

3

LES CAHIERS JURIDIQUES
DE LA CHAMBRE DES MÉTIERS

DROIT DE LA CONSOMMATION



**CHAMBRE
DES MÉTIERS**
SERVICES AUX ENTREPRISES



LES CAHIERS JURIDIQUES
DE LA CHAMBRE DES MÉTIERS

DROIT DE LA CONSOMMATION

Fiche 1

L'INDICATION DES PRIX
DES PRODUITS ET DES
SERVICES

Fiche 01 - L'indication des prix des produits et des services

Mise à jour : 19.01.2024

Le code de la consommation regroupe toutes les dispositions légales qui s'appliquent dans les relations entre un professionnel et un consommateur.^[1]

Le code de la consommation définit de manière uniforme les notions de « professionnel » et de « consommateur » (art.L.010-1, c.cons.) :

- est consommateur : « toute **personne physique** qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale » ;
- est professionnel : « toute **personne physique ou morale** qui agit à des fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale industrielle, artisanale ou libérale, et toute personne agissant au nom et pour le compte d'un professionnel. »

1. Le prix comme information précontractuelle et substantielle

1.1. Une information précontractuelle

Le professionnel doit indiquer au consommateur ses prix et ceci indépendamment de savoir si un contrat sera effectivement conclu.

1.1.1. Contrat à distance ou hors établissement

a) Le prix est visé dans la liste des informations précontractuelles pour les contrats autres que les contrats à distance ou hors établissement.

Référence légale : article L.113-1 (1) c) du code de la consommation

La loi n'impose pas ici que l'information soit communiquée par écrit, ou sur un support durable, mais qu'elle soit communiquée de « façon claire et compréhensible » pour autant que les informations ne « ressortent pas du contexte. »

Parmi la liste de informations, ce texte impose au professionnel de communiquer :

- Le prix total du bien ou du service toutes taxes comprises, ou
- lorsque le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance du fait de la nature du bien ou du service, le mode de calcul du prix et, les éventuels frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement ; ou
- lorsque ces frais ne peuvent être raisonnablement calculés à l'avance, la mention que ces frais peuvent être exigibles.

b) Le consommateur peut demander la résolution du contrat si, notamment, le prix exigé n'est pas le même que celui indiqué.

Ceci résulte de l'article L.111.1 qui précise que : « Lorsque le bien ou le service n'est pas conforme (à l'information précontractuelle) (...), le consommateur peut demander la résolution du contrat. »

1.1.2. Communication commerciale

Si la communication commerciale fait référence au prix, elle doit indiquer le prix en conformité avec les règles en matière d'affichage qui sont ci-après détaillées.

Une communication commerciale doit indiquer, si un prix exact ne peut pas être déterminé, la méthode de détermination du prix afin que le consommateur puisse vérifier le prix.

1.2. Une information substantielle

1.2.1. Le risque de pratique commerciale déloyale

a) Une information fautive, ou de nature à induire en erreur le consommateur moyen concernant « le prix ou le mode de calcul du prix, ou l'existence d'un avantage spécifique quant au prix » et que cette information l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement, est une « action trompeuse » (article L.122-2 (1) d) du code de la consommation).

b) Des informations en matière de prix dissimulées, ou fournies de façon « peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps et que cette omission amène ou est susceptible d'amener le consommateur à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement », sont des omissions trompeuses (article L.122-3 du code de la consommation).

1.2.2. Le risque de clause abusive

Deux exemples de clauses abusives concernant la détermination du prix sont listés par l'article L.211-3 (10) du code de la consommation :

- la clause qui prévoit que le prix sera déterminé au moment de la fourniture de la prestation.
- la clause qui prévoit que le prix pourra être augmenté sans que le consommateur ait corrélativement le droit de résilier le contrat lorsque le prix définitif devient excessif par rapport à celui auquel il pouvait s'attendre au moment de la conclusion

2. L'indication des prix

Base légale : articles L.112-1. À L.112-9 du code de la consommation.

Les infractions sont punies d'une amende de 25 à 1.000 euros.

