuse.

2. Les règles spécifiques applicables aux véhicules neufs

L'arrêté du 28 juin 2000 relatif à l'information des consommateurs et à la publicité des prix des véhicules automobiles pose un certain nombre d'exigences. Toutefois, comme le précise son article 1er, il ne s'applique qu'aux « véhicules neufs d'un poids total autorisé en charge ne dépassant pas 3,5 tonnes ».

Le prix annoncé des véhicules neufs hors options doit correspondre, quel que soit le support utilisé, à la somme totale toutes taxes comprises qui devra être effectivement payée par le consommateur, y compris les frais de préparation du véhicule.

Ainsi, le prix de vente TTC doit obligatoirement inclure le contrôle des niveaux, la fourniture et la pose d'un jeu de plaques d'immatriculation dites d'entrée de gamme (supplément possible pour des plaques de qualité supérieure si le professionnel laisse le choix au consommateur entre des plaques d'entrée de gamme et des plaques dites de qualité supérieure), un minimum de 5 litres de carburant, ainsi que les frais de transport du véhicule d'une plateforme du constructeur jusqu'au point de vente.

Il convient par conséquent d'être très vigilants sur la pratique des forfaits livraison (voir Fiche 1.03 « L'information relative au forfait de mise à la route ») qui doivent correspondre à des prestations non comprises dans le prix affiché et optionnelles pour le client.

Le décret n° 2002-1508 du 23 décembre 2002 relatif à l'information sur la consommation de carburant et les émissions de dioxyde de carbone des voitures particulières neuves impose que dans chaque point de vente, une étiquette indiquant la consommation de carburant et les émissions de dioxyde de carbone soit apposée sur chaque voiture particulière neuve ou affichée près de celle-ci, d'une manière visible (art. 2).

Ce texte impose également qu'une liste des données relatives à la consommation de carburant et aux émissions de dioxyde de carbone des voitures particulières neuves proposées à la vente ou en crédit-bail dans un point de vente, dressée par marque et par type de véhicule, soit affichée de manière visible dans le point de vente (art. 3). Le professionnel est en outre tenu d'indiquer la classe d'émissions de dioxyde de carbone (CO_2) pour toute publicité en faveur d'une voiture particulière soumise à l'obligation de mesure de la consommation de carburant et des émissions de CO_2 (décret n° 2021-1840 du 28 décembre 2021 relatif aux publicités en faveur des véhicules à moteur).

3. Les règles spécifiques applicables aux véhicules d'occasion

Pour l'affichage concernant les véhicules automobiles d'occasion, le décret n° 78-993 du 4 octobre 1978 précise que la dénomination de vente doit être complétée par la mention du mois et de l'année de la première mise en circulation et par l'indication du kilométrage total parcouru depuis cette mise en circulation s'il s'agit d'un véhicule acquis neuf par le vendeur ou d'un véhicule dont le kilométrage réel peut être justifié par le vendeur.

En ce qui concerne les autres véhicules d'occasion, l'indication du kilométrage total parcouru est remplacée par celle du kilométrage inscrit au compteur suivi de la mention « non garanti » :

– le vendeur d'un véhicule d'occasion ne peut assortir l'indication du kilométrage de la mention « non garanti » que s'il n'a pas été en mesure de connaître le kilométrage réel du véhicule, sous peine de se rendre coupable du délit de tromperie (Crim., 13 oct. 1987 : Bull. crim. n° 934) ;
– un arrêt de la chambre commerciale de la Cour de cassation en date du 29 novembre 2016 (n° 15-17.497) a fait droit à une demande de nullité de la vente soutenue par un acheteur qui avait acquis un véhicule d'occasion présenté comme ayant parcouru 83 000 km « non garanti » en précisant que « la clause de non garantie ne fait pas obstacle à une annulation fondée sur l'erreur sur les qualités substantielles ». En l'espèce, le client avait découvert que le véhicule avait en réalité parcouru 187 000 km.

L'étiquetage présent sur les véhicules d'occasion doit également mentionner le numéro d'ordre attribué à chacun des véhicules d'occasion enregistrés dans le registre de police. Cette obligation, souvent méconnue, est pourtant prévue par l'article R. 321-4 du Code pénal qui dispose : « Le numéro d'ordre est porté sur le registre et figure de manière apparente sur chaque objet ou lot d'objets » (voir Fiche 1.13 « La tenue du registre de police »).

