



L'ACTUALITE DU DROIT ECONOMIQUE

N° 46 – novembre 2025

Cette lettre présente une sélection de la jurisprudence intervenue en droit économique entre août et octobre 2025 (cette lettre est également disponible sur notre site avocats-h.com)

DROIT DE LA CONCURRENCE

Pratiques anticoncurrentielles

Conséquence du refus de la transaction proposée par le ministre, échange d'informations à l'occasion d'un appel d'offres et restrictions par objet (Cour de cassation, com. 24 sept. 2025, n° 23-13.733).

A la suite d'un appel d'offre d'une communauté urbaine, deux entreprises ont chacune soumissionné. L'offre de l'une comportait deux options, dont l'une prévoyait un sous-traitant, lequel se révélait être l'autre entreprise soumissionnaire.

A la suite d'une enquête de la direction locale de la concurrence, un échange d'informations entre les deux entreprises avant le dépôt de leurs offres respectives est apparu. Le ministre de l'Économie faisait application de l'article L. 464-9 du code de commerce qui lui permet de traiter des « micro-pratiques anticoncurrentielles » par l'injonction de mettre fin auxdites pratiques et par la transaction.

Selon le texte dans sa réaction applicable à l'époque des faits, « Le ministre [...] de l'économie peut enjoindre aux entreprises de mettre un terme aux pratiques [ententes, abus de domination, ...] dont elles sont les auteurs [...], ne concernent pas des faits relevant des articles 81 et 82 du traité instituant la Communauté européenne et [si] le chiffre d'affaires que chacune d'entre elles a réalisé en France lors du dernier exercice clos ne dépasse pas 50 millions d'euros et que leurs chiffres d'affaires cumulés ne dépassent pas 200 millions d'euros. Le ministre chargé de l'économie peut également, dans les mêmes conditions, leur proposer de transiger. Le montant de la transaction ne peut excéder 150 000 € ou 5 % du dernier chiffre d'affaires connu en France si cette valeur est plus faible ».

L'une des deux entreprises concernées refusait la transaction proposée. Dans un tel cas, le dossier est renvoyé sur saisine du ministre à l'Autorité de la Concurrence (ADLC). Celle-ci condamnait par décision du 4 mars 2021 l'entreprise et ses sociétés mères à une amende de 435.000 € pour infraction à l'article L. 420-1 du code de commerce (ententes anticoncurrentielles) en participant à des échanges

d'informations confidentielles avec une autre entreprise. En appel, l'amende était ramenée à 272.000 €.

L'arrêt de la Cour de cassation, saisie d'un recours contre l'arrêt d'appel, permet de rappeler **quelques principes procéduraux** liés à l'injonction par le ministre et à la transaction et sur ce qu'est un **échange d'informations anticoncurrentiel par objet**. D'abord, selon la Cour, « en cas de refus de transiger, l'Autorité est saisie des faits, objets de la procédure de transaction, sans être tenue par les qualifications proposées par le ministre ni par son choix d'imputer la pratique en cause à certaines personnes morales seulement ». Plus généralement, l'ADLC **n'est pas tenue** par les textes relatifs aux pouvoirs du ministre et statue sur les faits comme elle le ferait pour n'importe quelle autre affaire.

Par ailleurs, selon la Cour de cassation, les seuils de chiffres d'affaires visés par le texte pour transiger sont ceux des personnes morales auteures de l'infraction **et ne s'y ajoutent pas ceux des sociétés du groupe auquel elles appartiennent**. En d'autres termes, il importe peu, pour bénéficier de la procédure de transaction, qu'une société dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas 50 millions € fasse partie d'un groupe dont le chiffre d'affaires dépasserait 50 millions €.

La société ayant refusé la transaction ne pouvait donc reprocher au ministre de lui avoir proposé une transaction, de sorte que la saisine de l'ADLC à la suite du refus de transiger **n'était pas irrégulière**. Cette approche **est une rareté** en droit de la concurrence puisque celui-ci a pour principe de ne pas s'arrêter au chiffre d'affaires ou aux parts de marché d'une personne morale mais de prendre en compte le chiffre d'affaires et les parts de marché de l'ensemble du groupe qui la contrôle.

S'agissant du fond, la Cour de cassation **rejette le pourvoi** car la cour d'appel de Paris a eu raison de **qualifier l'échange d'informations de restrictions par objet**, c'est-à-dire une infraction qui est en elle-même anticoncurrentielle, indépendamment de l'effet qu'elle a pu avoir sur le marché.