2.1. Principes communs aux produits et aux services

On notera les principes communs suivants listés par l'article L.112-2 du code de la consommation :

Les prix des produits et le tarif des services doivent être portés à la connaissance des consommateurs

- de manière non équivoque, facilement identifiable et aisément lisible.
- en euros.

Le prix exigé ne peut pas être supérieur à celui qui est indiqué.

Les prix pour les salons de consommation, et le secteur HORESCA, doivent être indiqués « services compris »

2.2. L'obligation d'indiquer le prix antérieur en cas de solde

Base légale : article L.112-2-1 du code de la consommation

Toute annonce d'une réduction du prix d'un bien doit indiquer le prix antérieur appliqué par le professionnel pendant une durée déterminée avant l'application de la réduction de prix.

Le prix antérieur doit désigner le prix le plus bas appliqué par le professionnel au cours d'une période qui n'est pas inférieure à trente jours avant l'application de la réduction de prix.

Si le bien est commercialisé depuis moins de trente jours, le prix antérieur désigne le prix le plus bas appliqué par le professionnel depuis la commercialisation du bien concerné.

Si la réduction de prix est progressivement augmentée, le prix antérieur désigne le prix sans réduction avant la première application de la réduction de prix.

2.3. Les obligations spécifiques pour la vente de produits

On rappellera le principe du Code civil suivant lequel le prix, qui fait partie de l'objet d'un contrat,

doit être déterminé et désigné par les parties en matière de vente.

Base légale : article 1591 du code civil

« *Le prix de la vente doit être déterminé et désigné par les parties* ».

En revanche une telle obligation n'existe pas matière de prestation de service où le prix peut-être « déterminable », c'est-à-dire déterminé en fonction du temps presté et des matériaux mis en œuvre sur base d'un taux horaire et d'un prix unitaire convenu d'avance.

2.3.1. L'obligation d'indiquer un double prix

Le principe posé par le Code de la consommation est que l'indication du prix vise le prix de vente du produit, mais aussi le prix de l'unité de mesure (ou prix de l'UM).

L'obligation d'indiquer le prix à l'UM est en réalité :

- un principe applicable aux produits alimentaires, sauf exception, et
- une exception applicable à certains produits non-alimentaires.

a) Concernant l'indication du prix de vente

Le prix de vente est défini comme étant le prix TVA et toutes taxes accessoires comprises qui est demandé pour une unité ou une quantité donnée du produit.

Il existe deux situations où il n'est pas nécessaire d'indiquer le prix de vente :

(1) Lorsque le produit est commercialisé en vrac, sans conditionnement préalable, et qui est mesuré en présence du consommateur : dans ce cas seul le prix à l'unité de mesure doit être indiqué.

(2) Lorsque des produits différents sont commercialisés sous un même emballage : dans ce cas seul le prix de vente de l'ensemble doit être indiqué.

b) Concernant l'indication du prix de l'unité de mesure (prix de l'UM)

Le prix à l'unité de mesure (UM) est défini comme étant le prix TVA et toutes taxes accessoires comprises qui est demandé pour un kilogramme, un litre, un mètre, un mètre carré ou un mètre cube.

Le prix à l'unité de mesure n'a pas à être indiqué dans les situations suivantes :

(1) Le prix de l'UM est identique au prix de vente

Dans ce cas seul le prix de vente doit être indiqué.

(2) Les commerces de moins de 400 m² ou les commerces ambulants

Cependant

- si les produits sont vendus en vrac, il faudra indiquer le prix de l'UM
- si le commerce effectue une communication commerciale faisant référence au prix, il doit indiquer le prix à l'UM en plus du prix de vente

(3) Certains produits alimentaires

Il s'agit des produits alimentaires dont la quantité n'excède pas 100 g/ml, les pâtisseries et produits de boulangerie (autre que le pain), et les fruits, légumes, épices, et les produits qui sont habituellement vendus à la pièce ou à l'unité.

(4) Les produits non-alimentaires sauf pour certains produits qui sont listés par la loi.

