



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.