☞ Important

La notion de « première main » : Il s'agit d'un véhicule n'ayant préalablement fait l'objet que d'une seule immatriculation. Cependant, il y aura tromperie dès lors qu'un véhicule, vendu à un garagiste par une société de location, n'avait certes été immatriculé qu'une seule fois, mais avait connu plusieurs conducteurs (Crim., 22 décembre 1986, n° 86-90.366). La notion de « première main » alors utilisée ne peut qu'avoir pour effet de tromper l'acheteur sur le véhicule qu'il achète. Ainsi, pour qu'un véhicule soit de première main, il faut qu'il n'ait connu qu'un seul conducteur.

L'erreur manifeste dans l'affichage du prix : Le principe est que le vendeur doit vendre son produit au prix affiché. Seulement, qu'en est-il si le prix affiché est manifestement erroné ? Le juge apprécie au cas par cas la situation. S'il estime que l'erreur d'affichage est manifeste, il considère que la vente est nulle pour défaut de consentement réel du vendeur. Le juge tient également généralement compte de l'attitude de l'acheteur. Notamment, si celui-ci a fait venir un huissier pour constater le prix affiché et l'éventuel refus de vente du vendeur au prix erroné affiché, le juge constate alors la mauvaise foi de l'acheteur qui ne pouvait donc ignorer que le prix affiché était erroné (CA Angers, 8 janvier 2001, n° RG 1999/01512 : « Par voie d'infirmation du jugement déféré, la vente passée doit alors être considérée comme nulle, que ce soit au regard d'une erreur viciant le consentement du vendeur ou d'une contrepartie dérisoire s'assimilant à une absence de cause ou liée à la vileté du prix »).

4. Les sanctions encourues en cas de non-respect de la réglementation

L'article L. 131-5 du Code de la consommation précise que « Tout manquement aux dispositions de l'article L. 112-1 définissant les modalités d'information sur le prix et

les conditions de vente ainsi qu'aux dispositions des arrêtés pris pour son application est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale. »

Ainsi, le professionnel encourt un risque d'amende de 15 000 euros par manquement à son obligation d'affichage.

Enfin, si la publicité est considérée comme étant trompeuse à l'égard du client, le professionnel encourt des sanctions lourdes : l'amende peut aller jusqu'à 1 500 000 € pour les personnes morales.

5. À retenir

Affichage véhicule neuf	Dénomination de vente
	Prix TTC comprenant les frais de préparation du véhicule
	Consommation de carburant
	Émissions de dioxyde de carbone

Affichage véhicule d'occasion	Dénomination de vente
	Prix TTC
	Mois et année de 1re mise en circulation
	Kilométrage total parcouru ou kilométrage inscrit au compteur non garanti
	N° d'ordre du registre de police

Références

- Décret n° 78-993 du 4 octobre 1978 pris pour l'application de la loi du 1er août sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services en ce qui concerne les véhicules automobiles.
- Décret n° 2002-1508 du 23 décembre 2002 relatif à l'information sur la consommation de carburant et les émissions de dioxyde de carbone des voitures particulières neuves.
- Décret n° 2021-1840 du 28 décembre 2021 relatif aux publicités en faveur des véhicules à moteur.
- Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix.
- Arrêté du 28 juin 2000 relatif à l'information des consommateurs et à la publicité des prix des véhicules automobiles.
- Arrêté du 28 décembre 2021 pris pour l'application de l'article R. 229-105 du Code de l'environnement.
- Circulaire du 19 juillet 1988 portant application des dispositions de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix.
- Article L. 112-1 du Code de la consommation.
- Article R. 321-4 du Code pénal.

Fiche **1.02**

Les obligations d'information précontractuelle du vendeur automobile

1. Principe général

Le premier article du Code de la consommation, l'article L. 111-1, fixe le principe général selon lequel tout professionnel doit informer le consommateur préalablement à l'achat.

