

CC 520

**CONSEIL DE LA CONSOMMATION**

**AVIS**

En matière d'étiquetage de chaussures.

Bruxelles, le 7 décembre 2017

## RÉSUMÉ

Le 5 septembre 2017, le **Conseil de la Consommation** a été saisi par le ministre de l'Économie et des Consommateurs afin de rendre un avis sur l'étiquetage des chaussures.

Le **Conseil** concède que la réglementation relative à l'étiquetage des chaussures peut être simplifiée. L'exigence de placer un panneau explicatif pour les pictogrammes n'est plus adaptée aux pratiques actuelles.

**Les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** demandent que les pictogrammes puissent être expliqués sur divers supports d'information, tant physiques (panneau, écriteau, boîte à chaussures,...) que numériques (affichage numérique, code QR,...). **Les représentants des organisations de consommateurs** demandent néanmoins de maintenir l'obligation d'utiliser un support physique d'information. Les consommateurs ne sont pas tous en mesure de disposer à tout moment d'un accès à l'information numérique. Un écrit continue dès lors d'être indiqué pour fournir une explication.

Le Conseil de la Consommation, saisi le 5 septembre 2017, d'une demande d'avis du Ministre de l'Economie et des Consommateurs en matière d'étiquetage des chaussures, a approuvé l'avis suivant le 7 décembre 2017 moyennant une procédure écrite.

Le Conseil de la Consommation a prié le Président de transmettre le présent avis au Ministre de l'Economie et des Consommateurs ainsi qu'au Ministre des Classes moyennes, des Indépendants et des PME.

## **AVIS**

Le Conseil de la Consommation ;

Vu la lettre du 5 septembre 2017 par laquelle le Ministre de l'Economie et des Consommateurs demande l'avis du Conseil de la Consommation en matière d'étiquetage des chaussures ;

Vu la directive 94/11/CE du Parlement européen et du Conseil, du 23 mars 1994, concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'étiquetage des matériaux utilisés dans les principaux éléments des articles chaussants proposés à la vente au consommateur ;

Vu l'arrêté royal du 8 juillet 1996 réglant l'étiquetage des matériaux utilisés dans les articles chaussants proposés à la vente au consommateur ;

Vu la procédure écrite au sein de la Commission "Pratiques du Commerce" ;

Vu l'élaboration du projet d'avis par Mmes De Cort (AB-REOC) et Dammekens (VBO) ;

Vu l'urgence ;

Vu la procédure écrite, telle que prévue à l'article 7bis du règlement d'ordre intérieur, pour l'approbation définitive par le Conseil de la Consommation ;

## EMET L'AVIS SUIVANT :

### I. Introduction

L'arrêté royal du 8 juillet 1996 ainsi que la directive européenne 94/11/CE concernent le règlement sur l'étiquetage des matériaux utilisés pour les chaussures. Cette réglementation détermine quels éléments l'étiquetage doit contenir et sur quels éléments de la chaussure l'étiquetage doit porter. La directive stipule à l'article 4 que le fabricant de chaussures peut choisir soit des pictogrammes soit des indications textuelles.

L'article 6, troisième alinéa de l'arrêté royal stipule que le vendeur est tenu d'informer correctement le consommateur sur la signification des pictogrammes (l'étiquetage) au moyen d'un écriteau placé à un endroit visible, à proximité des chaussures.<sup>1</sup> Cette disposition ne s'applique pas au commerce en ligne ni aux ventes sur catalogue mais seulement aux magasins « physiques » traditionnels.

La demande d'avis du ministre propose de lever l'obligation d'information via un écrit et de permettre ainsi le recours à d'autres moyens pour informer le consommateur sur les pictogrammes.

### II. Remarques sur le fond

**Les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** sont d'accord avec la proposition susmentionnée. **Ils** accueillent favorablement la suppression de l'écriteau en tant qu'instrument unique d'information du consommateur et par souci d'efficacité, **ils** plaident pour l'utilisation d'autres moyens de communication modernes pour informer le consommateur.

Dans le commerce de détail, les canaux et les supports d'information, en particulier numériques, se sont multipliés, diversifiés et améliorés au cours de ces dernières années. Les consommateurs peuvent être informés via divers canaux et ils peuvent donc comparer à tout moment la qualité des produits et rechercher les produits qui répondent le mieux à leurs besoins.

Dans ce contexte, **les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** estiment que les informations qui doivent être fournies au consommateur sur les composants des articles chaussants ne doivent plus être exclusivement communiquées via un seul support, plus précisément l'écriteau, comme prévu à l'article 6, dernier alinéa de l'arrêté royal du 8 juillet 1996 réglant l'étiquetage des matériaux utilisés dans les articles chaussants proposés à la vente au consommateur. Aujourd'hui, ce moyen de communication unique est quelque peu dépassé et ne répond plus aux attentes du consommateur.

**Les représentants de la production, de la distribution et des classes moyennes** sont d'avis que le nouveau projet d'arrêté royal ne doit pas seulement tenir compte des évolutions technologiques actuelles et futures mais qu'il doit aussi accorder une certaine flexibilité aux vendeurs quant aux instruments qu'ils utilisent pour fournir de l'information sur la composition de l'article chaussant. Ils doivent avoir la possibilité

---

<sup>1</sup> La directive européenne ne contient pas de telle disposition.

de fournir des informations complètes à leur clientèle via divers supports d'information, tant physiques (écriteau, panneau, boîte à chaussures,...) que numériques (affichage numérique, code QR,...). Des modes d'affichage numériques alternatifs doivent donc être prévus afin de permettre au vendeur de choisir le(s) support(s) qui convien(nen)t le mieux aux besoins de l'entreprise.

La liberté offerte en matière de support d'information n'exonère toutefois pas le vendeur de son obligation d'informer le mieux possible, via le moyen le plus approprié, le consommateur sur la nature et la qualité de l'article chaussant.

**Les représentants des organisations de consommateurs** estiment qu'il n'y a à ce jour pas de raison claire de faire une distinction entre les magasins de chaussures physiques, le commerce en ligne et les ventes sur catalogue, en ce qui concerne l'information sur les pictogrammes. L'article 6 de l'AR semble ne s'appliquer qu'aux magasins de chaussures physiques. Cette disposition ne cadre dès lors pas avec la réalité. Tout vendeur de chaussures, que ce soit via un contrat à distance, en dehors de l'espace de vente ou dans un magasin physique, devrait pouvoir répondre à l'obligation d'informer le consommateur sur les pictogrammes. Il devrait donc y avoir aussi pour les sites web et les catalogues une obligation d'informer le consommateur sur la signification des pictogrammes. En ce sens, **les représentants des organisations de consommateurs** se rangent derrière la modification proposée visant à octroyer au vendeur physique d'autres moyens pour informer le consommateur. **Les représentants des organisations de consommateurs** estiment toutefois que le consommateur doit toujours pouvoir être informé par un moyen fiable. Dans les magasins physiques, un écrit (entendez tout support sur lequel des informations sont directement disponibles) constitue encore le moyen le plus fiable. En effet, rien n'empêche le vendeur de prévoir, en complément, d'autres moyens dans les magasins physiques pour le consommateur qui souhaite les utiliser.