

Dans cette rubrique, Marie-Louise Billy et Robert Jacquin vous répondent ; envoyez vos questions à **L'US-Retraités**, 46, avenue d'Ivry, 75647 Paris Cedex 13 ou par mail à enretraite@snes.edu
Permanence téléphonique les mercredi et jeudi : 01 40 63 27 32 et 01 40 63 27 31

BON À SAVOIR

Les garagistes ont une obligation de résultat

Parmi les cauchemars de l'automobiliste le passage chez le garagiste occupe une place de choix, aussi n'est-il pas désagréable de savoir que le garagiste qui signe en accord avec un client un devis ou un ordre de réparation a **une obligation de résultat**. La jurisprudence est constante à ce sujet, la Cour de cassation vient de le rappeler aux garagistes et autres réparateurs⁽¹⁾. Elle s'appuie sur les articles 1147 et 1315 du code civil qui permettent de préciser que c'est au garagiste d'apporter la preuve que le dommage provient d'une cause étrangère ou de la faute du client⁽²⁾. Elle considère qu'il appartient au garagiste de prouver que la persistance de la panne ne provient pas de prestations insuffisantes en regard de l'obligation de résultat qui lui incombe. La jurisprudence précise également que le garagiste est responsable des problèmes dont l'origine est incertaine.

Dès qu'un devis est établi ou un ordre de réparation écrit, ces derniers tiennent lieu de contrat. Or selon l'article 1134 du code civil : « *les conventions librement formées tiennent lieu de loi à ceux qui les ont passées. Elles doivent être exécutées de bonne foi* ». Ceci en plus de l'obligation de réparer dans le délai fixé dans le devis.

De même la Cour de cassation se prononce sur les détériorations qui pourraient survenir pendant la durée de la prise en charge du véhicule, elle réaffirme la responsabilité du garagiste devant rendre le véhicule en l'état où il l'a reçu, sinon il devra prouver que les détériorations existaient au moment de sa réception.

(1) Arrêt de la Cour de cassation n°12-23467 du 5 février 2014.

(2) Article 1315 : « *celui qui réclame l'exécution d'une obligation doit le prouver* ».

COMMENT S'OPPOSER À

L'utilisation de ses données personnelles à des fins de prospection

Suite à une collecte frauduleuse de votre adresse, votre téléphone sonne, votre ordinateur est envahi de spams : propositions d'assurances, des demandes de dons...

La législation française permet de s'opposer à l'utilisation ou à la cession des données nominatives le concernant (article 38 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978), mais n'interdit pas la mise à dis-

position de fichiers. Le décret d'application de la loi « informatique et libertés » du 25 mars 2007 donne le droit d'exiger votre consentement et de cocher la case « données non transmises à nos partenaires à des fins de prospection commerciale ». Le droit de radiation auprès des sociétés dont vous êtes client ou des associations dont vous êtes membre est simple : envoyez une lettre demandant que vos coordonnées ne figurent pas dans leur fichier de prospection. Vous pouvez aussi vous inscrire sur une liste d'opposition – la liste Robinson/Stop Publicité – celle-ci est transmise par l'UFMD⁽¹⁾ chaque trimestre à ses adhérents (vente par correspondance...) qui se sont engagés à respecter l'opposition des consommateurs.

Pour le démarchage téléphonique, les opérateurs doivent offrir à leurs abonnés la possibilité de s'inscrire sur une liste d'opposition gratuitement : soit la liste rouge que tout le monde connaît, soit la liste orange qui permet de n'avoir plus ses coordonnées communiquées à des entreprises à des fins de prospection. La loi Hamon relative à la consommation du 17 mars 2014 a créé dans le code de la consommation une liste d'opposition aux démarchages téléphoniques ; le consommateur pourra s'inscrire sur cette liste gratuitement ; il devra aussi être informé de la possibilité de s'y inscrire au moment de donner ses coordonnées téléphoniques à un professionnel. La loi interdit également la vente ou la location de fichiers contenant les données des clients inscrits sur la liste d'opposition, à l'exception de celles qui concernent les fournitures de journaux ou de magazines.

La prospection directe par courriels, pour des biens ou des services, qui utilisent les coordonnées personnelles non consenties est interdite. Si vous recevez dans votre messagerie des courriers électroniques non sollicités (spams), vous pouvez les transmettre à : www.signal-spam.fr. Cette plate-forme nationale de lutte contre le spam transmet chaque mois à la CNIL la liste des principaux émetteurs de spams français. La CNIL peut procéder à une enquête et sanctionner ces « spameurs » si les faits sont établis. ■



(1) Union Française du Marketing Direct : 60, rue de la Boétie, 75008 Paris.