Ainsi, avant que le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes :

– les caractéristiques essentielles du bien ou du service, ainsi que celles du service numérique ou du contenu numérique, compte tenu de leur nature et du support de communication utilisé et notamment les fonctionnalités, la compatibilité et l'interopérabilité du bien comportant des éléments numériques, du contenu numérique ou du service numérique, ainsi que l'existence de toute restriction d'installation de logiciel ;

– le prix ou tout autre avantage procuré au lieu ou en complément du paiement d'un prix, en application des articles L. 112-1 à L. 112-4-1 ;

– en l'absence d'exécution immédiate du contrat, la date ou le délai auquel le professionnel s'engage à délivrer le bien ou à exécuter le service ;

– les informations relatives à l'identité du professionnel, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte ;

– l'existence et les modalités de mise en œuvre des garanties légales, notamment la garantie légale de conformité et la garantie légale des vices cachés, et des éventuelles garanties commerciales, ainsi que, le cas échéant, du service après-vente et les informations afférentes aux autres conditions contractuelles ;

– la possibilité de recourir à un médiateur de la consommation dans les conditions prévues au titre I^{er} du livre VI.

L'article L. 111-4 du Code de la consommation complète les obligations du vendeur professionnel en précisant que « le fabricant ou l'importateur de biens meubles informe le vendeur professionnel de la disponibilité ou de la non-disponibilité des pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens concernée et, le cas échéant, de la période pendant laquelle ou de la date jusqu'à laquelle ces pièces sont disponibles sur le marché (…) ».

Cette information est délivrée obligatoirement au consommateur par le vendeur de manière lisible avant la conclusion du contrat et confirmée par écrit lors de l'achat du bien, et plus précisément sur le bon de commande s'il existe (C. consom., art. D.111-5). Dès lors qu'il a indiqué la période ou la date mentionnées au premier alinéa, le fabricant ou l'importateur fournit obligatoirement, dans un délai de quinze jours ouvrables, aux vendeurs professionnels ou aux réparateurs, agréés ou non, qui le demandent les pièces détachées indispensables à l'utilisation des biens vendus.

Et l'article L. 111-5 précise qu'en cas de litige avec le client sur la délivrance d'une de ces informations, il appartient au vendeur professionnel de prouver qu'il a bien exécuté ses obligations.

☞ Important

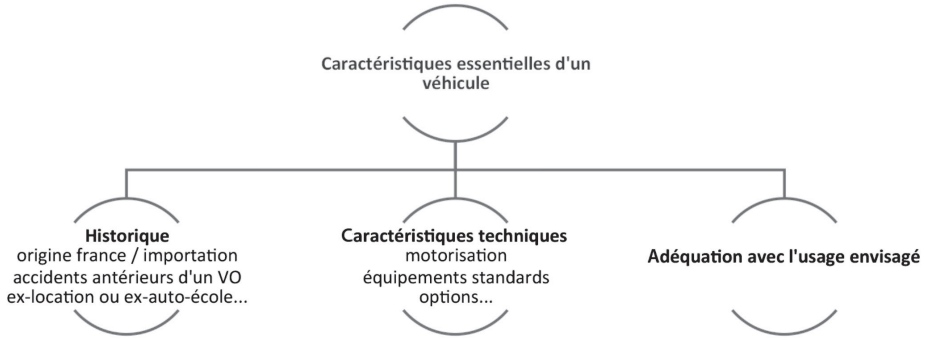
Ces textes visent tous les biens et tous les services. Ils ne sont pas spécialement adaptés au secteur de l'automobile. Il convient donc de se reporter à la jurisprudence pour comprendre la portée exacte de ces différentes obligations d'information précontractuelle.

2. Application de ce principe à la vente automobile

Sans reprendre l'intégralité des items sur lesquels le vendeur professionnel doit informer le client avant que celui-ci ne s'engage à acheter le véhicule, il est utile d'apporter quelques précisions propres au secteur automobile.

2.1 Concernant l'obligation d'information sur les caractéristiques essentielles du véhicule

Il s'agit d'informer le client, avant qu'il ne s'engage à acheter le véhicule, sur l'historique de celui-ci, sur ses caractéristiques techniques et sur son adéquation avec l'usage qu'il envisage d'en faire.



