

Communiqué de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes

(disponible en ligne sur le lien suivant :

http://www.minefi.gouv.fr/DGCCRF/04_dossiers/consommation/annuaireprof.htm)

Propositions d'insertion dans des annuaires professionnels

Des entreprises sont victimes de procédés déloyaux

Comment ne pas se laisser piéger ou comment réagir: des conseils aux professionnels et aux entreprises

Message d'alerte à l'attention des entreprises : PME, commerçants, artisans, professions libérales, associations...

Message d'alerte à destination des petites et moyennes entreprises, commerçants, artisans, professions libérales, compagnies d'assurance, associations sportives ou culturelles, collectivités locales, offices du tourisme, musées... Parmi les nombreux documents qui vous parviennent par courrier (factures, propositions commerciales...) il peut vous arriver de recevoir un document tout à fait anodin s'apparentant à une demande de renseignements ou de vérification de coordonnées de votre entreprise et derrière lequel se cache en fait un contrat d'insertion dans un annuaire professionnel.

Attention : un document peut en cacher un autre

Lorsque vous renvoyez ce document complété de votre simple signature (généralement après l'avoir parcouru rapidement) à la société qui vous l'a envoyé vous avez ensuite la désagréable surprise de recevoir une première facture vous réclamant le montant de la somme qui figurait en petits caractères et en bas du premier document que vous aviez reçu. Ensuite, vous faites généralement l'objet de relances et de demandes de plus en plus comminatoires en vue de procéder au paiement de la somme exigée.

Les pratiques déloyales en cause

Depuis plusieurs années des sociétés, le plus souvent situées à l'étranger, proposent aux professionnels (PME, commerçants, artisans, professions libérales, industriels, compagnies d'assurance, associations sportives ou culturelles, collectivités locales, offices du tourisme, musées...) l'insertion de leurs coordonnées dans des annuaires électroniques ou traditionnels. La présentation ambiguë de certaines sollicitations peut laisser croire qu'il s'agit d'une simple vérification d'adresse alors qu'en fait le professionnel se retrouve impliqué dans une commande ferme d'insertion dans un annuaire dont la diffusion (ou l'utilité) n'est pas toujours démontrée ou peut se révéler confidentielle. L'engagement est généralement peu visible sur le document initial et le prix demandé d'autant plus élevé que le contrat est renouvelable automatiquement plusieurs années (généralement pour trois ans). Les montants des prestations facturées sur la base de ces contrats peuvent atteindre environ 1000 euros par an. Ces sociétés qui font quelquefois appel à des sociétés de recouvrement de créances se chargent ensuite de harceler les professionnels pour qu'ils effectuent les versements demandés.

Les professionnels qui ont renvoyé le formulaire signé et qui sont ensuite harcelés pour effectuer les versements ont le sentiment d'avoir été piégés. Certains d'entre eux refusent catégoriquement de payer les sommes réclamées, d'autres finissent par payer, estimant ne pas pouvoir faire autrement ou par lassitude. La plupart de ces professionnels saisissent la DGCCRF ou ses directions départementales ou encore leurs organisations professionnelles.

Dans la plupart des cas ces sociétés ne démarchent que des professionnels situés dans d'autres pays afin d'éviter, dans un premier temps, les enquêtes et les poursuites de la part des autorités de leur pays. Ou bien elles choisissent, pour les mêmes raisons, de s'implanter dans des pays européens ne faisant pas partie de l'Union européenne. Ces sociétés agissent dans les mêmes conditions que certaines sociétés visant plus directement les consommateurs et faisant appel à leur crédulité en leur adressant de fausses promesses de gains (avec demande de participation financière aux frais d'envoi du chèque) ou des prestations personnalisées de voyance.

Toutes ces entreprises procèdent à des envois en très grand nombre et comptent sur un taux de retour avec paiement qui peut atteindre 10%.

Moyens pour lutter contre ces pratiques

Moyens juridiques : vice de consentement lors de la formation du contrat ou publicité mensongère

La signature d'un tel document constitue un acte contractuel de droit privé dont la validité peut être contestée devant les tribunaux civils, sur la base, par exemple, d'un consentement donné par erreur. Un jugement du tribunal de Sens a annulé le contrat et attribué des dommages et intérêts à un professionnel qui avait porté plainte au civil à l'encontre d'une société domiciliée à l'étranger.

Dans un autre cas, la victime qui avait fait l'objet d'une proposition d'insertion dans un annuaire, a porté plainte auprès d'un juge de proximité de Toulon. Elle a été déboutée au motif qu'une lecture suffisamment attentive du document envoyé aurait du lui permettre de comprendre qu'il s'agissait d'une proposition contractuelle. Le jugement a été validé par le président du Tribunal d'instance de Toulon.

La présentation de certains imprimés peut également s'analyser comme une publicité de nature à induire en erreur qui peut donner lieu à des poursuites au plan pénal. Le code de la consommation interdit en effet toute publicité comportant des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur. (article L. 121.1 du Code de la Consommation).

