

**Rapport du Conseil national de la consommation  
sur le dépannage à domicile  
NOR : ECOC9910107X**

SOMMAIRE

**1. La réglementation applicable**

1.1. *L'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager*

1.2. *Les autres dispositions applicables*

**2. La problématique du secteur du dépannage à domicile : types de litiges et de pratiques déloyales recensés**

**3. Les solutions envisagées par le groupe de travail**

3.1. *Renforcer la possibilité de reconnaissance des prestataires qualifiés* 3.1.1. Mieux employer les différents signes de qualité.

3.1.1.1. Développer les différents signes de qualité dans ce secteur, et plus spécialement la certification des services.

3.1.1.1.1. Ne pas négliger les contrats pour l'amélioration de la qualité dits contrats « Approuvé ».

3.1.1.1.2. Recourir plus largement à la certification de services.

Cette procédure - distincte de la certification d'entreprise - est définie par la loi du 3 juin 1994 et le décret du 30 mars 1995, intégrés respectivement aux articles L. 115-27 et suivants et R. 115-1 et suivants du code de la consommation.

3.1.1.1.3. Faire connaître la compétence et la qualification des entreprises.

3.1.1.2. Renforcer la communication sur les signes de qualité existants.

3.1.2. Valoriser la qualification professionnelle du personnel.

3.1.3. Obtenir le concours actif de France Télécom et des autres opérateurs de télécommunications.

3.1.3.1. Renforcer le contrôle des informations figurant dans les annuaires pages jaunes et annuaires électroniques.

3.1.3.2. Et dans les annuaires des autres opérateurs de télécommunications.

3.1.3.3. Pour envisager une inscription tournante dans l'annuaire électronique.

3.1.3.4. Pour une éventuelle indication obligatoire du transfert d'appel dans certains cas.

3.1.4. Mieux utiliser les registres d'identification des entreprises constitués auprès des organismes consulaires.

3.1.4.1. Interdire les publicités pour des sociétés dont la constitution n'est pas achevée (RCS ou RM en cours).

3.1.4.2. S'assurer de la réalité de l'activité de l'entreprise ou au contraire veiller à la radiation de celle-ci et la cessation d'activité des radiées.

3.1.4.3. Radier l'entreprise de dépannage à domicile si, à la suite de l'envoi par deux fois d'un questionnaire, ladite entreprise n'a pas répondu en confirmant son activité.

3.1.4.4. Relever le niveau des sanctions encourues par une entreprise en cas de publicité ne mentionnant pas l'immatriculation au RM ou RCS et son numéro unique d'identification.

3.1.5. Centraliser des services d'assistance.

3.1.5.1. Mettre en place une ligne téléphonique d'accueil permanent.

3.1.5.2. Promouvoir des plates-formes d'intervention (regroupement des différents métiers).

3.1.6. Régler plus efficacement les litiges.

3.1.6.1. Centraliser les plaintes des consommateurs au niveau départemental.

3.1.6.2. Institutionnaliser une concertation professionnels-consommateurs-France Télécom.

3.1.6.3. Identifier auprès de France Télécom un interlocuteur spécifique dans ses services sur les problèmes du dépannage à domicile pour chaque département.

3.1.6.4. Mettre en place une procédure de médiation.

3.2. *Améliorer la réglementation et son application*

3.2.1. Améliorer la réglementation de l'activité de dépannage à domicile.

3.2.1.1. Soumettre la création d'une telle entreprise à un agrément préfectoral.

3.2.1.2. Lutter contre l'utilisation abusive des marques.

3.2.1.3. Ne pas distinguer le secteur de l'électroménager.

- 3.2.2. Modifier l'arrêté du 2 mars 1990 pour en faciliter l'application.
  - 3.2.2.1. Etendre le champ d'application de l'arrêté à des activités aujourd'hui non concernées.
    - 3.2.2.2. Redéfinir les obligations d'information du consommateur.
    - 3.2.2.3. Mieux informer sur l'adresse commerciale principale et les établissements secondaires.
    - 3.2.2.4. Faire évoluer les modalités de remise des pièces détachées.
  - 3.2.3. Rechercher une meilleure application de la réglementation.
    - 3.2.3.1. Sensibiliser les directions du travail et de l'emploi à la nécessité de contrôler plus strictement le travail non déclaré.
    - 3.2.3.2. Veiller au respect effectif des obligations de qualification.
    - 3.2.3.3. Créer un outil juridique permettant de sanctionner les entreprises ayant recours aux hommes de paille et/ou à la domiciliation fictive afin de pouvoir remonter jusqu'aux dirigeants responsables.
    - 3.2.3.4. Renforcer l'outil juridique sanctionnant les pratiques abusives et veiller à sa mise en œuvre rapide.
    - 3.2.3.5. Appliquer plus largement le délit d'abus de faiblesse notamment en matière de dépannage à domicile.
    - 3.2.3.6. Sensibiliser les parquets aux litiges relatifs au dépannage à domicile de manière que les sanctions soient plus dissuasives.

### ***Rapport du Conseil national de la consommation sur le dépannage à domicile***

*Rapporteurs : Mme Juliot (UFCS), pour le collège des consommateurs et usagers ; M. Frybourg (CGPME), pour le collège des professionnels.*

Rappel du mandat (approuvé par le bureau du CNC dans sa séance du 8 avril 1997).

« Dans les grandes villes, le dépannage rapide multiservices s'est développé depuis 1965. A l'heure actuelle, il existerait 300 entreprises employant 6 000 personnes. Ces entreprises sont essentiellement tournées vers une clientèle de particuliers et interviennent dans les secteurs suivants : chauffage, électroménager, télévision, hi-fi, vidéo, plomberie, serrurerie, vitrerie, menuiserie...

« L'intérêt de ce type de prestation de services est de répondre à la demande des clients dans des délais courts et pour faire face, le cas échéant, à des situations d'urgence (ouverture de porte, dépannage de chauffage, travaux de plomberie indispensables...). La capacité d'intervention « 24 heures sur 24 » et « 7 jours sur 7 » est, à ce titre, souvent revendiquée par les opérateurs.

« Or l'activité d'entreprises de dépannage rapide à domicile donne lieu à de nombreuses plaintes émanant de consommateurs lésés. Les anomalies portent sur le non-respect de l'arrêté du 2 mars 1990 (établissement d'un devis détaillé, remise d'une facture conforme, publicité des prix), la publicité mensongère (notamment à travers l'annonce de tarifs horaires très attractifs ou de déplacement gratuit)...

« Ces comportements portent préjudice aux prestataires honnêtes qui se trouvent victimes d'une concurrence déloyale et voient la crédibilité de l'ensemble de la profession mise en cause. C'est pourquoi le bureau du CNC a demandé que le CNC soit saisi de cette question.