La Cour rappelle que « La notion de restriction de concurrence « par objet » doit être interprétée de manière stricte et ne peut être appliquée qu'à certains types de coordination entre entreprises révélant **un degré suffisant de nocivité** à l'égard de



la concurrence pour qu'il puisse être considéré que l'examen de leurs effets n'est pas nécessaire. En effet, **certaines formes de coordination entre entreprises peuvent être considérées, par leur nature même, comme nuisibles** au bon fonctionnement du jeu normal de la concurrence [...] ». Ainsi, pour déterminer si la restriction est anticoncurrentielle par objet, « il est nécessaire d'examiner, [...], la teneur de l'accord, de la décision ou de la pratique en cause, [...], le contexte économique et juridique dans lequel ils s'insèrent et, [...], les buts qu'ils visent à atteindre [...] ».

En l'espèce, « le dépôt de deux dossiers de candidature séparés par [chacune des deux entreprises] incluant **en apparence des offres indépendantes**, a nécessairement faussé la concurrence et trompé le maître d'ouvrage sur l'intensité de celle qui s'est exercée lors de l'appel d'offres », de sorte que « les informations échangées **allaient au-delà de celles nécessaires** à la négociation de la sous-traitance [...] ». La pratique incriminée constituait ainsi **une restriction de concurrence par objet**.

Pratiques restrictives

Un simple contrat d'utilisation d'une marque ne peut pas être qualifié de relation commerciale établie au sens de l'article L. 442-1, II du code de commerce (Cour d'appel de Paris, 10 sept. 2025, n° 23/10255).

En 2009, une association française d'enseignement supérieur privé reconnu par l'Etat a souhaité implanter au Maroc un établissement dispensant la même formation. Une **convention de partenariat** était conclue avec une société marocaine d'enseignement prévoyant le **versement d'une redevance** par cette dernière pour l'utilisation de la marque de l'association.

Par la suite, une nouvelle convention était signée entre les parties « *prévoyant que la redevance calculée sur le chiffre d'affaires réalisé et encaissé par [la société marocaine] ne serait plus reversée [à l'association française] mais [serait] directement utilisée sur place à des fins de communication et de développement des activités de [la société marocaine]* ».

L'association française en 2016 **mettait fin au partenariat** pour des manquements de la société marocaine, lui **interdisant** par ailleurs d'utiliser sa marque. Estimant que la rupture était **brutale**, la société marocaine **assignait** l'association française devant le tribunal de commerce de Paris pour obtenir réparation de son préjudice. Elle invoquait l'article L 442-6, I 5° (ancien) du code de commerce (devenu l'article L. 442-1, II) qui impose **le respect d'un préavis tenant compte notamment de la durée** de la relation commerciale établie avant de mettre un terme à ladite relation.

Pour que ce texte soit applicable, la relation des parties doit être **établie**, c'est-à-dire présenter un caractère **suivi, stable et habituel**, laissant entendre à la victime de la rupture qu'elle pouvait raisonnablement anticiper, **pour l'avenir**, une certaine continuité du flux d'affaires avec son partenaire commercial (V. en ce sens, Com., 15 septembre 2009, n° 08-19.200 et Com., 11 janvier 2023, n° 21-18.299).

En l'espèce, pour la Cour, **tel n'était pas le cas**. En effet, « la convention de coopération signée par les parties le 22 avril 2009, prévoit **une coopération** pour le développement des échanges pédagogiques entre les deux institutions ainsi que pour promouvoir un enseignement de qualité et la mise en œuvre de différentes activités de formation ». Par ailleurs, « **Seule une compensation financière** en application du contrat de licence de marque est prévue [...] sous la forme d'une **commission** sur

le chiffre d'affaires [...] ». En outre, en 2012, « une nouvelle convention s'est substituée à la précédente pour une durée expirant au 31 décembre 2019, prévoyant qu'une redevance annuelle [...] **sera réinvestie** par [la société marocaine] à des fins de communication et de développement de ses activités ».

En conséquence, pour la Cour, « le versement d'une redevance de marque ne qualifiait pas une relation commerciale établie, [...]. En effet, [l'association française] ne recevait aucune contrepartie pour son engagement et ses actions [...]. En outre, la seule mention à l'article 2.4 « Assistance commerciale » de la convention de partenariat, [...] s'inscrit **dans le cadre de la coopération et non de relations commerciales** ».

