

Zoom sur les conditions générales de vente



© 2022 Les Echos Publishing

L'utilité des CGV

Une entreprise qui vend des produits ou des services a tout intérêt à disposer de CGV car elles lui permettent d'encadrer et de sécuriser les relations commerciales qu'elle entretient avec ses clients.

Même si, juridiquement, elles n'y sont pas obligées, les entreprises ont intérêt à disposer de conditions générales de vente (CGV). En effet, les CGV sont particulièrement utiles pour une entreprise en ce qu'elles ont pour objet d'informer ses clients professionnels et particuliers, préalablement ou lors de la conclusion de la vente, des conditions encadrant leur relation. Elles lui permettent ainsi d'encadrer et de sécuriser les relations commerciales qu'elle entretient avec ces derniers.

Mieux, dans la mesure où les professionnels sont astreints à une obligation générale d'information précontractuelle importante à l'égard des consommateurs, la réalisation de CGV permet à une entreprise d'apporter la preuve qu'elle a bien rempli cette obligation. Lorsqu'elle vend des produits aux consommateurs, une entreprise peut donc difficilement se passer de CGV.

Le contenu des CGV

Les conditions générales de vente doivent comporter un certain nombre de mentions obligatoires. En pratique, très souvent, les entreprises y insèrent également un certain nombre d'autres clauses.

Lorsqu'elles sont formalisées, les CGV doivent comporter un certain nombre de mentions obligatoires imposées par la loi. Sachant qu'il est également possible, et même souhaitable, d'y insérer certaines clauses qui pourraient se révéler utiles.

Les mentions obligatoires

Les mentions que doivent contenir les conditions générales de vente sont différentes selon que l'entreprise vend ses produits ou ses prestations de services à des professionnels ou à des consommateurs.

Les mentions à l'égard des professionnels

À l'égard de ses clients professionnels, les conditions générales de vente doivent impérativement mentionner :

- les conditions de vente proprement dites, c'est-à-dire les modalités de la commande, les délais et modalités de livraison, l'acceptation ou le refus de l'annulation des commandes, le retour des marchandises, les conditions du transfert de propriété, les garanties offertes, etc. ;
- les éléments de fixation du prix, comme le barème des prix unitaires, des produits proposés à la vente (le cas échéant, il est possible de prévoir une clause de renégociation du prix qui prendra en considération, par exemple, les fluctuations du coût des matières premières) ;
- les réductions (rabais, remises) de prix consenties ;
- le montant des escomptes éventuellement proposés aux clients en cas de paiement comptant ou avant l'échéance prévue ;
- les conditions de règlement.

S'agissant des conditions de règlement, les délais de paiement que le vendeur accorde à ses clients doivent être indiqués dans les CGV. On rappelle que ces délais ne peuvent pas dépasser 60 jours à compter de la date d'émission de la facture. Sachant toutefois que les parties au contrat peuvent convenir d'un délai de 45 jours fin de mois à compter de la date de la facture à condition que ce délai soit expressément stipulé au contrat et qu'il ne constitue pas un abus manifeste à l'égard du créancier.

Attention, des délais spécifiques sont fixés par la loi (vente de produits alimentaires périssables, transport routier de marchandises, location de véhicules) ou prévus par des accords interprofessionnels dans certains secteurs (cuir, matériels d'agroéquipement, articles de sport, jouet, horlogerie-bijouterie-joaillerie).

Précision : quand le délai de paiement n'est pas prévu dans les CGV, le prix doit être payé dans les 30 jours suivant la date de réception des marchandises ou de l'exécution de la prestation.

Les modalités d'application et le taux d'intérêt des pénalités exigibles en cas de paiement après la date figurant sur la facture doivent également être précisés dans les CGV. Ce taux ne pouvant être inférieur à 3 fois le taux de l'intérêt légal (soit 2,28 % pour le 1^{er} semestre 2022). Si, d'aventure, aucun taux n'est prévu, le taux applicable est alors celui de la Banque centrale européenne à son opération de refinancement la plus récente (taux « Refi ») majoré de 10 points (soit 10 % actuellement).