« Le groupe de travail du CNC procédera à un recensement des types de litiges ainsi que des pratiques déloyales existant dans le secteur sur la base des renseignements détenus par les associations de consommateurs, les organisations professionnelles et l'administration.

« Il recherchera les moyens qui pourraient être mis en œuvre pour améliorer la situation, notamment :

« la possibilité pour le consommateur de reconnaître les prestataires qualifiés afin de pouvoir faire jouer la concurrence dans les meilleures conditions possibles ;

« les mesures qui pourraient être prises pour améliorer la réglementation et son application, afin de favoriser la cessation des pratiques abusives, la sanction rapide des infractions constatées et la réparation des préjudices subis.

« Le groupe fera toutes propositions utiles aux pouvoirs publics et aux professionnels eux-mêmes pour l'amélioration de ce type d'activités. »

## **1. La réglementation applicable**

### *1.1. L'arrêté du 2 mars 1990 relatif à la publicité des prix des prestations de dépannage, de réparation et d'entretien dans le secteur du bâtiment et de l'électroménager*

L'activité des professionnels du dépannage à domicile est régie par les dispositions de l'arrêté précité aux termes duquel les entreprises sont tenues d'informer, préalablement à tous travaux, le consommateur sur le prix des prestations (pièces, main-d'œuvre, déplacement, prix des différentes prestations forfaitaires proposées, caractère payant ou gratuit du devis...), d'établir un ordre de réparation et un devis détaillé pour toute réparation d'un montant estimé comme étant supérieur à 1 000 F (TTC) et l'établissement d'une note ou d'une facture détaillée pour un montant supérieur ou égal à 100 F (TVA comprise).

En outre (article 4 de l'arrêté) toute publicité permettant une commande à distance (publicité par voie d'imprimés comportant l'indication d'un numéro de téléphone) doit mentionner le nom, la raison sociale et l'adresse de l'entreprise, le numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, les frais de déplacement, le taux horaire de main-d'œuvre, le caractère payant ou non du devis.

### 1.2. Les autres dispositions applicables

Outre les dispositions évoquées ci-dessus, les professionnels du dépannage à domicile sont soumis aux obligations relevant du code de la consommation, et notamment aux règles du démarchage à domicile visées aux articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation ainsi qu'à celles de la publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur visées aux articles L. 121-1 et suivants du même code.

Les professionnels doivent également mentionner leur numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (mention RCS suivie du nom de la ville où se trouve le greffe où l'entreprise est immatriculée) et le numéro unique d'identification sur toutes les publicités, bons de commande, factures, tarifs, en application de l'article 72 du décret n° 84-406 du 30 mai 1984 relatif au registre du commerce et des sociétés, modifié par celui du 16 mai 1997 et par celui du 2 juillet 1998.

## 2. La problématique du secteur du dépannage à domicile : types de litiges et de pratiques déloyales recensés

Selon l'enquête de la DGCCRF, réalisée en 1996 en vue des travaux du CNC, ses services déconcentrés ont été saisis de 890 réclamations dans le secteur du dépannage, dont 440 pour la région Ile-de-France. L'ensemble de ces réclamations a donné lieu à l'établissement de 107 procès-verbaux et 128 avertissements ou rappels à la réglementation. Ils ont été généralement établis à l'encontre de professionnels qui ne respectaient pas les dispositions relatives au démarchage à domicile ou les règles de facturations ou d'établissements de devis.

Les réclamations ont porté sur des prix considérés comme abusivement élevés, des travaux mal effectués ou non terminés, un manque de compétence du professionnel. Ces litiges relèvent des juridictions de l'ordre civil. Les infractions constatées ont porté sur les conditions du démarchage à domicile, la facturation, des devis peu détaillés ou inexistantes pour des travaux d'un montant supérieur à 1 000 F.

Sur Paris et la région parisienne, la quasi-totalité des réclamations reçues portent sur des litiges avec des entreprises de dépannage rapide dont les méthodes de démarchage tendent à induire en erreur le consommateur, que ce soit sur la localisation exacte de l'entreprise, sur les prix ou la qualité des prestations.

Concernant la localisation de ces entreprises, elles apparaissent dans les annuaires téléphoniques sous différents noms, à de multiples adresses et les numéros de téléphone communiqués sont en fait renvoyés sur un seul bureau centralisant les demandes, induisant ainsi en erreur le consommateur sur leurs implantations géographiques réelles.

Elles utilisent, à leur profit, les règles du classement alphabétique des annuaires pour apparaître le plus souvent possible et au début des listes des professionnels. Ainsi, elles choisissent des raisons sociales commençant par les premières lettres de l'alphabet et élisent domicile aux premiers numéros de rues dont les noms débutent également par les premières lettres de l'alphabet.

Concernant le prix des prestations, ces entreprises attirent les clients en affichant des taux de main-d'œuvre attractifs ou la promesse de déplacements gratuits, mais facturent les pièces échangées à des prix anormalement élevés.

Elles ont parfois également recours à la formule du forfait sans préciser les éléments de la prestation correspondante, trompant ainsi le consommateur sur son prix réel.

Les organisations de consommateurs ont fait un constat similaire à partir des dossiers traités au cours de leurs permanences. Les litiges concernent souvent des personnes fragilisées victimes de pratiques peu scrupuleuses (ex. : changement d'équipements présentés comme étant hors d'usage...).

Tant l'enquête de la DGCCRF que les observations émises par les organisations de consommateurs font ressortir un mécontentement important des consommateurs face aux prestataires de services relevant du secteur du dépannage à domicile, et principalement du dépannage rapide. Cela est préjudiciable à l'image des professionnels honnêtes concernés.

C'est pourquoi le groupe de travail s'est attaché à rechercher des solutions de nature à restaurer la confiance des consommateurs et à assainir la situation, notamment en région parisienne.

## 3. Les solutions envisagées par le groupe de travail

Celles-ci visent à :

renforcer la possibilité pour les consommateurs de reconnaître les prestataires qualifiés afin que leurs attentes

légitimes soient satisfaites et de pouvoir faire jouer la concurrence dans les meilleures conditions possibles et avec des procédures adaptées de règlement des litiges ;

améliorer la réglementation et son application afin de faire cesser les pratiques abusives, de sanctionner rapidement les infractions constatées et à assurer la réparation des préjudices subis.

### 3.1. Renforcer la possibilité de reconnaissance des prestataires qualifiés

3.1.1. Mieux employer les différents signes de qualité.

3.1.1.1. Développer les différents signes de qualité dans ce secteur et plus spécialement la certification des services.

3.1.1.1.1. Ne pas négliger les contrats pour l'amélioration de la qualité dits contrats « Approuvés ».

Certains représentants des consommateurs ne sont pas favorables à la création de nouveaux contrats.

Toutefois, ils soulignent que les contrats existants peuvent utilement servir de base de travail à la certification, plus précisément pour l'élaboration d'un référentiel.