L'obligation d'indiquer le double prix (prix de vente et prix à l'unité de mesure) vise les produits non-alimentaires suivants :

- **Produits d'hygiène et de beauté**

Savons de toilette, dentifrices et lotions dentaires, produits de bain et de douche, soins de la

chevelure, produits de rasage, eaux de toilette et eaux de Cologne à l'exception des extraits de parfum ; lotions d'hygiène corporelle, émulsions, crèmes de soin, crèmes solaires.

- **Produits d'entretien ménager :**

Produits à récurer, détartrer, déboucher, décaper, détacher, produits d'entretien des sols, tapis, vinyles, vitres, produits lessiviels (tels les produits à laver et les assouplissants).

- **Produits de construction, de bricolage et de jardinage :**

Ciments, chaux, plâtres et sables, tissus et panneaux d'isolation, produits chimiques de base comme les colorants, les solvants et les acides, les peintures, les vernis et les diluants, les colles, les produits d'entretien et d'amendement des sols, les tourbes, terreaux, composts et autres produits phytosanitaires, les semences, les câbles, les verres plats et produits assimilés, produits d'entretien des matériaux.

(5) Les produits vendus à l'occasion d'une prestation de service

Si un produit est vendu à l'occasion d'une prestation, le professionnel doit se conformer aux règles d'affichage applicables en matière de prestation de service.

2.3.2. L'obligation de visibilité

L'obligation de visibilité du prix dépend du degré d'exposition du produit

Produits visibles à l'extérieur	Prix visibles à l'extérieur.
Produits visibles à l'intérieur	Prix visibles à l'intérieur Ces prix peuvent être indiqués de manière collective s'ils se rapportent à des produits identiques réunis en un même endroit.
Produits non exposés	Ces produits doivent, soit faire l'objet d'un étiquetage, soit d'une liste de prix exposée à l'intérieur du magasin et accessible au public

2.4. Les obligations spécifiques pour les prestations de services

L'obligation d'informer le prix du service comprend en réalité trois types d'obligations :

- **L'obligation d'indiquer les tarifs unitaires toutes taxes comprises des prestations les plus courantes**

Cette obligation vise tout professionnel à l'exclusion des professions libérales.

- **L'obligation d'informer les différents paramètres utilisés pour le calcul du prix total**

Si le prix définitif ne peut être déterminé par avance, le professionnel doit communiquer au consommateur les éléments permettant de calculer ce prix, comme par exemple le tarif horaire de la main-d'œuvre toutes taxes comprises, les frais de déplacement.

- **Lorsque le professionnel dispose de locaux aménagés et accessibles au public, ses tarifs doivent être affichés et être visibles tant de l'extérieur que de l'intérieur.**

Si les prestations de services proposées sont trop nombreuses pour pouvoir établir un affichage lisible par la clientèle, l'affichage peut être remplacé par un « catalogue-brochure » reprenant le prix des prestations les plus courantes et mis à disposition du public dans les lieux de sa réception, ou un devis qui indique la somme globale à payer toutes taxes comprises.

3. Pour aller plus loin

Le Ministère de la Protection des Consommateurs propose du matériel d'information gratuit pour les professionnels :

Guide pour le professionnel - Direction de la protection des consommateurs // Le gouvernement luxembourgeois

[1] Loi du 8.04.2011 portant introduction d'un code de la consommation (mèm. A - n°69 du 12.04.2011). Les dispositions légales suivantes, ayant été codifiées, se trouvent abrogées (art 2) :

- la loi modifiée du 25 août 1983 relative à la protection juridique du consommateur;
- la loi modifiée du 9 août 1993 réglementant le crédit à la consommation;
- la loi modifiée du 14 juin 1994 portant réglementation des conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours et portant transposition de la directive du 13 juin 1990 concernant les voyages, vacances et circuits à forfait;
- la loi modifiée du 18 décembre 1998 relative aux contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers;
- les articles 52bis à 59 de la loi modifiée du 14 août 2000 relative au commerce électronique;
- la loi modifiée du 16 avril 2003 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance;
- la loi modifiée du 19 décembre 2003 fixant les conditions d'agrément des organisations habilitées à intenter des actions en cessation;
- la loi modifiée du 21 avril 2004 relative à la garantie de conformité;
- les alinéas 6 à 10 de l'article 2 de la loi modifiée du 17 mai 2004 relative à la concurrence;
- la loi modifiée du 18 décembre 2006 sur les services financiers à distance;
- la loi du 23 avril 2008 relative à la recherche et à la sanction des violations des droits des consommateurs;
- la loi du 29 avril 2009 relative aux pratiques commerciales déloyales.