Des précisions s'imposent concernant :

➢ Les accidents antérieurs, un véhicule ayant appartenu à une auto-école…

Il appartient au vendeur de prouver qu'il a informé le client de l'existence d'accidents antérieurs (Civ. 1re, 15 mai 2002, n° 99-21.521 ; CA Reims, 17 juillet 2020, n° 19/02357) ou que le véhicule a précédemment appartenu à une auto-école (CA Besançon, 14 novembre 2000).

➢ La notion d'adéquation du véhicule vendu avec l'usage envisagé

Il existe peu de décisions de justice rendues sur la notion de l'adéquation aux besoins du client en matière automobile. Une décision mérite cependant d'être citée, celle rendue par le TGI de Meaux le 21 mai 2013 :

– une cliente a acheté un véhicule neuf diesel en mai 2008 ;
– un rapport d'expertise de décembre 2010 constate :
  • l'allumage du témoin de filtre à particules,
  • qu'il ne s'agit pas d'un vice caché, mais d'un indicateur selon lequel le filtre à particules ne se régénère pas car la cliente ne roule qu'en ville alors qu'il est nécessaire de rouler régulièrement et pendant 15 minutes à 60 km/h pour permettre la régénération du filtre ;
– le TGI retient que le vendeur ne prouve pas avoir informé la cliente, avant la signature du bon de commande, sur les contraintes d'un véhicules diesel avec filtre à particules puisque la remise de la notice d'explication s'est faite lors de la livraison du véhicule et donc postérieurement à la signature du bon de commande ;
– le TGI conclut à un manquement du vendeur à son obligation d'information, manquement qui a généré une perte de chance pour la cliente de ne pas acquérir un véhicule diesel non adapté à ses besoins.

Pour une décision favorable au vendeur, voir CA Paris, 21 février 2019, n° 16/02942 : les acheteurs, constatant une surconsommation de leur véhicule (10 litres/100 km contre 3,9/100 annoncés par le constructeur), reprochaient au vendeur de s'être abstenu de se renseigner sur leurs besoins et de n'avoir dès lors pas été en mesure de les informer correctement au regard de la complexité et de la nouveauté de la technologie hybride, et de l'adéquation du véhicule hybride proposé à l'utilisation qu'ils projetaient d'en faire et aux qualités qu'ils en attendaient. Ils n'ont été suivis ni par le juge de première instance, ni par le juge d'appel, qui ont considérés que le vendeur n'avait pas failli à ses obligations dès lors qu'il avait bien précisé que leur utilisation habituelle de 7 à 8 km par jour en ville ne permettait pas aux batteries de se recharger à 100 %, et que les normes du constructeur annonçaient une consommation de 3.91/100 km pour une utilisation mixte, dans des conditions d'essais strictes (températures, masse, caractéristiques du banc d'essai à rouleaux, etc..) et avec un profil de roulage très calme, les conditions réelles de circulation pouvant dès lors entraîner des consommations différentes de celles homologuées.

2.2 Concernant l'obligation d'information sur le prix du véhicule

Le prix du véhicule fait nécessairement l'objet d'un affichage s'il s'agit d'un modèle exposé. Pour les autres véhicules, un catalogue constructeur indique les prix conseillés généralement suivis par les concessionnaires et agents de la marque.

Pour les véhicules neufs, le prix annoncé au client devra comprendre les frais de mise à la route, à savoir :

– 5 litres de carburant minimum ;
– fourniture et pose d'un jeu de plaques d'immatriculation d'entrée de gamme.

Toute autre prestation (gravage des vitres, démarche d'immatriculation, triangle de sécurité…) pourra être facturée si elle fait l'objet d'un accord préalable du client (voir Fiche 1.01 « Les obligations d'affichage concernant les véhicules exposés »).

2.3 Concernant l'obligation d'information sur la date de livraison du véhicule

Dès lors que le véhicule ne peut être immédiatement livré au client, le bon de commande doit impérativement faire apparaître la date limite de livraison de celui-ci.

Même en l'absence de réclamation du client, une amende administrative pourra être infligée à l'entreprise en cas d'absence d'indication de la date limite de livraison (15 000 euros) : il s'agit d'une nouvelle sanction imposée par la loi Hamon du 17 mars 2014.