Les représentants des professionnels, quant à eux, souhaitent le maintien d'un tel dispositif qui a fait la preuve de son utilité et de son efficacité. Ils considèrent en effet que « les prestataires de services bénéficiaires d'un contrat "Approuvé" ne peuvent pas être des entreprises dont les consommateurs auraient à se plaindre et, en l'absence d'une certification, mieux vaut un contrat approuvé que toute absence de repère ». Au surplus, c'est souvent une première étape vers la certification des services.

3.1.1.1.2. Recourir plus largement à la certification de services.

Cette procédure - distincte de la certification d'entreprise - est définie par la loi du 3 juin 1994 et le décret du 30 mars 1995, intégrés respectivement aux articles L. 115-27 et suivants et R. 115-1 et suivants du code de la consommation.

Sous réserve d'une adaptation des coûts et des procédures aux spécificités des entreprises de dépannage à domicile généralement de dimension très modeste, le groupe de travail est, dans son ensemble, favorable à la certification des services dans la mesure où elle permet d'identifier les entreprises qui répondent le mieux aux attentes des consommateurs quant à la qualité des services tout en assainissant le marché.

A cette fin, les professionnels appellent les pouvoirs publics à mettre en place un soutien financier aux entreprises candidates à la certification de services en abondant les fonds publics concernés et en permettant aux entreprises de services d'être éligibles au Fonds régional d'aide au conseil (FRAC) accessible jusqu'à présent aux seules PMI.

Certaines organisations de consommateurs, conscientes du coût engendré pour les entreprises, préconisent que les organismes consulaires (chambre des métiers et chambre du commerce et de l'industrie) puissent apporter une aide en ce sens à leurs membres. Conformément à l'avis du CNC sur la certification de services, les organisations de consommateurs appellent l'attention des pouvoirs publics sur la nécessité d'assurer leur participation au processus de certification.

3.1.1.1.3. Faire connaître la compétence et la qualification des entreprises.

En outre, les professionnels, dont les artisans en général et la profession du bâtiment en particulier, considèrent qu'il ne faut pas négliger l'utilisation d'autres signes distinctifs de qualification ou de reconnaissance tels que :

l'appellation « Professionnel gaz naturel », qui est attribuée par les organisations professionnelles signataires de la convention nationale PGN à tout installateur ayant une compétence reconnue dans le domaine technique, notamment au regard de la connaissance de la réglementation et des règles de l'art, en vue d'assurer la qualité des installations de matériels et de systèmes utilisant le gaz naturel ;

l'appellation « Professionnel gaz propane », qui est décernée par les organisations professionnelles signataires de la convention nationale PGP à tout installateur ayant une compétence reconnue dans le domaine technique, notamment au regard de la connaissance de la réglementation et des règles de l'art, en vue d'assurer la qualité des installations de matériels et de systèmes utilisant le propane ;

les certificats délivrés par QUALIBAT, organisme de qualification et de certification des entreprises de bâtiment qui regroupe les principales organisations professionnelles de ce secteur (Fédération française du bâtiment [FFB], Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment [CAPEB],...), les architectes, les maîtres d'ouvrage privés, différents organismes techniques et les administrations. Ils attestent officiellement des qualifications obtenues par l'entreprise, mais aussi de son niveau de certification ;

les qualifications attribuées par QUALIFELEC, qui attestent le niveau de capacités techniques des entreprises de l'équipement électrique. QUALIFELEC est une association technique et professionnelle regroupant les organisations professionnelles de l'équipement électrique (FEDELEC, FNEE, UNA 3E-CAPEB, etc.), des donneurs d'ordres et des prescripteurs (EDF, SNCF, ordre des architectes, etc.), des organismes techniques (UTE, CONSUEL, APSAD...) et des représentants des ministères concernés.

le CIP (certificat d'identité professionnelle) est délivré par la CAPEB aux entreprises artisanales adhérant ou non à sa structure, mais qui satisfont à certaines conditions.

Le CIP est donc obtenu sur présentation des attestations fiscales et sociales pour lesquelles le chef d'entreprise et ses salariés sont à jour. Il produit également l'attestation d'assurance construction décennale pour l'année en cours.

Le dossier de demande de CIP présente l'entreprise, des références de chantiers, les stages de formation et les formations continues suivis par le chef d'entreprise et les salariés. Il s'agit pour le client d'une « carte d'identité » de l'entreprise ;

la qualification QUALISAV est attribuée aux entreprises de maintenance et de service après vente en chauffage gaz et fioul par une commission nationale mixte (SYNASASAV, constructeurs, fournisseurs d'énergie et pouvoirs publics) aux entreprises pouvant justifier que 100 % du personnel technique intervenant possède une formation initiale (éducation nationale, AFPA...) ou a réussi le passage de test de contrôle de connaissance et obtenu son « passeport ».

### 3.1.1.2. Renforcer la communication sur les signes de qualité existants.

En effet, professionnels et consommateurs s'accordent pour reconnaître que l'information et la communication sur les signes de la qualité sont globalement insuffisantes. Ils rappellent l'avis rendu par le Conseil national de la consommation sur les signes de qualité (avis du 19 mars 1996 publié au *BOCCRF* du 12 juillet 1997) aux termes duquel le CNC recommandait aux pouvoirs publics de soutenir des actions d'information et de formation réalisées par les organisations de consommateurs et des actions de communication aux côtés des professionnels sur les signes de la qualité.

Concernant plus particulièrement la certification des services, les organisations de consommateurs suggèrent qu'une communication de type générique soit effectuée et qu'une information soit faite en direction des consommateurs sur l'existence des référentiels.

A ce propos, les professionnels et les consommateurs rappellent que les organismes certificateurs et les prestataires certifiés accomplissent déjà des actions importantes de communication. Les deux collègues souhaitent néanmoins que la certification des services fasse l'objet :

d'un soutien actif des professionnels et des consommateurs mais aussi des pouvoirs publics ;

d'une communication beaucoup plus importante, à laquelle les organisations souhaitent pouvoir être associées.

En outre, les consommateurs font valoir que ces actions viseraient notamment à recenser les premières démarches à effectuer en cas de panne et à identifier les critères du choix des professionnels.

En toute hypothèse, le groupe de travail rappelle la nécessité de lutter contre les indications abusives relatives à la qualité pouvant induire les consommateurs en erreur. Il s'agit notamment de l'utilisation abusive de termes tels qu'« Agréé », de graphismes représentant des lauriers...