Lorsque la société a son siège en France, les DDCCRF peuvent, sur la base des plaintes et des constatations effectuées, adresser une procédure contentieuse pour publicité mensongère au parquet compétent.

A la suite d'une enquête menée par la DGCCRF, un jugement important a été rendu, le 19 juillet 2005, par le Tribunal correctionnel de Colmar contre une société ayant une adresse en France et proposant des insertions dans un annuaire professionnel. Le gérant de la société Annuaire-Pro a été condamné pour publicité mensongère à 9 mois de prison avec sursis et à

35000 euros d'amende. L'ensemble des parties civiles ont été reçues dans leurs demandes. Le TGI de Colmar a ordonné la publication du jugement dans plusieurs quotidiens nationaux (Le Monde et Le Figaro) et deux quotidiens régionaux. Ce jugement fait l'objet d'appels du ministère public et de la société incriminée.

Le 2 novembre 2006, la Cour d'appel de Colmar a confirmé la culpabilité du prévenu et alourdi les peines en condamnant l'intéressé à 18 mois d'emprisonnement avec sursis et à 200 000 € d'amende. La publication du jugement dans les quatre quotidiens précités a été maintenue. Le gérant et la SARL Annuaire-Pro ont été déclarés responsables du préjudice des quelque 5 000 parties civiles constituées, ce qui équivaut à plus de 1,1 million d'euros de dommages et intérêts.

Lorsque les entreprises ont leur siège à l'étranger (et c'est le plus souvent le cas), la coopération administrative mise en place par la DGCCRF avec les autorités administratives d'autres pays européens permet, dans certains cas, d'obtenir des résultats. Une société implantée à Barcelone a été condamnée le 28 mars 2001 par le ministère de l'industrie, du commerce et du tourisme de la Généralité de Catalogne à payer une amende de 22 900 euros pour publicité de nature à induire en erreur. Cette sanction administrative était assortie d'une publication de la décision. En septembre 2003, cette même société a été condamnée par les autorités catalanes à une amende de 300 000 euros et à une fermeture temporaire d'un an. En janvier 2004, il apparaît que cette société a quitté Barcelone pour s'installer dans la ville espagnole de Valencia, où la sanction du gouvernement de Catalogne et les décisions du tribunal supérieur de justice de Catalogne ne sont pas applicables.

Moyens préventifs

La DGCCRF a, à plusieurs reprises, alerté les organisations professionnelles ou sensibilisé les professionnels par des communiqués diffusés dans la presse régionale en recommandant la plus grande vigilance vis-à-vis de ce genre de sollicitations.

La coopération transfrontière entre les directions régionales, chefs de file des relations transfrontières, les autorités de contrôle des autres Etats se poursuit pour sensibiliser les juridictions à l'ampleur internationale du phénomène des propositions d'insertion dans des annuaires et à son impact financier pour les entrepreneurs touchés par ces pratiques indélicates.

Conseils pour ne pas se laisser piéger ou pour réagir

Lire attentivement tous les documents qui vous parviennent pour éviter de remplir, signer et renvoyer un document sans savoir quel est son objet précis ;

Se méfier notamment des adresses d'entreprises situées à l'étranger, des boîtes postales et des enveloppes préimprimées pour la réponse ;

En cas de renvoi de ce document par erreur ou faute d'attention, ne pas se laisser intimider et réagir ;

Saisir la DGCCRF de votre département d'une plainte afin de lui donner une suite, soit sur la base de la publicité mensongère (si l'entreprise est située en France), soit dans le cadre de la coopération administrative internationale (si l'entreprise est domiciliée à l'étranger) ;

Saisir également votre organisation professionnelle pour l'inviter à adresser des messages d'alerte à ses adhérents.

De nouvelles pratiques apparaissent

Des plaintes concernant des pratiques similaires dans le domaine de l'enregistrement de marques ont été adressées à la DGCCRF. Ces pratiques nouvelles font appel aux mêmes techniques: une société opérant depuis l'étranger adresse à des entreprises françaises des contrats de publication de leurs marques qui se présentent sous forme de factures ou d'ordres de virement. Le document qui tient sur une page comprend l'adresse de l'entreprise et la reproduction de la marque sur une première moitié de page et un ordre de virement sur la seconde moitié. Or le service qui est proposé est tout à fait inutile puisque sont démarchées des entreprises qui ont déjà fait le dépôt de leur marque auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) et bénéficient d'une protection de leur marque en France. Pour les entreprises qui souhaitent étendre la protection de leur marque à l'étranger seuls les organismes officiels (Office de l'harmonisation dans le marché intérieur-OHMI- et Organisation mondiale de la propriété intellectuelle-OMPI-) sont habilités à recevoir les demandes et à percevoir les taxes correspondantes.