En conséquence, la société marocaine **ne pouvait revendiquer un préavis** tenant compte de la durée des relations commerciales au sens de l'article L 442-6, I 5° (ancien). **L'absence de contrepartie** pour l'association française pourrait cependant être discutée. En effet, plus que le caractère non établi de la relation, c'est l'**aspect commercial** de la relation qui paraît contesté par la Cour.

Pour autant, elle était **en droit de contester la cessation du contrat sur le fondement de la responsabilité contractuelle de droit commun** et la Cour retient que l'association française **ne démontrait pas** des manquements justifiant la cessation immédiate du contrat. Le contrat à durée déterminée venant à expiration le 31 décembre 2019, la société marocaine était fondée à solliciter une indemnisation du chef d'une rupture abusive de la convention et la Cour lui allouait une somme de 17.000 € de dommages et intérêts.

Concurrence déloyale

En l'absence d'une décision judiciaire, le seul fait d'informer des tiers d'une possible contrefaçon est constitutif d'un dénigrement des produits (Cour de cassation, com. 15 oct. 2025, n° 24-11.150).

Une société avait été autorisée à faire pratiquer **une saisie-contrefaçon de droits d'auteur** au préjudice de deux autres sociétés, puis empressait d'adresser à **plusieurs distributeurs** des produits possiblement couverts par les droits d'auteur une lettre de **mise en demeure** de cesser immédiatement d'offrir à la vente ces produits et de les promouvoir sur leur site internet.

Les sociétés visées par la saisie contrefaçon saisissaient **le juge des référés** pour obtenir notamment la cessation du **trouble manifestement illicite** constitué par l'envoi de cette lettre. En appel, la Cour d'appel **n'y voyait cependant pas de trouble manifestement illicite** car notamment « *les termes de la lettre litigieuse [...] [donnait aux distributeurs] connaissance d'informations factuelles sur l'existence de son droit d'auteur et sur le fait que la vente des produits visés [était] de nature à constituer un acte de contrefaçon de droit d'auteur* ».

L'arrêt d'appel **est cassé** par la Cour de cassation car « *en l'absence de **décision de justice** retenant l'existence d'actes de contrefaçon de droits d'auteur, le seul fait d'informer des tiers d'une possible contrefaçon de ces droits est constitutif d'un dénigrement des produits argués de contrefaçon* ».

Cette **position paraît fondée** dans la mesure où en l'absence d'une décision de justice, la contrefaçon alléguée n'existe pas même si l'auteur de la lettre **avait pris des précautions** et n'affirmait pas qu'une telle contrefaçon était certaine. Il y a cependant lieu de relever que la Cour de cassation ne spécifie pas que la décision doit être définitive.

DROIT DE LA DISTRIBUTION

Contrat de franchise et droits du franchisé sur la clientèle à l'issue du contrat (Cour d'appel de Paris, 5 sept. 2025, n° 24/19105).

Deux sociétés s'étaient liées par un **contrat de franchise** en 2007 pour l'exploitation d'un institut de beauté. En 2022, le franchisé faisait état de difficultés de fonctionnement **du logiciel de gestion imposé** par le franchiseur. En 2023, ce dernier **mettait en demeure le franchisé de respecter ses obligations contractuelles** (manquements aux obligations de propreté et d'hygiène, à la clause d'approvisionnement exclusif, ...).

Ces reproches étaient à nouveau faits au franchisé en février 2024, lequel constatait que l'ensemble du **logiciel était bloqué** en mai 2024, l'empêchant ainsi notamment de gérer **son fichier client**. Peu après, le franchiseur résiliait le contrat de franchise tandis que **le franchisé le mettait en demeure « de lui fournir une copie des données de son centre qui soient exhaustives, exploitables et transposables et ce, avant le lendemain »**.

Les données que transmettait le franchiseur n'étaient pas exploitables selon le franchisé car il lui fallait ressaisir **les données (transmises par voie postale) manuellement**. Celui-ci saisissait donc le juge des référés aux fins notamment d'enjoindre au franchiseur **« de lui fournir une copie de sa Data, c'est-à-dire une copie exhaustive des données numériques qui soient consultables, téléchargeables, et transposables, sans avoir à ressaisir les données, sous astreinte [...] »**.