### 3.1.2. Valoriser la qualification professionnelle du personnel.

#### a) La formation initiale.

Le groupe de travail reconnaît que le dispositif de qualification professionnelle mis en œuvre par l'article 16 de la loi n° 98-603 du 5 juillet 1996 dite loi Raffarin et par le décret d'application n° 98-246 du 2 avril 1998 est une avancée significative mais encore insuffisante. Ces textes prévoient que les personnes qui exercent l'une des activités concernées soit à titre individuel, soit comme personnel d'encadrement, doivent être titulaires d'un CAP ou d'un brevet, diplômes ou titres homologués de niveau égal ou supérieur délivré pour l'exercice de l'une des activités prévues dans la liste annexée au décret. A défaut, elles doivent justifier d'une expérience professionnelle de trois années effectives en qualité de travailleur indépendant ou de salarié.

Le groupe de travail constate que la loi vise expressément les activités de dépannage à domicile dès lors qu'elle s'applique à la construction, l'entretien et la réparation des bâtiments ; la mise en place, l'entretien et la réparation des réseaux et des équipements utilisant les fluides, ainsi que des matériels et équipements destinés à l'alimentation en gaz, au chauffage des immeubles et aux installations électriques et au ramonage. De même, le décret précise que la réglementation est applicable aux métiers de gros œuvre, de second œuvre et de finition du bâtiment, aux métiers de plombier, chauffagiste, électricien, climaticien et installateur de réseaux d'eau, de gaz ou d'électricité et aux ramoneurs.

Un tel dispositif n'est pas applicable aux personnes exerçant effectivement l'activité concernée à la date de publication de la loi, en qualité de salariés ou pour leur propre compte. Elles sont réputées disposer des qualifications requises.

Toutefois, les professionnels comme les consommateurs considèrent que ce dispositif est insuffisant.

Ils estiment, en effet, que l'exigence d'une expérience de trois ans à défaut de titres n'est pas suffisante, notamment pour les activités mettant en danger la sécurité des personnes et des biens (installations électriques et gazières) pour lesquelles une qualification de niveau IV (type brevet professionnel) pourrait être exigée.

Les organisations de consommateurs souhaiteraient, en outre, distinguer selon qu'il s'agit de la formation des

responsables et de la formation des employés :

- pour les responsables, elles souhaiteraient aller au-delà de la loi Raffarin en demandant une expérience professionnelle plus longue ou une formation correspondant au niveau IV (brevet professionnel [BP] ou bac professionnel ou brevet de technicien des métiers...) de l'éducation nationale. Pour les entreprises ayant plusieurs établissements secondaires, le responsable de chacune de ces entités doit avoir la même qualification ;
- pour les employés débutants, ils doivent avoir une formation diplômante de niveau V (certificat d'aptitude professionnelle [CAP] ou brevet d'études professionnelles [BEP]).

Afin de disposer en nombre suffisant de professionnels qualifiés à ces niveaux, la nécessité d'adapter les circuits de formation a été reconnue et devrait constituer un préalable au relèvement des exigences de qualification minimale.

b) La formation continue.

Les deux collèges sont favorables au développement de la formation continue, ne serait-ce qu'en raison de l'incessant progrès technique. Toutefois, les deux collèges estiment que la formation continue doit être assurée à titre principal par les professionnels du dépannage et non par les fabricants de matériels, ces derniers conservant la possibilité de fournir aux professionnels les informations techniques appropriées ou de mettre en œuvre des formations complémentaires.

3.1.3. Obtenir le concours actif de France Télécom et des autres opérateurs de télécommunications.

En raison des difficultés constatées concernant l'inscription des entreprises tant sur l'annuaire électronique que sur les pages jaunes et le transfert d'appel, le groupe de travail a envisagé les améliorations qui pourraient être apportées en ce domaine.

3.1.3.1. Renforcer le contrôle des informations figurant dans les annuaires pages jaunes et annuaires électroniques.

Comme il a été indiqué ci-dessus, l'un des problèmes principaux relevés dans le secteur du dépannage à domicile est l'utilisation par certains professionnels des règles du classement alphabétique des annuaires pour apparaître le plus souvent possible et en début des listes des professionnels. Ainsi, ils choisissent des raisons sociales commençant par les premières lettres de l'alphabet et utiliseront des adresses aux premiers numéros des noms de rues commençant par ces lettres.

Au cours des travaux, le groupe a pu débattre de cette question avec un représentant de France Télécom. Celui-ci a présenté les nouvelles règles de parution dans les annuaires en vue de limiter les utilisations abusives de ceux-ci. Selon France Télécom, elles visent « à renforcer son contrôle *a priori* sur les dénominations et à lui donner les moyens contractuels de contrôler *a posteriori*, voire de suspendre les parutions litigieuses sans attendre de décision judiciaire, à la demande des organisations de consommateurs et des syndicats professionnels » (cf. arrêt de la cour d'appel de Paris en date du 15 mai 1998 qui reconnaît la responsabilité du régisseur de publicité - jugement définitif).

Ainsi, l'utilisation de la dénomination par une seule lettre (A) ou deux lettres (A et B) sera interdite. Toute parution ne respectant pas cette clause sera suspendue.

Le groupe de travail a pris acte que les nouvelles règles sont en vigueur dans les agences commerciales de France Télécom depuis mai 1998 pour les demandes d'inscription des nouveaux abonnés professionnels. Quant aux parutions existantes, France Télécom a annoncé de nouvelles règles applicables aux clients lors de l'entrée en vigueur des nouvelles conditions générales du contrat d'abonnement téléphonique au début de 1999 (cf. annexe règles de parution des professionnels).

Afin de permettre à France Télécom d'exercer un contrôle, les consommateurs préconisent que les agences interrogent les administrations concernées, voire les chambres de métiers ou de commerce et d'industrie lorsqu'elles ont des interrogations sur des clients demandant le raccordement au réseau.

Les organisations de consommateurs ont rappelé leur attachement à ce que les services de France Télécom exercent une vigilance particulière pour lutter contre les faux symboles de qualité ou contre les mentions de marques alors que les dépanneurs ne sont pas agréés par les titulaires de celles-ci. France Télécom s'est engagé à accentuer ses contrôles sur les parutions avec une marque de produits, ces contrôles se faisant sur saisine du titulaire de la marque.

Le collège professionnel prend acte des améliorations non négligeables apportées par France Télécom dans la rédaction des nouvelles règles contractuelles de parution dans les rubriques professionnelles des annuaires téléphoniques visant à limiter les utilisations abusives par certains de ses abonnés, sans pour autant mettre en péril le principe de la liberté d'entreprendre.

3.1.3.2. Et dans les annuaires des autres opérateurs de télécommunications.

Les deux collèges s'accordent pour dire que les autres opérateurs de télécommunication devront respecter les mêmes règles de comportement et d'inscription que France Télécom s'est engagé à suivre. L'ART ou une autre instance appropriée devrait pouvoir veiller à ce qu'il en soit ainsi.

3.1.3.3. Pour envisager une inscription tournante dans l'annuaire électronique.

France Télécom a informé le groupe de travail de la réalisation d'un dispositif d'apparition à l'écran à partir d'une lettre alphabétique choisie par l'ordinateur, de manière à faire apparaître le lettre de façon aléatoire. La mise en œuvre est prévue pour le premier trimestre 1999.