En cas d'absence de date limite de livraison, le client peut dénoncer la vente 30 jours après la signature du bon de commande (loi Hamon de 2014) s'il n'a toujours pas été livré.

Pour toute précision concernant le non-respect du délai de livraison, il convient de se reporter à la fiche 1.12 « Le non-respect du délai de livraison du véhicule commandé ».

Cette obligation concerne aussi bien les véhicules neufs que les véhicules d'occasion, et quel que soit le mode de vente (en concession, à distance ou hors établissement).

2.4 Concernant l'obligation de proposer le recours à un médiateur de la consommation

La loi Hamon du 17 mars 2014 impose au vendeur professionnel de proposer au consommateur, en cas de litige, une médiation. Il s'agit d'un mécanisme de résolution extrajudiciaire des litiges, réalisée par un tiers désigné, le médiateur, afin de résoudre ce conflit à l'amiable et d'éviter une action en justice. Pour que le médiateur intervienne, les conditions suivantes doivent être remplies :

– le consommateur doit pouvoir justifier avoir préalablement tenté de résoudre le litige avec le professionnel (réclamation écrite) ;
– le recours au médiateur doit se faire dans un délai d'un an maximum après l'envoi de la réclamation au professionnel ;

– les conditions générales et site Internet du professionnel doivent préciser le nom, les coordonnées et le site Internet du médiateur.

Il convient de préciser que le recours au médiateur est nécessairement à la charge du professionnel, qu'il s'agit d'une faculté pour le consommateur et non d'une obligation et qu'un tel recours est réservé au consommateur.

Le non-respect de ce dispositif est passible d'une amende administrative de 15 000 euros pour une société.

Pour le secteur automobile, plusieurs médiateurs ont été retenus par les pouvoirs publics (site www.economie.gouv.fr).

Pour de plus amples développements, il convient de se reporter à la fiche 3.12 « La médiation automobile ».

2.5 Concernant l'obligation d'information sur la disponibilité des pièces de rechange

Il est indispensable de s'assurer que les conditions générales de vente indiquent précisément une durée de disponibilité sur le marché des pièces de rechange. En effet, ce sujet semble être au cœur des préoccupations de la DGCCRF puisqu'une enquête diligentée en 2016 a montré un taux d'anomalie de 32 % : près d'un établissement sur trois n'informerait pas correctement le consommateur sur la période de disponibilité des pièces de rechange.

☞ Important

Il appartient au vendeur professionnel de prouver qu'il a bien exécuté son obligation d'information précontractuelle. La précision de la rédaction du bon de commande est donc nécessaire ainsi que la preuve de la remise des conditions générales de vente au client. Il convient donc de conserver un exemplaire original du bon de commande signé, avec les conditions générales de vente datées et paraphées par le client.

Attention : certains logiciels permettant l'édition de bons de commande de véhicules d'occasion n'indiquent pas d'information relative à la durée de disponibilité des pièces de rechange ; il appartient alors à l'entreprise d'ajouter cette information.

3. Les sanctions encourues en cas de non-respect des obligations d'information précontractuelle

La sanction du défaut d'information, ou plus précisément de l'incapacité du vendeur à prouver qu'il a transmis l'information, sera l'indemnisation de l'acquéreur si celui-ci démontre en avoir subi un préjudice, voire la nullité de la vente si la réticence dolosive du vendeur est retenue. Ainsi, pour obtenir la nullité de la vente, le client devra démontrer que le vendeur lui a volontairement caché l'information et que s'il avait obtenu cette information avant de signer le bon de commande, il n'aurait pas acquis le véhicule ou du moins pas au prix auquel il a été vendu.

Pour exemple, dans une décision rendue le 17 juin 2010, la Cour de cassation a pu constater que : « le véhicule avait été réparé convenablement aux dires de l'expert, qu'il avait été l'objet d'un contrôle technique n'ayant révélé aucune anomalie et que l'expert n'avait pas relevé que le prix de vente ait été excessif pour un véhicule accidenté » ; la Cour a alors considéré que « les juges du fond ont souverainement retenu que même si l'acquéreur avait été informé de l'accident survenu en 1999, il l'aurait tout de même acheté ». La demande en nullité de la vente a donc été rejetée (Civ. 1re, 17 juin 2010, pourvoi n° 09-15843).