Le juge des référés ayant fait droit aux demandes du franchisé, le franchiseur faisait appel de la décision. La cour d'appel relève que **« si le contrat prévoit expressément que [le franchiseur] est propriétaire du logiciel et que le franchisé est obligé de l'utiliser, il ne prévoit aucune disposition particulière sur la propriété du fichier client. Ce fichier, certes présenté et géré à l'aide du logiciel créé par [le franchiseur], contient toutes les informations recueillies par [le franchisé] sur sa clientèle »**.

Or, selon la Cour, **« si une clientèle est au plan national attachée à la notoriété de la marque du franchiseur, la clientèle locale n'existe que par le fait des moyens mis en œuvre par le franchisé, parmi lesquels les éléments corporels de son fonds de commerce, matériel et stock, et l'élément incorporel que constitue le bail, que cette clientèle fait elle-même partie du fonds de commerce du franchisé puisque, même si celui-ci n'est pas le propriétaire de la marque et de l'enseigne [...], elle est créée par son activité, avec des moyens que, contractant à titre personnel avec ses fournisseurs ou prêteurs de deniers, il met en œuvre à ses risques et périls »**.

En conséquence, **« le franchisé doit pouvoir accéder à son fichier client nonobstant l'origine du logiciel qui en assure le stockage et la gestion et la protection accordée par l'article L. 341-1 du code de la propriété intellectuelle au producteur de la base de données [...] »**. Le franchiseur a donc bien commis **un trouble manifestement illicite « en privant [le franchisé] de son fichier client [...] »**.

Pour être qualifié d'agent commercial, un prestataire doit exercer son activité de manière indépendante (Cour d'appel de Paris, 12 sept. 2025, n° 23/06934).

Une entreprise française (le consultant) ayant pour activité la **représentation commerciale** dans le secteur du jouet est entrée en relation avec une entreprise américaine (le client), spécialisée dans l'édition de jeux électroniques, dans le but de souscrire un

contrat de consultant stipulant notamment que **« Les honoraires de consultant s'élèvent à 8 000,00 \$ (huit mille dollars américains) par mois jusqu'au 6 mars 2020 et un bonus de 2 % sur la valeur des ventes effectuées jusqu'au 6 mars 2020 et pas au-delà [...] »**.

Par la suite, les relations des parties **vont se détériorer** pour aboutir à l'assignation de la société américaine par la société française devant le tribunal de commerce de Paris afin d'obtenir **le paiement d'un solde de commission et d'une indemnité de fin de contrat** sur le fondement de l'article L. 134-12 du code de commerce applicable aux contrats d'agence commerciale.

La question posée aux juridictions saisies était donc de savoir si **la relation entre les parties pouvait être qualifiée de contrat d'agence commerciale**, même si finalement aucun contrat écrit n'avait été signé par les parties. L'article L. 134-1 du code de commerce **définit ce qu'est un agent commercial**, même si en l'espèce, la Cour relève qu'il n'est pas certain que le droit français s'applique. Notamment, l'agent commercial, pour être qualifié comme tel, doit être **indépendant** de son mandant.

Or, en l'espèce, la Cour juge que la relation **ne peut être qualifiée** de contrat d'agence commerciale, faute pour la société française d'avoir agi de manière indépendante. La Cour relève notamment, en se fondant sur la proposition de contrat qui n'a cependant pas été signé par les parties, que :

- **« A la fin de chaque mois, le Consultant soumet une facture au Client [...] et y joint un relevé du temps passé au cours du mois écoulé qui donne le détail des jours où le Consultant a travaillé, des Services fournis et du montant des honoraires à payer »**.
- **« Le Client rembourse au Consultant les frais raisonnables et documentés de déplacement, de divertissement et autres dépenses connexes [...] »**.
- **« Le Client rembourse au Consultant le kilométrage raisonnable et documenté des déplacements en voiture »**.

Ces éléments traduisaient, selon la Cour, le fait que la société française n'exécutait pas une **activité indépendante des moyens** que lui accordait la société américaine, et ce d'autant que la société française poursuivait **une activité concurrente** de celle de la société américaine.