Les deux collèges sont favorables à un tel système. Même s'il n'est pas en lui-même de nature à contribuer à la disparition des difficultés constatées dans le secteur du dépannage à domicile, il peut y contribuer en étant associé à d'autres mesures.

3.1.3.4. Pour une éventuelle indication obligatoire du transfert d'appel dans certains cas.

Les consommateurs sont favorables à l'indication du transfert d'appel dans les cas autres que les transferts de l'entreprise appelée vers ses techniciens. Ce transfert peut en effet avoir une implication sur le coût de déplacement du dépanneur.

Les professionnels ne sont pas, quant à eux, favorables à l'indication du transfert d'appel. Les entreprises, avec les moyens modernes dont elles disposent, concentrent les appels vers un même site, notamment dans le cas du dépannage à domicile 24 heures sur 24 et sept jours sur sept. Il n'y a pas lieu de dissuader le client de téléphoner dès lors que le dépanneur ne se trouve pas dans la ville du lieu de dépannage.

3.1.4. Mieux utiliser les registres d'identification des entreprises constitués auprès des organismes consulaires.

Le groupe de travail a également examiné les solutions à apporter aux problèmes créés par les entreprises dont la constitution n'est pas achevée ou dont l'activité est fictive.

3.1.4.1. Interdire les publicités pour des sociétés dont la constitution n'est pas achevée (RCS ou RM en cours).

Les consommateurs sont dans leur ensemble favorables à une mesure, mesure qui devrait être valable pour tous les secteurs d'activité.

Les représentants des professionnels estiment que, sans aller jusqu'à interdire purement et simplement toute forme de communication pour les entreprises qui sont en cours d'immatriculation au RCS ou au RM, il serait souhaitable de mettre fin à des abus et des tromperies en réglementant l'usage de la pratique « immatriculation en cours ».

Compte tenu du raccourcissement des délais d'immatriculation résultant des modifications intervenues en juillet 1998 pour les entreprises inscrites au RCS, consommateurs et professionnels estiment que des dispositions analogues devraient être prises pour les inscriptions au répertoire des métiers et les procédures gérées par les centres de formalités des entreprises, et prennent acte que les immatriculations provisoires n'offrent pas de garantie satisfaisante et, de plus, pourraient rendre les contrôles plus complexes, sans avantage évident.

3.1.4.2. S'assurer de la réalité de l'activité de l'entreprise, ou au contraire veiller à la radiation de celle-ci et à la cessation d'activité des radiées.

Le décret n° 98-550 du 2 juillet 1998 apporte une modification de l'article 40 du décret n° 84-406 du 30 mai 1984 relatif au registre du commerce et des sociétés. Cet article prévoit que le greffier informé de la cessation d'activité d'une entreprise à l'adresse déclarée rappelle à celle-ci par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ses obligations déclaratives. En cas de retour de la lettre, le greffier porte la mention « cessation d'activité » sur le registre. L'article 44-2 du même décret stipule que le greffier au regard de l'article 40 radie d'office la personne qui n'a pas régularisé sa situation à l'expiration d'un délai de trois mois à compter de l'inscription sur le registre de la cessation d'activité.

Pour les personnes morales, les délais et les procédures sont différents.

La déclaration de cessation d'activité d'une entreprise peut être effectuée par toute personne intéressée.

Les deux collèges préconisent que les constats d'activité ou de cessation d'activité soient faits par les agents de la DGCCRF sur leur initiative, ou à la demande d'une organisation de consommateurs ou d'un syndicat professionnel ou d'une entreprise de la même profession s'estimant victime de concurrence déloyale.

Les deux collèges souhaitent que les mesures de contrôle existantes soient réellement appliquées par le greffe et le juge commis à la surveillance du RCS.

3.1.4.3. Radier l'entreprise de dépannage à domicile si, à la suite de l'envoi par deux fois d'un questionnaire, ladite entreprise n'a pas répondu en confirmant son activité.

Les consommateurs sont favorables à une telle mesure.

Selon les professionnels, cette possibilité est difficilement applicable dans la mesure où toutes les entreprises n'exercent pas à titre principal l'activité de dépannage à domicile. En effet, un grand nombre d'entreprises, notamment artisanales, accèdent souvent au marché du dépannage à domicile en complément de leur activité principale d'installation ou de réalisation de travaux. Dans ce contexte, le défaut de réponse par une entreprise à un questionnaire officiel sur son activité doit, dans un premier temps, être considéré comme un indice de cessation d'activité. Dans un second temps, cette dernière devra effectivement être constatée selon les procédures réglementaires afin que la radiation devienne définitive.

3.1.4.4. Relever le niveau des sanctions encourues par une entreprise en cas de publicité ne mentionnant pas l'immatriculation au RM ou au RCS et son numéro unique d'identification.

Comme déjà indiqué ci-dessus, toute entreprise effectuant une prospection doit indiquer sur toute publicité, sur tous ses documents commerciaux son numéro unique d'identification et son numéro de RCS ou RM. La violation de cette obligation est sanctionnée par une amende prévue pour les contraventions de la 4<sup>e</sup> classe, soit 5 000 F au plus (art. 131-13 du nouveau code pénal).

Les représentants des consommateurs et des professionnels bien que favorables à un relèvement du niveau des sanctions estiment qu'il serait préférable de faire réellement application de ces dispositions et de multiplier les constatations d'infraction.

Ils demandent donc que les agents de la DGCCRF soient habilités à constater une telle infraction dès lors que les publicités émises sont à destination des consommateurs. Ils prennent acte des dispositions de l'arrêté du 9 février 1988, tel que modifié par l'arrêté du 2 juillet 1998, aux termes desquelles le greffier rappellera cette obligation aux professionnels concernés.

### 3.1.5. Centraliser des services d'assistance.

#### 3.1.5.1. Mettre en place une ligne téléphonique d'accueil permanent.

Les professionnels ont rappelé que cette possibilité existait déjà. Les professionnels et les consommateurs considèrent qu'une telle possibilité ne doit pas être rendue obligatoire. Elle relève de la qualité de service et de la liberté de gestion de chaque entreprise.

#### 3.1.5.2. Promouvoir des plates-formes d'intervention (regroupement des différents métiers)

Les associations n'y sont pas favorables et les professionnels considèrent qu'une telle promotion relève de la liberté de gestion de chaque entreprise.

### 3.1.6. Régler plus efficacement les litiges.

Afin d'améliorer le traitement des litiges survenant dans le secteur du dépannage à domicile, le groupe de travail a envisagé diverses solutions. Celles-ci concernent le traitement individuel et collectif des litiges.

