



Le commerce au détail d'automobiles d'occasion : de nouvelles règles

De nouvelles règles régissant le commerce d'automobiles d'occasion sont entrées en vigueur le 11 janvier 2007. Ces règles, qui portent sur la publicité et certaines autres pratiques de commerce, complètent et précisent des dispositions légales et réglementaires s'appliquant déjà à ce type d'activité commerciale.

Le contexte

On a assisté au cours des dernières années, dans le domaine du commerce au détail d'automobiles d'occasion, à l'apparition de certaines pratiques susceptibles de tromper le consommateur et de restreindre sa capacité de faire un choix éclairé.

L'usage de ces pratiques, prenant en particulier la forme de représentations fausses, trompeuses, ambiguës ou incomplètes faites aux consommateurs, a rapidement eu tendance à s'étendre, des commerçants estimant qu'ils pourraient bénéficier d'un avantage concurrentiel en les adoptant, alors qu'ils risquaient au contraire d'être pénalisés à cet égard s'ils n'emboîtaient pas le pas.

Des questions ont été soulevées quant à la légalité de plusieurs de ces pratiques, dont l'expansion chez une partie des détaillants d'automobiles d'occasion a par ailleurs été confirmée par des enquêtes menées par l'Office de la protection du consommateur et par l'Association pour la protection des automobilistes.

La nécessité d'établir des règles du jeu claires et communes à tous, afin d'enrayer cette dynamique qui risquait d'entraîner une détérioration des relations entre détaillants et consommateurs dans cet important secteur d'activité, s'est donc progressivement imposée.

C'est dans ce contexte que l'Office de la protection du consommateur a mis sur pied une table de concertation réunissant des associations de consommateurs et des associations de commerçants au détail d'automobiles d'occasion. Cette table de concertation, à laquelle participe également la Société de l'assurance automobile du Québec, a identifié les différentes pratiques faisant problème et a élaboré un ensemble de règles de conduite destinées à mettre fin à ces pratiques.

Ces règles, qui ont été regroupées dans un engagement volontaire que plus de 1 100 commerçants ont souscrit auprès de l'Office de la protection du consommateur, ont par la suite été étendues à l'ensemble des commerçants d'automobiles d'occasion, par le décret 1138-2006 publié dans la Gazette officielle le 27 décembre 2006 et entré en vigueur le 11 janvier 2007.

Le champ d'application

Les nouvelles règles visent les activités de commerce au détail d'automobiles d'occasion. Elles doivent donc être observées par tous les commerçants lorsqu'ils réalisent de telles activités, y compris ceux pour lesquels il ne s'agit pas de leur principale ou de leur seule activité commerciale.

Les nouvelles règles

Les nouvelles règles ont notamment trait à la publicité et aux autres formes de représentations faites aux consommateurs. Ainsi, tout commerçant d'automobiles d'occasion qui fait affaires avec les consommateurs doit :

- Annoncer uniquement des automobiles d'occasion disponibles et prêtes à la vente ou à la location à long terme, au moment où l'annonce est commandée (article 1).

L'objectif visé par cette disposition est de mettre fin à une pratique qui consistait à annoncer une ou des automobiles à prix très alléchant, alors que le commerçant n'avait pas ou n'avait plus ce ou ces automobiles en inventaire, afin d'attirer le consommateur pour ensuite lui proposer une automobile plus ou moins équivalente mais à un prix plus élevé.

- Indiquer dans l'annonce la quantité d'automobiles annoncées qu'il possède au moment où l'annonce est commandée (article 1).