Ce n'est évidemment **pas la première fois** qu'une relation commerciale n'est pas qualifiée d'agence commerciale pour défaut d'indépendance de celui qui **invoque ce statut** (V. par exemple, Com. 14 novembre 2024, n° 23-16.948 et L'actualité du droit économique n° 42). Cependant, les motifs de la Cour pour dénier le statut **n'emporte pas totalement** la conviction. En effet, un agent commercial doit également **rendre des comptes** et il n'est **pas rare que ses frais** soient remboursés. Cet arrêt illustre la **difficulté** qu'il y a à qualifier un contrat de **« représentation »** au regard des diverses qualifications possibles (mandataire, commissionnaire, prestataire, agent commercial, ...).

Une résiliation avec préavis n'est pas abusive parce que le constructeur automobile lié par trois contrats à un concessionnaire met fin au dernier contrat quelques jours après que les deux premiers ont pris fin (Cour d'appel de Paris, 22 oct. 2025, n° 23/19525).

Un constructeur automobile était lié par **trois contrats de concession** à un même concessionnaire automobile pour trois sites (Muret, Toulouse et Saint-Gaudens). En 2014, le constructeur et le concessionnaire avaient conclu un premier

contrat de concession pour la représentation de la marque à **Saint-Gaudens**. Puis, en 2016, le concessionnaire, après avoir racheté les fonds de commerce de **Muret et de Toulouse** aux concessionnaires de la marque alors en place, concluait un contrat pour chacun de ces deux sites. **Fin 2018**, le constructeur n'étant pas satisfait des résultats des ventes à Muret et à Toulouse, se mettait d'accord avec le concessionnaire pour que celui-ci cède à un repreneur ayant l'agrément du constructeur les fonds rachetés deux ans auparavant.

Le concessionnaire **cessait donc de représenter la marque à Muret et à Toulouse**. Quelques jours plus tard, **en janvier 2019**, le constructeur **décidait de mettre fin au contrat de concession de Saint-Gaudens** en accordant le préavis contractuel de deux années.

Le concessionnaire **assignait le constructeur** pour résiliation abusive devant le tribunal judiciaire de Paris qui le **déboutait** de ses demandes. Il faisait appel et, comme en première instance, il faisait valoir que le constructeur **lui avait dissimulé une information importante** au moment de la cession des fonds de commerce de Toulouse et de Muret. Selon le concessionnaire, s'il avait su que le contrat de concession de Saint-Gaudens serait résilié à l'issue de la cession des fonds de commerce de Muret et Toulouse, **il aurait négocié les modalités de sa sortie globale** du réseau (reprise de stocks, indemnisation des investissements réalisés, ...). Il faisait aussi valoir qu'il avait engagé *via* une société sœur **d'importants investissements en 2015** pour satisfaire aux standards de la marque.

La cour d'appel **confirme** le jugement de première instance. Elle juge notamment que « **ni le contrat ni la loi n'impose[nt]** [au constructeur] **d'alerter** [le concessionnaire] sur sa décision de rompre le contrat **préalablement à la notification** de la rupture avec un préavis qui remplit déjà une fonction informative ». Par ailleurs, selon la Cour, « rien ne [prouvait] que [le constructeur] ait, lors des cessions, **nourri le dessein** [d'y]mettre un terme ».

Sur ce point, l'arrêt de la cour d'appel **est conforme à une décision plus ancienne de la Cour de cassation** qui avait jugé qu'un constructeur automobile ne commettait pas de faute parce qu'il avait « attendu d'avoir négocié et conclu la reprise des succursales de [...] et [...] et l'extension de leur territoire exclusif avec un tiers pour procéder à la résiliation du contrat de concession [du concessionnaire] » car ce constructeur « **avait respecté le préavis contractuel**, propre à permettre au concessionnaire d'organiser sa reconversion » (Com. 6 mai 2002, n° 99-14.09).

La cour d'appel juge également que les **investissements** invoqués par le concessionnaire **ne rendaient pas la résiliation abusive**. En effet, « les conditions de la rupture étaient connues dès l'origine par [le concessionnaire] ». En outre, le concessionnaire représentant plusieurs marques, les **investissements** n'avaient pas été entrepris pour la seule marque du constructeur poursuivi. Par ailleurs, le caractère **non-réutilisable** des investissements n'était pas établi et ceux-ci étaient **amortis**. La résiliation n'était donc **pas abusive**.