#### 3.1.6.1. Centraliser les plaintes des consommateurs au niveau départemental.

Le groupe de travail considère qu'un tel mécanisme n'est pas nécessaire, dans la mesure où les dérives s'observent essentiellement à Paris et en région parisienne. En revanche, il préconise que si, dans les autres régions, des problèmes sont constatés dans ce secteur, ceux-ci devraient être portés à la connaissance des membres des comités départementaux de la consommation.

Il souhaite également que des rencontres avec les parquets soient instaurées localement, conformément aux préconisations de la circulaire de la chancellerie du 10 janvier 1997 (Crim-97-2/G 3/10-01-1997).

Enfin, les professionnels font observer qu'ils ne sont pas opposés à une réactivation des boîtes postales 5000 et à une amélioration de leur fonctionnement.

#### 3.1.6.2. Institutionnaliser une concertation professionnels-consommateurs-France Télécom.

Concernant France Télécom, les associations rappellent qu'une concertation est déjà instaurée.

Elles préconisent que l'avis du CNC fasse l'objet d'une évaluation au bout d'un an afin d'en mesurer l'impact.

Comme France Télécom l'a suggéré, un bilan d'application du présent avis pourrait être envisagé fin 1999. Ainsi, France Télécom pourrait présenter un bilan d'application des nouvelles règles et, notamment, des éventuels contentieux qu'elles pourraient avoir générés.

Les professionnels partagent la position des consommateurs.

#### 3.1.6.3. Identifier auprès de France Télécom un interlocuteur spécifique dans ses services sur les problèmes du dépannage à domicile pour chaque département.

Les consommateurs et les professionnels n'y sont pas favorables. Ils souhaitent qu'une concertation bilatérale soit envisagée, notamment au sein des comités départementaux de la consommation.

#### 3.1.6.4. Mettre en place une procédure de médiation.

Les consommateurs et les professionnels sont favorables à la procédure de médiation dès lorsqu'elle est mise en œuvre soit dans le cadre de la certification, sur le fondement de l'article R. 115-9 du code de la consommation, soit dans le cadre des contrats « Approuvé », qui prévoient la possibilité de mettre en œuvre une procédure de médiation.

Pour les autres entreprises, les professionnels sont toutefois disposés à examiner les possibilités d'y recourir dans un cadre de regroupement d'opérateurs.

Les consommateurs émettent le vœu que les instances professionnelles soient gardiennes d'une déontologie de la profession et poursuivent ou aident à la poursuite des auteurs d'agissements illicites ou déloyaux.

## 3.2. Améliorer la réglementation et son application

### 3.2.1. Améliorer la réglementation de l'activité de dépannage à domicile.

#### 3.2.1.1. Soumettre la création d'une telle entreprise à un agrément préfectoral.



Les consommateurs y sont favorables.

En revanche, les professionnels ne le souhaitent pas car ils le considèrent comme trop lourd et comme risquant de ne pas mettre fin aux arnaques dès lors que la satisfaction aux conditions de l'agrément pourrait être de courte durée.

### 3.2.1.2. Lutter contre l'utilisation abusive des marques.

Le groupe de travail fait observer que les marques commerciales des fabricants sont utilisées abusivement comme des « appâts ». Afin de déjouer cette pratique, il propose de :

limiter dans tous les cas l'usage des graphismes, sigles et logos des marques aux seuls fabricants et à leurs filiales et aux entreprises autorisées à les utiliser ;

fixer des règles typographiques empêchant toute ambiguïté entre nom du dépanneur, réparateur (ou revendeur) et la(les) marque(s) ;

dans les annuaires, notamment papier et électroniques, réserver au fabricant concerné ou aux entreprises autorisées le classement alphabétique à la marque et au nom du fabricant ;

procéder à l'inscription des dépanneurs sous leur nom et en interdire la recherche par la marque dès lors que l'utilisation de la marque n'est pas autorisée pour cela.

Les consommateurs et les professionnels sont favorables à la présentation d'un justificatif tel qu'une autorisation émanant du titulaire de la marque.

Enfin, certains professionnels souhaitent la création d'une rubrique intitulée « Réparateurs et concessionnaires agréés par les fabricants ».

### 3.2.1.3. Ne pas distinguer le secteur de l'électroménager.

Il n'est pas apparu opportun au groupe de travail, au fil des discussions, de prévoir des règles différentes pour le secteur de l'électroménager de celles de l'ensemble du secteur du dépannage compte tenu de ce qui vient d'être indiqué sur l'usage des marques.

### 3.2.2. Modifier l'arrêté du 2 mars 1990 pour en faciliter l'application.

#### 3.2.2.1. Etendre le champ d'application de l'arrêté à des activités aujourd'hui non concernées.

Le groupe de travail a envisagé la possibilité de modifier le champ d'application de l'arrêté afin d'y apporter quelques précisions et compléments.

Les professionnels et les consommateurs n'y sont pas favorables mais souhaitent que l'administration définisse de façon précise, par voie de circulaire, ce que l'on entend par travaux de dépannage, d'entretien ou de réparation.

#### 3.2.2.2. Redéfinir les obligations d'information du consommateur.

*Remettre en cause l'obligation d'information sur le prix horaire de main-d'œuvre et sur les frais de déplacement dans toute publicité ?*

Les dépanneurs à domicile sont soumis, en matière de publicité, à des obligations spécifiques. La réglementation actuellement en vigueur oblige ainsi les entreprises à indiquer dans leur publicité aux consommateurs, préalablement à tous travaux, notamment les taux horaires de main-d'œuvre T.T.C. et les frais de déplacement.

Cette disposition a été prise de manière à satisfaire à l'obligation générale d'information précontractuelle du consommateur qui, au cas d'espèce, ne peut être remplie que par ce moyen.

Or, certaines entreprises peu scrupuleuses attirent les consommateurs par des taux horaires bas et facturent en revanche les pièces changées à des prix exorbitants.

Le groupe de travail a donc envisagé la possibilité de supprimer de telles mentions.

*Les consommateurs demandent le maintien de l'obligation d'indiquer le prix horaire de main-d'œuvre sur toute publicité, de même que les frais de déplacement.*

D'une part, la suppression d'une telle information ne serait pas de nature à régler la difficulté pour le consommateur de contacter un professionnel pouvant effectuer des prestations de qualité.

D'autre part, si les consommateurs contactent les professionnels après avoir relevé leurs coordonnées sur des prospectus distribués dans les boîtes aux lettres, ils le font aussi après consultation de l'annuaire (version papier ou version électronique). Enfin, de toute évidence, dans certaines situations telles que le blocage de porte, le consommateur est captif. Il sera alors peu, voire pas attentif, aux prix et choisira un professionnel au hasard.

En conséquence, la suppression de la mention des tarifs sur les prospectus dans les boîtes aux lettres ne supprimerait pas les possibilités d'arnaques.