LES CAHIERS JURIDIQUES
DE LA CHAMBRE DES MÉTIERS

DROIT DE LA CONSOMMATION

Fiche 2

LA QUALIFICATION D'UN
CONTRAT HORS
ÉTABLISSEMENT

Fiche 02 - La qualification d'un contrat hors établissement

Mise à jour : octobre 2023

Le code de la consommation définit quatre situations dans lesquelles le contrat conclu est à considérer comme hors établissement (art.L.222-1 §1), c.cons.).

La mise en œuvre de ces définitions n'est cependant pas évidente, et l'attention du professionnel doit être attiré sur les risques qu'un contrat a priori « classique » soit qualifié de hors établissement, particulièrement lorsque le professionnel est amené à visiter le domicile de son client consommateur.

1. La règle générale de qualification

§ La réunion de deux critères cumulatifs

La première situation décrite à l'article L.222-1 §1 peut servir de règle générale permettant de distinguer deux critères cumulatifs qui sont nécessaires pour qualifier un contrat de « hors établissement » :

- 1) Le contrat doit être conclu en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur : il s'agit de la première condition, qui est immuable à tous les contrats hors établissement.
- 2) Le contrat doit être conclu ailleurs que dans l'établissement commercial du professionnel : il s'agit de la seconde condition, qui est cependant susceptible de déclinaisons (cf. ci-dessous, §1.1.2).

§ La notion d'établissement commercial

Une question préalable à se poser afin de qualifier un contrat de « hors établissement » sera de savoir si le site commercial où exerce le professionnel est légalement considéré comme étant un « établissement. »

Depuis la réforme du code de la consommation de 2014, l'établissement commercial peut être non seulement dans un « immeuble », mais aussi dans un « meuble ^[1] » : un étal de marché, un stand dans une foire, ou un même un camion peut être un « établissement commercial.

Pour qualifier un site commercial « d'établissement », la loi propose des critères tirés de « la permanence » pour les immeubles, et de « l'habitude » pour les meubles (art.L.222-1 §3, c.cons.) :

- Un immeuble est considéré comme un établissement s'il sert de siège d'activité permanent.
- Un meuble est considéré comme un établissement s'il sert de siège d'activité habituel : ce critère tiré de l'habitude ne manquera cependant pas de soulever des discussions.^[2]

2. Les situations particulières

A côté de la situation précédemment décrite en tant que règle générale – soit un contrat conclu en présence physique des parties dans un lieu autre que l'établissement commercial du professionnel - le code de la consommation décrit trois autres situations dans lesquelles le contrat doit être aussi qualifié de hors établissement.

Un contrat sera également qualifié « hors établissement » s'il est conclu conformément à l'une des trois situations particulières décrites ci-après.

- 1) Première situation particulière : le contrat est conclu à la suite d'une offre du consommateur qui a été faite en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel.

2) Deuxième situation particulière : le contrat est conclu dans l'établissement commercial du professionnel ou au moyen d'une technique de communication à distance, mais immédiatement après que le consommateur a été sollicité personnellement et individuellement, dans un lieu qui n'est pas l'établissement commercial du professionnel, en la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur.

Dans cette situation, le contrat est présumé de « hors établissement » par une fiction légale, car il est présumé que le consommateur n'a pas eu le temps de réfléchir à l'estimation du professionnel avant de conclure le contrat.

Les critères de la « sollicitation » du consommateur préalable, et de « l'immédiateté » de la conclusion du contrat ne manqueront pas de soulever des discussions (cf. ci-après, § 1.2.2.).

3) Troisième situation particulière : le contrat est conclu pendant une excursion organisée par le professionnel ayant pour but ou pour objet de promouvoir et de vendre des biens ou des services au consommateur.