L'objectif de cette disposition est d'empêcher que le commerçant laisse faussement croire au consommateur que des automobiles sont disponibles au prix alléchant annoncé. Par exemple, si le commerçant ne possède qu'une seule automobile telle que celle qu'il entend annoncer, il doit indiquer dans l'annonce qu'il n'en possède qu'une. Ceci peut être fait en fournissant le «numéro d'unité» correspondant à cette automobile dans les stocks du commerçant. Cette indication peut aussi être faite par l'inclusion, dans l'annonce, d'une mention comme «à moins que la quantité d'automobiles annoncées ne soit spécifiquement indiquée, elle n'est que d'un véhicule». Si le commerçant possède plusieurs automobiles telles que celle annoncée, il indiquera le nombre exact.

Par ailleurs, il convient de souligner que les dispositions de l'article 1 n'empêchent pas un commerçant d'annoncer la possibilité pour le consommateur de commander une automobile d'occasion à un prix déterminé et dont le kilométrage s'inscrit dans une fourchette donnée. Toutefois, en raison des dispositions impératives de la Loi sur la protection du consommateur, une telle commande constitue une entente préalable qui ne saurait lier le consommateur.

- Annoncer un prix de vente, ou une valeur au détail lorsque l'automobile d'occasion est offerte en location à long terme, qui comprenne tous les frais, à l'exception de la taxe de vente du Québec (TVQ) et de la taxe sur les produits et services (TPS), devant être payés pour obtenir l'automobile d'occasion (article 2).

L'un des objectifs visés par cette disposition est de mettre fin à la pratique consistant à fractionner le prix de l'automobile offerte, en annonçant de façon prépondérante un prix alléchant et en incluant dans la représentation des mentions, souvent moins évidentes, que d'autres frais s'ajoutent à ce prix.

Cette disposition vise aussi à faire en sorte que le prix de l'automobile d'occasion ou sa valeur au détail, avant TVQ et TPS, soit toujours annoncé, et donc de mettre fin à la pratique où seul un versement, mensuel ou hebdomadaire, est annoncé.

- Indiquer de façon prédominante le prix de vente avant TVQ et TPS, et le kilométrage effectivement parcouru, dans toute annonce portant sur l'automobile d'occasion (article 3).

L'objectif visé par cette disposition est que le consommateur ait facilement accès aux informations fondamentales que sont le prix ou la valeur au détail, et le kilométrage, et que

ces informations soient communiquées de façon telle qu'elles puissent exercer une forte influence sur le consommateur qui les consulte, et non pas être noyées dans un océan de données visant plus ou moins à informer le consommateur sur d'autres caractéristiques de l'automobile annoncée.

Dans le cadre particulier d'une petite annonce publiée dans un journal, l'utilisation du caractère gras pourrait donc normalement remplir l'exigence d'indiquer le prix et le kilométrage de façon prédominante. L'Office de la protection du consommateur juge néanmoins acceptable une petite annonce traditionnelle qui n'utilise aucun caractère gras (outre le premier mot de l'annonce qui l'est souvent, et ce, par convention), dans la mesure où l'annonce classée ne comporte que les éléments suivants :

- la marque ;
- le modèle ;
- l'année ;
- le nombre de portières ;
- le type de boîte de vitesses ;
- la couleur ;
- quelques détails sur l'équipement ;
- le kilométrage ;
- le prix ;
- le nom du commerçant (et donc sa qualité de commerçant) ; et
- son numéro de téléphone.

- o Indiquer, parmi les automobiles faisant partie d'un lot, le prix de vente ou la valeur au détail le plus élevé, et le kilométrage le plus élevé (articles 4 et 5).

Cette disposition a pour objectif de mettre fin à la pratique consistant à annoncer l'automobile d'occasion la moins chère, ou présentant le kilométrage le plus bas, parmi un lot d'automobiles d'occasion offertes, afin d'attirer le consommateur pour ensuite lui proposer une automobile plus ou moins équivalente, mais dont le prix ou le kilométrage sont plus élevés.

Ainsi, il ne sera plus permis d'indiquer seulement, dans une annonce, « à partir de 9 999 \$ », soit le prix le plus bas demandé pour l'une des automobiles offertes; il faudra également indiquer le prix le plus élevé demandé pour l'une des automobiles faisant partie du lot.