Les professionnels souhaitent modifier les termes de l'article 3 de l'arrêté afin, tout en respectant l'objectif d'information et de protection du consommateur, de le rendre cohérent d'un point de vue juridique, d'où leur proposition :

« Il est légitime que le client soit informé du prix qu'il sera amené à payer pour une prestation déterminée ; toutefois certaines données dont la mention est exigée par l'actuelle réglementation ne répondent qu'imparfaitement

à ce souci - il en va notamment ainsi de l'indication du temps passé qui constitue bien souvent une impossibilité matérielle pour l'entrepreneur.

Sauf prestations spécifiques aisément forfaitisables (par exemple, nettoyage simple d'une chaudière), les entreprises ne sont à même de connaître avec exactitude le temps passé qu'une fois les travaux achevés.

Bien plus, juridiquement il y a lieu de relever une contradiction fâcheuse entre les différentes exigences réglementaires, source de litiges insolubles.

En effet, l'article 3 de l'arrêté oblige le professionnel à mentionner les prix unitaires - prix des matériels et matériaux, à l'unité, au mètre cube ou mètre carré, mais aussi de la main-d'œuvre - l'unité se traduisant par le nombre d'heures - le devis constitue dès lors un marché à prix unitaires, l'entrepreneur ne devant dans ce cas être engagé que sur les prix unitaires, le prix final étant calculé en fonction des quantités réellement mises en œuvre.

Mais, dans le même temps, l'arrêté du 2 mars 1990 impose au professionnel de mentionner sur le devis le prix global T.T.C. que le client final aura à payer ; il s'agit alors d'un marché forfaitaire qui se caractérise principalement par son intangibilité, l'aléa, qu'il soit positif ou négatif, étant supporté par l'entrepreneur qui devra exécuter le marché quelles que soient les quantités effectivement utilisées.

Il y a donc lieu de modifier l'article 3 de l'arrêté en substituant à la notion de quantité prévue exprimée en taux horaire de main-d'œuvre la notion de décomposition de la prestation par postes. Une telle formulation serait en adéquation avec la nécessaire information du consommateur sur le prix final et aurait pour avantage d'éviter les contestations sur le nombre d'heures facturées.

Une telle approche est, en outre, bien plus conforme, juridiquement, à l'obligation de l'entrepreneur qui est une obligation de résultat. »

#### *Relever le seuil relatif à la remise d'un devis ?*

Les consommateurs demandent que le seuil actuel à partir duquel le devis est obligatoire soit maintenu, à savoir 1 000 F T.T.C. Un tel seuil est clairement identifié par les consommateurs.

En revanche, les professionnels demandent que ce seuil, fixé, il y a huit ans, à 1 000 F, soit relevé à 1 500 F, précisant que pour des coûts inférieurs, le client a la faculté de demander un devis, ce qui se pratique d'ailleurs déjà dans tous types d'interventions.

A l'appui de leur demande, les professionnels rappellent qu'en 1990 le ministre en charge de la consommation avait prévu une réévaluation de ce seuil après un délai de dix-huit mois.

Faute d'accord entre eux, les professionnels et les consommateurs demandent que le seuil soit strictement converti en euros conformément aux règles communautaires en vigueur à l'occasion du passage à la monnaie unique.

#### *Modifier les conditions de remise d'un ordre de réparation ?*

La réglementation actuelle prévoit l'établissement d'un ordre de réparation lorsque le montant estimé de l'intervention est supérieur à 1 000 F TTC. Cet ordre de réparation doit être remis au consommateur avant l'intervention. La possibilité de prévoir l'établissement d'un tel document quel que soit le montant, toutes taxes, estimé de la réparation et de le faire signer par le professionnel et le consommateur avec l'éventuelle mention de l'heure de signature pour attester mieux de son antériorité à l'exécution des travaux a été envisagée.

Les deux collèges ne demandent pas la modification de l'arrêté sur ce point bien que les professionnels considèrent que celui-ci fait double emploi avec le devis. Il apparaît que le consommateur qui signe n'est pas toujours en mesure d'en apprécier la teneur dès lors qu'il est en situation d'urgence.

Concernant l'établissement d'un ordre de réparation en cas d'urgence absolue, les consommateurs en demandent le maintien alors que les professionnels ne le souhaitent pas.

#### *Détailler d'avantage le forfait d'intervention ?*

La réglementation actuelle prévoit l'obligation pour l'entreprise d'informer le consommateur sur les prix TTC des différentes prestations forfaitaires proposées. Certains litiges naissent de l'imprécision du contenu des forfaits. C'est pourquoi il a été envisagé de modifier le texte afin d'imposer l'indication du détail des éléments composant le forfait d'intervention sur les publicités et ce quel qu'en soit le montant, ou quel que soit le type de travaux.

Les consommateurs considèrent que le sujet est à envisager sous l'angle de la publicité trompeuse au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation aux termes duquel les professionnels doivent informer les consommateurs de manière claire sous peine de poursuites pour publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur.

Les professionnels considèrent que les forfaits d'interventions constituent une offre promotionnelle. Ils doivent être maintenus et le caractère forfaitaire exclut l'indication des tarifs horaires et des coûts de déplacement.

Il n'apparaît donc pas nécessaire de modifier le texte sur ce point.

#### 3.2.2.3. Mieux informer sur l'adresse commerciale principale et les établissements secondaires.

L'une des principales difficultés rencontrées est la multiplication des adresses fictives de sociétés que les consommateurs ont ensuite beaucoup de mal à localiser. Certaines entreprises ont en effet une simple boîte postale à

l'adresse figurant sur le document publicitaire, adresse souvent située au n° 1 ou n° 2 d'une rue commençant par un (A) telle que la rue l'Abbé « ». Le groupe a donc examiné les solutions tendant à mettre fin à de telles pratiques.

*Conforter la notion d'adresse commerciale principale.*

Pour les consommateurs, il doit s'agir d'un local dans lequel se situe un personnel pour accueillir le public, ou, le cas échéant, un répondeur hors des heures d'ouverture ; et dans lequel les tarifs des prestations doivent être affichés et consultables par les consommateurs

Pour les professionnels, l'adresse commerciale principale doit être celle du siège s'il s'agit d'une société et qu'une activité conforme à l'objet de la société s'y exerce réellement. Dans les autres cas, elle doit être celle du principal établissement.

*Compléter l'article 4 de l'arrêté du 2 mars 1990 concernant les mentions obligatoires dans toute publicité écrite.*

Les particuliers sont fréquemment abusés sur la proximité des professionnels intervenant à leur domicile : en effet, l'indication de domiciliation figurant sur les publicités correspond souvent à de simples relais téléphoniques.

Aussi, le groupe de travail s'est interrogé sur l'opportunité d'ajouter, au titre des mentions obligatoires, l'adresse complète où il est possible de rencontrer, aux heures habituelles d'ouverture, un représentant de l'entreprise.

Professionnels et consommateurs ont pris acte de ce que le droit autorise actuellement la domiciliation des entreprises pendant une durée maximale de deux ans chez leur dirigeant.