À savoir : les pénalités de retard sont dues de plein droit et ce, même si l'entreprise ne les a pas mentionnées dans ses CGV.

Mention doit aussi obligatoirement être faite de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement de 40 € due au

créancier en cas de paiement après la date convenue.

Attention : l'absence de mention des pénalités de retard dans les CGV, le fait de ne pas respecter les délais de paiement imposés par la loi ou encore de fixer un taux ou des conditions d'exigibilité des pénalités de retard selon des modalités non conformes à la loi, ainsi que le fait de ne pas respecter les modalités de computation des délais de paiement convenues entre les parties sont passibles d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 75 000 € pour une entreprise (2 M€ s'il s'agit d'une société). Cette même sanction est encourue en cas de défaut de mention de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement dans les CGV. L'amende prononcée à l'encontre d'une entreprise étant désormais systématiquement publiée. Toutefois, plutôt que d'infliger une amende, l'administration peut préférer enjoindre l'entreprise à se mettre en conformité dans un délai raisonnable.

Les mentions à l'égard des consommateurs

À l'égard de ses clients consommateurs, les CGV doivent notamment indiquer :

- les caractéristiques essentielles du bien ou du service et son prix ;
- les obligations du vendeur (modalités et délai de livraison, garanties légales de conformité et des vices cachés, garanties conventionnelles, le cas échéant) ;
- les obligations de l'acheteur (paiement du prix, modalités de paiement) et les procédures de recouvrement en cas de non-paiement ;
- les droits de l'acheteur (délai de rétractation, modalités de retour et de remboursement, moyens de recours en cas de litige).

Rappel : les vendeurs professionnels sont tenus de garantir

les consommateurs contre les défauts de conformité et contre les vices cachés des biens qu'ils vendent. S'agissant des défauts de conformité, il peut s'agir de la panne complète, du dysfonctionnement d'un appareil ou du caractère décevant de ses performances. Quant aux vices cachés, il s'agit de tout défaut non visible au moment de l'achat et qui apparaît ensuite.

Les mentions facultatives

À côté de ces mentions principales, il est évidemment possible, et même conseillé, d'insérer dans vos CGV certaines clauses usuelles qui vont venir renforcer votre sécurité juridique ou encadrer votre responsabilité.

Il en est ainsi, par exemple, de la clause de réserve de propriété selon laquelle le vendeur se réserve la propriété des biens vendus, après leur livraison à l'acheteur, jusqu'au paiement complet de leur prix. Grâce à cette clause, le vendeur pourra obtenir la restitution des marchandises livrées en cas de non-paiement ou les revendiquer en cas de dépôt de bilan de son client.

Il en est de même de la clause limitative de responsabilité qui permet de limiter le montant des dommages-intérêts qui pourraient être réclamés en cas de manquement de la part du vendeur à l'un de ses engagements, par exemple en cas de retard de livraison. Sachant qu'une telle clause n'est pas valable lorsqu'elle porte sur une obligation essentielle du contrat ou lorsqu'elle est abusive.

Dans le même objectif, une entreprise a tout intérêt à prévoir dans ses CGV une clause énumérant les cas de force majeure (incendie, catastrophe naturelle...) qui pourraient l'empêcher d'exécuter ses engagements et qui seront de nature à l'exonérer de sa responsabilité.

Enfin, est également fréquente la clause dite « attributive de

compétence » par laquelle le vendeur déroge à la compétence territoriale des tribunaux pour soumettre un éventuel litige au tribunal de son choix.

À noter : le vendeur est libre d'insérer toute clause dans ses CGV à la condition qu'elle ne soit pas abusive (par exemple, une clause qui viendrait limiter les obligations légales du vendeur à l'égard des consommateurs).

Le client peut parfaitement refuser certaines conditions de vente (qui ne sont pas obligatoires) en barrant la ou les clauses considérées. Le vendeur, en acceptant une telle commande, consent alors à renoncer à ces clauses. De même, rien n'empêche vos clients de négocier les CGV que vous proposez. Cette négociation pouvant aboutir à leur faire bénéficier de conditions particulières qui dérogent sur certains points aux CGV classiques.