- o Ce prix le plus élevé, ou cette valeur au détail la plus élevée, et ce kilométrage le plus élevé parmi les automobiles faisant partie d'un lot devront être en caractères aussi importants et visibles que tout autre prix, tout autre valeur au détail ou tout autre kilométrage indiqués dans l'annonce (articles 4 et 5).

L'objectif de cette disposition est que l'information sur le prix, la valeur au détail et le kilométrage les plus élevés soit aussi évidente que celle portant sur le prix, la valeur au détail et le kilométrage les moins élevés.

- o Ne pas utiliser, dans le cadre du commerce d'automobiles d'occasion, les termes « grossiste » ou « encan » ou l'expression « liquidation de saisie », à moins qu'il ne puisse démontrer, soit qu'il s'agit de sa principale activité commerciale, soit qu'il a mentionné au moment de la représentation qu'il n'agit pas habituellement à titre de grossiste, d'encanteur ou de liquidateur de saisie ou que ces faits ressortent clairement de la représentation et du contexte, soit que le terme « encan » ou l'expression « liquidation de saisie » était utilisé pour annoncer la tenue d'un encan ou d'une liquidation de saisie (article 6).

L'objectif visé par cette disposition est de mettre fin à des situations où l'utilisation non fondée des termes ou de l'expression en question était de nature à induire le consommateur en erreur, celui-ci pouvant notamment être porté à croire que l'utilisation d'un de ces termes ou de cette expression était nécessairement indicatrice de prix plus avantageux.

- Ne pas utiliser des expressions comme « retour des fabricants d'automobiles », « directement du fabricant », ou des expressions substituant le terme « constructeur » ou le terme « manufacturier » au terme « fabricant », ou substituant le terme « autos » ou le terme « voitures » au terme « automobiles », sauf s'il peut démontrer la véracité de cette représentation (article 7).

L'objectif visé par cette disposition est de mettre fin à des situations où l'utilisation non fondée de l'une ou l'autre de ces expressions était de nature à induire le consommateur en erreur, celui-ci pouvant notamment être porté à croire que l'utilisation de ces expressions était nécessairement indicatrice d'automobiles en meilleure condition ou de prix plus avantageux.

- Ne pas faire de représentation pouvant raisonnablement laisser croire à la tenue d'un encan, notamment en utilisant l'enregistrement sonore ou visuel d'un encan, à moins de pouvoir démontrer, soit qu'il est encanteur et qu'il s'agit de sa principale activité commerciale, soit qu'il a mentionné, au moment de la représentation, qu'il n'agit pas habituellement à titre d'encanteur et qu'il n'annonçait pas la tenue d'un encan ou que ces faits ressortent clairement de la représentation et du contexte, soit qu'il annonçait la tenue d'un encan (article 8).

L'objectif de cette disposition est d'empêcher qu'un commerçant ne contourne l'interdiction prévue à l'article 6 en amenant le consommateur à croire que le commerçant tient des encans.

- Ne pas inclure de mentions illisibles dans un message publicitaire portant sur une automobile d'occasion ou sur le commerce d'automobiles d'occasion (article 9).

L'objectif visé est d'empêcher que le commerçant n'inclut dans ses représentations des informations dont le consommateur ne pourra prendre connaissance, alors que ces informations pourraient notamment modifier le sens des autres informations présentées.

- Utiliser, dans une annonce portant sur une automobile d'occasion, uniquement une photo ou une vidéo de l'automobile annoncée qui soit contemporaine à l'annonce et qui constitue une représentation fidèle de l'automobile offerte (article 10).

L'objectif de cette disposition est de mettre fin à une pratique où le commerçant illustre une annonce portant sur une automobile en présentant la photo ou la vidéo d'une autre automobile, en très bon état, en incluant des mentions comme « à titre illustratif » ou « l'automobile offerte peut différer de la photo ».