3. L'exception des « petits contrats »

La loi prévoit que les dispositions pour les contrats hors établissement ne s'appliquent pas pour les contrats pour lesquels le paiement à charge du consommateur ne dépasse pas 50 euros (article L.222-2 §1, c.cons.).

Cependant cette exception ne joue pas si le contrat est conclu de « porte-à-porte » : dans ce cas les dispositions protectrices en faveur des consommateurs s'appliquent même pour ces « petits contrats ».

• Les critères permettant de qualifier un contrat hors établissement : vue schématique

4. La situation particulière du professionnel qui est amené à se déplacer au domicile d'un consommateur

Lorsqu'un professionnel est amené à visiter son client pour prendre des mesures et effectuer une estimation des prestations demandées, il est utile de clarifier les situations concrètes suivantes pouvant se présenter :

4.1.1. Le consommateur demande que le contrat soit immédiatement conclu

Si le contrat est conclu sur place, il sera qualifié de « hors établissement » avec toutes les conséquences que cela suppose, notamment en terme de formalisme à respecter.

S'il s'agit cependant de travaux de réparation et de maintenance qui ont été demandés par le consommateur, et que le paiement ne dépasse pas 200 euros, le formalisme imposé a été atténué (cf. ci-après, fiche XYZ, Point XYZ).

4.1.2. Le contrat est conclu au moyen d'une technique de communication à distance

Cette situation est courante en pratique car elle évite au consommateur de se déplacer dans l'établissement commercial du professionnel pour signer le contrat.

Dans cette situation, il y a deux possibilités :

- Si le contrat est conclu « immédiatement » après la visite du professionnel, il y a un risque que le contrat soit qualifié de « hors établissement » par fiction légale (cf. la deuxième situation particulière décrite par la loi, §1.1.2. ci-dessus).

Cette qualification dépendra de l'interprétation qui sera donnée à chaque cas d'espèce, et notamment de savoir ce que recouvre la condition que le professionnel ait au préalable « sollicité personnellement et individuellement le consommateur. »

Est-ce que cette condition impose une démarche préalable active du consommateur, ou est-elle réalisée par la simple présence du professionnel au domicile du consommateur ?

- Si le consommateur a eu le temps de réfléchir à l'estimation du professionnel, le contrat ne devrait pas être considéré comme étant un hors établissement.^[3]

En revanche le risque que le contrat soit qualifié de contrat à distance reste ouvert (cf, ci-après, Fiche YXZ).

[1] Les « meubles » sont, de manière simplifiée, les biens qui ne sont pas incorporés au sol, à la différence des « immeubles » qui le sont. Cette distinction est précisée par le code civil aux articles 516 et suivants.

[2] La Directive 2011/83UE dans son Considérant 22 apporte quelques précisions sur ce critère tiré de siège d'activité habituel: « (...) *Les magasins de vente au détail où le professionnel exerce son activité à titre saisonnier, par exemple pendant la saison touristique dans une station de ski ou dans une station balnéaire, devraient être considérés comme des établissements commerciaux étant donné que le professionnel y exerce son activité à titre habituel. Les espaces accessibles au public, tels que les rues, les galeries commerçantes, les plages, les installations sportives et les transports publics, que le professionnel utilise à titre exceptionnel pour ses activités commerciales, ainsi que les domiciles privés ou les lieux de travail, ne devraient pas être considérés comme des établissements commerciaux. L'établissement commercial d'une personne agissant au nom ou pour le compte du professionnel, conformément à la définition de la présente directive, devrait être considéré comme un établissement professionnel au sens de la présente directive.* »

[3] Dans ce sens, Directive 2011/83/UE, Considérant 21 « (...) *La définition du contrat hors établissement ne devrait pas couvrir les situations dans lesquelles le professionnel vient tout d'abord au domicile du consommateur, uniquement pour prendre des mesures ou donner une estimation sans engagement de la part du consommateur, le contrat n'étant conclu que plus tard, dans l'établissement commercial du professionnel ou au moyen de la communication à distance, sur la base de l'estimation du professionnel. Dans ces cas, le contrat n'est pas considéré comme ayant été conclu immédiatement après que le professionnel a sollicité le consommateur si le consommateur a eu le temps de réfléchir à l'estimation du professionnel avant de conclure le contrat.(...).* »



LES CAHIERS JURIDIQUES
DE LA CHAMBRE DES MÉTIERS

DROIT DE LA CONSOMMATION

Fiche 3

QUALIFICATION CONTRAT À DISTANCE

Fiche 03 - Qualification contrat à distance

1.