Par ailleurs, professionnels et consommateurs reconnaissent que l'exigence de dispositifs matériels d'accueil du public dans les établissements professionnels ne peut être instaurée que par une loi et que cela n'est pas *a priori* adapté au cas des petites entreprises exerçant leur activité à l'extérieur de leurs locaux.

Dans ces conditions, le groupe de travail n'a pas retenu cette possibilité.

*Interdire les publicités sur les établissements secondaires fictifs ?*

Les associations de consommateurs rappellent qu'un établissement secondaire doit pouvoir être identifié par une adresse complète et non par une simple boîte postale. Dans ce dernier cas, il ne pourra être fait de publicité sur les établissements secondaires.

Les professionnels ne sont pas favorables à une telle exclusion mais ils rappellent que l'indication d'établissement secondaire ne doit pas être trompeuse. A cette fin, les deux collègues souhaitent un renforcement du contrôle exercé par les CFE (Centres de formalités des entreprises) lors de l'inscription d'établissement secondaire.

En toute hypothèse, le contrôle de la réalité de l'activité des établissements secondaires devrait pouvoir être assuré avec la même vigilance que celui de l'activité des établissements principaux.

3.2.2.4. Faire évoluer les modalités de remise des pièces détachées.

La réglementation prévoit que, si le consommateur refuse la conservation des pièces, éléments ou appareils remplacés, le prestataire de services doit lui faire signer une décharge.

Le groupe de travail s'est interrogé sur la nécessité d'instaurer un autre principe, à savoir la signature systématique par le client d'une décharge si les pièces ou éléments remplacés ne lui sont pas remis après intervention, la remise devant être systématique à défaut de cette décharge.

Les consommateurs sont opposés à une telle proposition. Le principe doit rester la remise systématique des pièces ou éléments remplacés après intervention. A défaut, le consommateur serait privé d'éléments de preuve en cas de litige.

En revanche, les professionnels y sont favorables. A cet égard, ils rappellent que, sur le terrain, cette pratique est déjà systématiquement appliquée par les professionnels honnêtes.

3.2.3. Rechercher une meilleure application de la réglementation.

3.2.3.1. Sensibiliser les directions du travail et de l'emploi à la nécessité de contrôler plus strictement le travail non déclaré.

Professionnels et consommateurs considèrent qu'il appartient au ministère en charge du dossier de sensibiliser ses services sur ce point afin de veiller à l'application des lois et d'opérer les contrôles nécessaires.

3.2.3.2. Veiller au respect effectif des obligations de qualification.

L'article 16 de la loi Raffarin prévoit que les activités qu'il encadre (travaux du bâtiment, équipement fonctionnant au gaz, installations électriques) ne peuvent être exercées que par une personne qualifiée ou sous le contrôle effectif et permanent de celle-ci.

A l'occasion des plaintes de particuliers, les agents de la DGCCRF s'assureront donc auprès du réparateur qu'il peut justifier de la qualification requise.

La loi sanctionne le non-respect de l'obligation de qualification d'une amende de 50 000 F. Les personnes coupables de ce délit encourent également la fermeture, pour une durée de cinq ans au plus, de l'établissement à l'origine des faits incriminés.

3.2.3.3. Créer un outil juridique permettant de sanctionner les entreprises ayant recours aux hommes de paille et/ou

à la domiciliation fictive afin de pouvoir remonter jusqu'aux dirigeants responsables.

Les professionnels et les associations de consommateurs y sont favorables car des procédures engagées n'ont pas permis de mettre en cause les véritables responsables de réseaux d'entreprise se livrant à des pratiques abusives en matière de dépannage à domicile.

Ils constatent que ces pratiques se poursuivent et demandent donc au ministère de la justice de faire des propositions pour mieux traiter ces situations et conférer à des services d'enquêtes les habilitations nécessaires.

#### 3.2.3.4. Renforcer l'outil juridique sanctionnant les pratiques abusives et veiller à sa mise en œuvre rapide.

Les professionnels et les consommateurs souhaitent que soient mises en œuvre les conclusions énoncées dans l'avis du Conseil national de la consommation concernant les arnaques de la consommation adopté en juillet 1997 (BOCCRF du 30 août 1997, p. 624 et suivantes).

Ils souhaitent que le projet de loi relatif à l'introduction du délit d'escroquerie à la consommation soit concrétisé, sous réserve toutefois, en ce qui concerne les professionnels, que ce délit soit très strictement défini afin d'éviter toute dérive d'interprétation.

En outre, une sévérité accrue pourrait être de nature dissuasive : professionnels et organisations de consommateurs souhaitent que les décisions de condamnation fassent l'objet de mesures de diffusion telles qu'affichage et/ou publications dans la presse « grand public » et notamment régionale, du reste préconisées par la circulaire précitée. Toutefois, les professionnels demandent que ces mesures s'appliquent aux seuls cas de fraude et d'escroquerie manifestes.

Enfin, le groupe de travail souhaite que des contrôles puissent être effectués rapidement sur plainte des consommateurs ou de la profession et qu'enfin la justice soit plus rapide.

#### 3.2.3.5. Appliquer plus largement le délit d'abus de faiblesse, notamment en matière de dépannage à domicile.

Les représentants des consommateurs regrettent l'interprétation très restrictive retenue par les tribunaux des dispositions de l'article L. 122-8 du code de la consommation. Ainsi, la contrainte, bien qu'évidente en raison de l'urgence à trouver une solution, n'est pas assez reconnue par les tribunaux. Ils souhaitent soit un assouplissement de l'interprétation des critères permettant d'établir que le professionnel a abusé de la faiblesse du consommateur, soit une extension législative de la notion d'abus de faiblesse avec création d'un texte qui serait spécifique à l'abus de faiblesse commis à l'occasion d'une prestation de dépannage estimant que la jurisprudence actuelle est le plus souvent défavorable aux consommateurs en situation de faiblesse.

Les professionnels, pour leur part, sont hostiles à la création d'un texte spécifique à l'abus de faiblesse pour les seules entreprises de dépannage et, dans tous les cas, il conviendrait de définir plus précisément la notion de « faiblesse ». En effet, sur le terrain, cette notion donne parfois lieu à des exagérations de la part de certains clients.

#### 3.2.3.6. Sensibiliser les parquets aux litiges relatifs au dépannage à domicile de manière que les sanctions soient plus dissuasives.

Consommateurs et professionnels forment le vœu que les contrôles soient renforcés à l'encontre des professionnels responsables des pratiques dénoncées et que la répression soit plus effective. A cet effet, les parquets devraient être effectivement sensibilisés sur les arnaques relatives au dépannage à domicile, ainsi que déjà prévu par la circulaire de la chancellerie en date du 10 janvier 1997 (Crim 97-2/G3/10-01-97).