Les services de la Direction Générale de la Concurrence, Consommation et Répression des Fraudes (DGCCRF) assurent le contrôle du respect des obligations listées dans la présente fiche.

Tout manquement aux obligations d'information précontractuelle est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale (C. consom., art. L. 131-1 et s.).

4. Enquête de la DGCCRF

La DGCCRF avait diligenté une enquête en 2015 auprès de 1 471 établissements spécialisés dans le commerce de véhicules automobiles d'occasion. Le taux d'établissements en anomalie s'élevait alors à plus de 47 % ! Les manquements constatés ont donné lieu à 860 avertissements, 192 procès-verbaux pénaux, 114 dossiers contentieux, 55 injonctions, 33 procès-verbaux d'amendes administratives et 25 mesures de police administrative.

La DGCCRF a mené plus récemment une nouvelle enquête sectorielle sur les années 2021-2022 sur les ventes de voitures et deux-roues motorisés neufs ou d'occasion. Cette enquête confirme à nouveau un taux d'anomalies relativement élevé, estimé à environ 33 %. Le communiqué de presse de la DGCCRF du 13 février 2023 (disponible en annexe) souligne que « Les manquements les plus importants qui ont pu être constatés sont les suivants :

– l'information du consommateur sur les frais annexes (facultatifs) à l'achat du véhicule (contrôles en client mystère qui permettent d'entendre le discours du commercial)
– l'information du consommateur sur les caractéristiques du véhicule (véhicules accidentés, km réduit…)
– La maitrise des règles encadrant le financement de l'achat du véhicule ».

La DGCCRF estime que le taux d'anomalie élevé et la persistance de certains manquements justifient qu'elle poursuive ses contrôles dans ce secteur d'activité.

Références

– Articles L. 111-1 et suivants du Code de la consommation.
– Articles L. 131-1 et suivants du Code de la consommation.

Guide pratique

2e édition

Vente et après-vente automobile

Nathalie Giroudet-Demay
Avocat au Barreau de Paris depuis 2008. Titulaire d'un DESS droit de la distribution (contrats, concurrence et consommation). Formateur auprès du Groupement National pour la Formation Automobile (GNFA). Intervenante à l'ESSCA (Manager de la Distribution et des Services Automobiles). Ancien Directeur juridique du Conseil National des Professions de l'Automobile (CNPA).
N° DA 11756676175

Philippe Ravayrol
Avocat au Barreau de Paris depuis 1996.
Titulaire d'un DESS Assurances. Diplômé de l'Institut des Assurances de Paris. Formateur auprès de l'Institut de Formation Associée à l'Automobile (IFOR2A). Chargé d'enseignement au sein du Master 2 Assurances (Paris 2 Panthéon-Assas).

Retrouvez le Cabinet Ravayrol & Giroudet à l'adresse suivante : https://www.ravayrolgiroudet.com/

sur Instagram :

et sur Facebook :

Rendre le droit accessible aux opérationnels des entreprises de l'automobile, telle est l'ambition de ce Guide pratique de la vente et de l'après-vente automobile, conçu à partir de leur pratique professionnelle par Nathalie Giroudet-Demay et Philippe Ravayrol, avocats associés au Cabinet Ravayrol & Giroudet, spécialisé dans l'accompagnement des entreprises de l'automobile en conseil comme en contentieux.

Rédigé sous forme de fiches thématiques, ce guide fait le point de façon pragmatique et illustrée sur les problématiques telles que les délais de rétractation, les vices cachés, l'obligation de résultat ou encore les devoirs d'information et de conseil du professionnel… Chaque fiche expose de façon synthétique une règle de droit en mettant en exergue les difficultés concrètes rencontrées sur le terrain par les professionnels de l'automobile.

Agrémenté de conseils pratiques et de modèles types, ce guide facilitera la gestion de vos litiges et vous préparera efficacement aux contrôles de la DGCCRF !

Utile et pédagogique, cet ouvrage a vocation à être utilisé au quotidien par tout professionnel de la vente et de l'après-vente automobile pour une parfaite mise en conformité avec la réglementation.

ISBN 978-2-35474-518-9

Photos auteurs Studio Falour. Photos première de couverture Fotolia.