- Les nouvelles règles portent également sur d'autres pratiques. Ainsi, les commerçants devront :
- Permettre au consommateur de faire l'essai routier de toute automobile offerte en vente ou en location à long terme (article 11).
 - Permettre au consommateur de faire procéder, sans frais, avant l'achat ou la location à long terme d'une automobile d'occasion, à l'inspection de l'automobile par un technicien choisi par le consommateur (article 12).

L'objectif visé par ces deux dispositions est de permettre au consommateur de porter un jugement complet et éclairé sur l'automobile qui lui est offerte.

Il est à signaler que le commerçant peut s'exempter des obligations prévues aux articles 11 et 12 si une automobile d'occasion est inapte à circuler, si elle est offerte en vente pour être reconstruite ou si elle est offerte en vente pour ses pièces (article 17) ou si le consommateur ne démontre pas au commerçant qu'il est titulaire d'un permis de conduire valide (article 18).

- Remettre au consommateur en tout temps et sur simple demande une copie des contrats, de l'étiquette ainsi que tout autre document pertinent aux transactions à intervenir quant à la vente ou à la location à long terme d'une automobile d'occasion, notamment les documents relatifs aux garanties et garanties supplémentaires offertes (article 13).

L'objectif de cette disposition est de faire en sorte que le consommateur puisse recevoir tous les documents pertinents.

- Ne pas diffuser, ailleurs qu'à son établissement, les 6 derniers chiffres des numéros d'identification des automobiles offertes en vente ou en location à long terme (article 14).

L'objectif de cette disposition est d'éviter que les numéros d'identification complets, diffusés en toute bonne foi par des commerçants dans leur représentation sur des automobiles offertes, ne puissent être utilisés dans des situations de fraude et de vol d'automobiles.

- Indiquer, dans toute annonce portant sur la vente ou la location d'une automobile reconstruite, le fait qu'il s'agit d'une automobile reconstruite, sans égard au fait que cette mention doive ou non apparaître au certificat d'immatriculation de l'automobile (article 15).

L'objectif de cette disposition est que le consommateur soit informé qu'une automobile offerte à la vente ou à la location a été reconstruite, dès la parution de l'annonce portant sur cette automobile, de manière à ce qu'il puisse prendre une décision en toute connaissance de cause quant à l'achat ou à la location de cette automobile.

(Ce qui précède est un résumé des dispositions du décret établissant les nouvelles règles régissant le commerce au détail d'automobiles d'occasion. On peut trouver, sur le site Internet de l'Office de la protection du consommateur, le texte complet de ce décret)

Rappel de certaines autres dispositions portant sur le commerce d'automobiles d'occasion

La *Loi sur la protection du consommateur* comporte d'autres dispositions s'appliquant au commerce d'automobiles d'occasion. Rappelons notamment :

- L'interdiction faite au commerçant de faire des représentations fausses ou trompeuses à un consommateur (article 219).
- L'obligation du commerçant d'apposer une étiquette sur chaque automobile d'occasion offerte en vente ou en location à long terme, qui comporte différentes informations (articles 155, 156).
- L'obligation du commerçant de constater le contrat de vente par écrit (article 158).
- L'obligation d'offrir une garantie de bon fonctionnement dont la durée varie selon l'âge et le kilométrage de l'automobile (articles 159, 160).
- La garantie obligatoire qu'une automobile n'a pas de vice caché, qu'elle peut servir à l'usage auquel elle est destinée et qu'elle peut servir à un usage normal pendant une durée raisonnable (articles 37, 38, 53).
- L'obligation du commerçant de vendre une automobile libre de toute hypothèque, à moins que le consommateur n'ait assumé la dette ainsi garantie (article 36).
- L'interdiction faite au commerçant d'omettre, dans un message publicitaire, son identité et sa qualité de commerçant (article 242).