2. La qualification d'un contrat à distance

Pour qualifier un contrat de contrat à distance, la loi impose de prendre en considération deux critères cumulatifs.

Une des difficultés est de déterminer avec certitude la réalisation du second critère lorsqu'il y a eu, pendant la période précontractuelle, une rencontre physique entre le professionnel et le consommateur.

2.1. Les deux critères cumulatifs prévus par la loi

L'article L.222-1 §1 du code de la consommation exige la réunion des deux critères cumulatifs suivants pour qu'un contrat soit qualifié de contrat à distance :

(1) La conclusion du contrat doit avoir lieu dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de service à distance et sans la présence physique simultanée entre le consommateur et le professionnel.

Cette notion inclut les systèmes proposés par un tiers et utilisés par le professionnel comme une plateforme en ligne ((Directive 2011/83/UE, considérant 20).

(2) Le recours exclusif à une (ou plusieurs) technique(s) de communication à distance.

Le texte de loi précise que ce recours doit exister « jusqu'au moment, et, y compris au moment où le contrat est conclu. »

Le recours exclusif à une ou plusieurs technique(s) de communication à distance est donc imposé dans le temps, non seulement au moment de la conclusion du contrat, mais aussi avant pendant la période précontractuelle (cf. ci-après, § 2.2.1.).

2.2. L'incidence d'une rencontre physique entre le professionnel et le consommateur sur la qualification du contrat à distance

Suivant le Considérant 20 de la Directive 2011/83/UE, il conviendrait de distinguer, pendant cette période précontractuelle, entre :

- les circonstances entourant la négociation du contrat qui ont une influence sur la qualification ;
- et d'autres circonstances qui ne font pas partie de la négociation du contrat, et qui n'ont donc aucune incidence sur la qualification du contrat en « contrat à distance. »

2.2.1. Les circonstances entourant la négociation du contrat

Le critère du recours exclusif à une (ou plusieurs) technique(s) de communication à distance est exigé à la fois pour la conclusion du contrat que pour la négociation du contrat.

Il résulte de cette double exigence que, suivant le Considérant 20 de la Directive 2011/83/UE :

- un contrat qui est négocié la présence physique simultanée entre le consommateur et le professionnel et qui est finalement conclu en recourant à une technique de communication à distance ne devrait pas être considéré comme un contrat à distance ;
- un contrat qui est ébauché en recourant à une technique de communication à distance, mais qui est finalement conclu dans l'établissement commercial du professionnel, ne devrait pas non plus être considéré comme un contrat à distance.

2.2.2. Les circonstances qui ne font pas partie de la négociation du contrat

Certaines circonstances, qui ne sont à considérer comme des périodes de négociation du contrat, n'ont pas d'effet sur la qualification du contrat à distance.

La Directive 2011/83/UE, dans son considérant 20, mentionne à titre d'exemples, la simple collecte des informations, ou encore la réservation par téléphone.

- **La simple collecte des informations**

Si le consommateur visite l'établissement commercial afin de collecter les informations sur les biens/services, cette rencontre physique simultanée du consommateur et du professionnel n'a pas d'influence sur la qualification du contrat.

Si le contrat est ensuite conclu à distance conformément aux critères détaillés ci-dessus (cf. §2.1), le contrat devra être considéré comme étant un contrat à distance.

- **Les réservations par téléphone**

Dans le même ordre d'idée, la réservation d'une prestation de service par une technique de communication à distance n'est pas suffisante pour qualifier le contrat de contrat à distance.

C'est suivant le cas dans le secteur artisanal lorsqu'un client téléphone pour prendre un rendez-vous.

2.3. La qualification d'un contrat à distance : vue schématique