



## Dépannage d'urgence à domicile • De plus en plus d'arnaques

Publié le : 15/11/2017

**La dernière enquête de la Répression des fraudes (DGCCRF) prouve que les méthodes commerciales des dépanneurs en serrurerie, plomberie, vitrierie et autres travaux d'urgence sont de plus en plus agressives, et les prix de plus en plus exorbitants.**

Entre cartons publicitaires trompeurs déposés dans les boîtes aux lettres, pratiques commerciales agressives et frauduleuses, abus de faiblesse et prix délirants qui peuvent atteindre 6 000 € pour un changement de serrure, les enquêteurs de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) en ont vu de belles. Sur les 624 entreprises contrôlées en 2016, 56 % étaient en infraction.

Dans la majorité des cas, soulignent-ils, le devis n'est remis au client qu'après les travaux alors que le professionnel y appose la mention « *devis reçu avant l'exécution des travaux* ». De plus, « *certains dépanneurs se montrent agressifs et menaçants envers des clients qui contestent le prix, et des abus de faiblesse, des pressions psychologiques ont été observés* ». Enfin, des professionnels contrôlés ne sont même pas qualifiés pour exercer leur corps de métier, ils ne sont d'ailleurs pas inscrits au répertoire des métiers.

Plus de 100 procès-verbaux d'infraction pénale ont été dressés, et le dépôt de **cartons calibrés pour être confondus avec des documents officiels** a donné lieu à 544 400 euros d'amendes.

À *Que Choisir*, malheureusement, les résultats de cette enquête de la DGCCRF ne surprennent guère. **Nous avons beau avertir régulièrement**, les témoignages de victimes de serruriers ou de plombiers sans scrupules ne se tarissent pas. Alors répétons-le, conserver les cartons déposés dans les boîtes aux lettres ou appeler la première entreprise de serrurerie ou de plomberie repérée sur Internet revient à se jeter dans la gueule du loup, en l'occurrence la société de dépannage malhonnête. Invariablement, **on tombe sur des arnaqueurs**, jamais sur de vrais professionnels. Ces derniers n'ont pas les moyens de dépenser des fortunes pour être bien placés sur le Web, ni le temps d'inonder les boîtes aux lettres de cartons publicitaires.

(Source UFC Que Choisir 16/11/2017)