La communication des CGV

Les entreprises ont l'obligation de communiquer leurs conditions générales de vente à leurs clients professionnels qui les leur demandent.

Si les entreprises n'ont pas l'obligation de rédiger des conditions générales de vente, elles ont, en revanche, l'obligation de les communiquer lorsqu'elles en ont. En effet, la loi dispose que tout producteur, prestataire de services, grossiste ou importateur est tenu de communiquer ses conditions générales de vente à tout acheteur de produits ou tout demandeur de prestations de services qui en fait la demande pour une activité professionnelle.

À ce titre, les CGV sont communiquées par le vendeur par tous les moyens conformes aux usages de la profession.

Attention : l'entreprise qui refuse de satisfaire à cette

obligation est passible d'une amende administrative pouvant aller jusqu'à 15 000 € pour une personne physique et jusqu'à 75 000 € s'il s'agit d'une société.

À noter qu'un fournisseur peut valablement rédiger des CGV distinctes selon la catégorie d'acheteurs (grossistes, détaillants...) à laquelle il s'adresse. Les clients d'une catégorie ne pouvant exiger la communication que des seules CGV qui les concernent. Un fournisseur est donc en droit de ne pas divulguer à un acheteur (par exemple, à un détaillant) les conditions qu'il propose aux acheteurs d'une autre catégorie (par exemple, aux supermarchés).

En revanche, communiquer ses CGV à ses clients consommateurs est une obligation absolue. Le consommateur étant considéré aux yeux de la loi comme vulnérable par rapport au professionnel et devant donc être protégé.

L'acceptation des CGV par les clients

Pour éviter les litiges, les entreprises ont intérêt à s'assurer que leurs clients ont bien pris connaissance de leurs CGV et qu'ils les ont acceptées.

Une entreprise ne peut invoquer et imposer l'application de ses CGV à l'égard d'un client que si ce client les a acceptées. En cas de litige avec un client en la matière, l'entreprise doit donc être en mesure de prouver non seulement que ses CGV ont été portées à sa connaissance, mais également qu'il en a accepté le contenu. Il convient donc de recueillir clairement l'accord du client sur les CGV avant qu'il ne passe commande.

En pratique, les CGV sont habituellement reproduites sur les documents commerciaux de l'entreprise (prospectus

publicitaires, devis, bons de commande, factures, bons de livraison...). Elles peuvent également être transmises par voie informatique. Sachant qu'il vaut mieux éviter de les mentionner sur un document sur lequel elles risquent de passer inaperçues. De même, il est déconseillé de les inscrire sur les factures car, par définition, ces dernières sont établies après la commande alors que l'information du client sur les CGV doit intervenir avant. Dans ces deux cas, un client pourrait donc être en droit de soutenir qu'il n'en avait pas eu connaissance au moment où il a fait affaire avec le vendeur.

La meilleure solution consiste à faire figurer, de manière nette, apparente et lisible, les CGV sur les devis et/ou sur les bons de commande et de faire signer par les clients sur ces documents une clause selon laquelle ils reconnaissent en avoir pris connaissance et les avoir acceptées sans réserve.

À noter : il est possible d'inscrire les CGV aussi bien au recto (pas évident en raison de la place que les CGV peuvent prendre) du devis ou du bon de commande qu'au verso. Mais dans ce dernier cas, il convient, par prudence, pour éviter toute contestation, de faire signer par le client tant le recto que le verso du document.

Lorsque les CGV n'ont pas été expressément approuvées par le client, le vendeur peut tenter de démontrer que ce dernier les a acceptées tacitement. À ce titre, les juges reconnaissent généralement l'acceptation tacite lorsque vendeur et acheteur entretiennent des relations d'affaires depuis longtemps et que ce dernier a eu l'occasion de prendre connaissance des CGV à maintes reprises, par exemple parce qu'elles ont figuré sur les multiples factures qui lui ont été adressées tout au long de la relation.