Dans la mesure où le préavis accordé était de deux années, le concessionnaire ne pouvait pas contester la durée du préavis **sur le fondement de la rupture brutale** de l'article L. 442-6, I, 5° (ancien) du code de commerce alors applicable, les relations étant de moins **de cinq années au moment de la résiliation**. Pour contester la résiliation, le concessionnaire **devait donc essayer aller sur le terrain de la faute contractuelle et en particulier sur l'absence de bonne foi** dans l'exécution du contrat [article 1134 al. 3 (ancien) du code civil devenu l'article 1104] (V. par exemple, Paris, 24 avril 2024, n° 22/06051).

DROIT DE LA CONSOMMATION

« Dieselgate » : la Cour de cassation casse l'arrêt d'appel ayant débouté l'acquéreur d'un véhicule de ses demandes de résolution du contrat et d'indemnisation (Cour de cassation, civ. 1^{ère}, 24 sept. 2025, n° 23-23.869).

L'acquéreur d'un véhicule automobile **était informé quelque temps après son achat par le constructeur « de l'ouverture d'une enquête sur des équipements d'automobiles à moteurs diesel destinés à tromper les mesures anti-pollution et de la nécessité de mettre à jour un logiciel dont son véhicule était équipé »**. L'acquéreur **assignait** le constructeur et sa société de financement « **en résolution du contrat de vente initial du fait du défaut de délivrance conforme** et, subsidiairement, en **nullité** et en indemnisation, invoquant une **erreur sur les qualités substantielles de la voiture** [...] ».

Après un long périple judiciaire (première instance, cour d'appel, Cour de cassation, cour d'appel de renvoi), les parties **se retrouvaient une nouvelle fois devant la Cour de cassation** après que la cour d'appel de renvoi a débouté l'acquéreur de sa demande de résolution du contrat de vente. La Cour de cassation tranche plusieurs questions juridiques. La Cour juge d'abord, au visa de **l'article 1604 du code civil** relatif à l'obligation de délivrance du vendeur, que « **l'implantation d'un logiciel destiné à tromper les mesures d'émission d'oxydes d'azote [...] est prohibée et constitue [...], un défaut de conformité [...]** ».

La Cour de cassation affirme également que « **caractérise un manquement grave du vendeur à son obligation de délivrance conforme, justifiant la résolution du contrat, le fait de livrer à un acquéreur un véhicule à moteur équipé d'un dispositif d'invalidation [...] dont l'utilisation est interdite [...]** ». En conséquence, la cour d'appel **ne pouvait juger** que « l'acquéreur ne [pouvait] se plaindre d'un défaut que le constructeur **lui offrait de réparer** [...] et qu'il utilise le véhicule depuis plus de treize ans sans difficulté particulière » car « en statuant ainsi, la cour d'appel, [...] **a méconnu le droit de l'acquéreur d'obtenir la résolution du contrat** [...] ».

Enfin, la Cour de cassation **casse encore l'arrêt d'appel** en ce qu'il a jugé que « **ni le contrat de vente ni aucun des documents [contractuels] ne mentionnaient le taux d'émission de gaz**, en sorte que l'acquéreur ne rapportait pas la preuve, qui lui incombait, de ce qu'il aurait fait du respect d'un taux particulier d'émission une **condition déterminante** de son consentement ». Or, selon la Cour de cassation, la cour d'appel aurait dû rechercher « **si l'acquéreur n'avait pas commis une erreur, déterminante de son consentement, en concluant un contrat portant sur un véhicule dont il ignorait qu'il était équipé d'un dispositif d'invalidation interdit [...]** ». En effet, la Cour de cassation rappelle « **qu'il n'y a point de consentement valable si le consentement n'a été donné que par erreur** [...] ».

La procédure est renvoyée à nouveau devant **une cour d'appel de renvoi** (Toulouse). Cette dernière devra tirer les enseignements de cet arrêt de la Cour de cassation qui juge que l'implantation d'un logiciel destiné à tromper les mesures d'émission d'oxydes d'azote constitue **un défaut de conformité**, que le fait de livrer un véhicule à moteur équipé d'un dispositif d'invalidation dont l'utilisation est interdite constitue un **manquement grave du vendeur à son obligation de délivrance conforme** et enfin, que le consentement du client, qui ignorait que le véhicule était équipé d'un dispositif interdit, pourrait **avoir été vicié**. Il convient de préciser que les principes dégagés par cet arrêt **trouveraient à s'appliquer** aussi au **bénéfice de clients non-consommateurs**.