

# Guidelines

Intermédiation immobilière avec des consommateurs

## Table des matières

Introduction .....	3
1. Quelles informations dois-je donner au préalable au consommateur ?.....	4
2. Que dois-je mentionner sur mon site web ou mes médias sociaux ?.....	5
3. Quelles informations dois-je fournir pour les contrats conclus en dehors de mon établissement (par ex. au domicile du consommateur) ?.....	6
4. Quelles informations dois-je fournir lors d'achats à distance (par ex. via internet) ?.....	7
5. Comment indiquer mes prix ?.....	7
6. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. De quoi s'agit-il précisément ? .....	8
7. Quelles sont les exigences légales pour les contrats d'intermédiation avec des consommateurs ? .....	9
7.1. Interdiction générale des clauses abusives.....	10
7.2. Date et lieu de la signature.....	10
7.3. Clause de résiliation.....	11
7.4. Mission et étendue des pouvoirs.....	11
7.5. Canaux publicitaires.....	11
7.6. Attestations .....	11
7.7. Tarif.....	12
7.8. Informations périodiques.....	12
7.9. Exclusivité.....	13
7.10. Durée du contrat.....	13
7.11. Condition suspensive ou résolutoire.....	14
7.12. Réalisation de la mission d'intermédiation .....	14
7.12.1. En cas d'offre valable.....	14
7.12.2. Si le commettant conclut lui-même un contrat .....	14
7.13. Résiliation.....	15
8. Quel est le montant maximal que je peux recevoir en espèces pour mes services ?.....	15
9. Et si un consommateur porte plainte ?.....	16
10. Lorsqu'un litige avec un consommateur ne trouve pas de solution à l'amiable, suis-je obligé d'accepter un règlement extrajudiciaire via une instance tierce ? .....	16
11. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ?.....	17

# Introduction

Les transactions immobilières ont un impact significatif sur les consommateurs, aussi bien financièrement qu'au niveau de la qualité du logement.

Si vous intervenez professionnellement en tant qu'intermédiaire dans des transactions immobilières et que vous prodiguez donc aide et conseil à des consommateurs lors de l'achat, de la vente ou de la (mise en) location de leur logement, une responsabilité importante vous incombe. Vous jouez en outre un grand rôle dans la lutte contre le blanchiment d'argent. Il est dès lors essentiel de respecter la réglementation économique et de conclure des accords corrects avec les consommateurs.

Un nouvel arrêté royal relatif à l'usage de certaines clauses dans les contrats d'intermédiation immobilière conclus entre entreprises et consommateurs<sup>1</sup> (ci-après : l'AR) est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> février 2024. Il tient compte de l'évolution de l'interprétation pratique des contrats d'intermédiation immobilière et des points positifs et négatifs constatés sur le terrain.

Ce nouvel AR ne contient plus que des dispositions minimales ; les dispositions d'interdiction ont été omises parce qu'elles sont déjà incluses dans le Code de droit économique (ci-après : CDE). Il est dès lors d'autant plus important de lire conjointement les dispositions de l'AR et du CDE.

Une autre nouveauté est que le nouvel AR ne vise plus uniquement les agents immobiliers<sup>2</sup>, mais désormais toutes les entreprises qui pratiquent professionnellement (à titre principal ou accessoire) l'intermédiation immobilière (par ex. les architectes, les géomètres-experts...), à l'exception des notaires, car ils relèvent déjà d'un règlement spécifique<sup>3</sup>.

L'objectif de ces guidelines est de rappeler aux intermédiaires immobiliers certaines obligations légales dans le cadre de leur intermédiation avec les consommateurs, afin de parvenir à une meilleure application de la loi et à un meilleur fonctionnement du marché. Les obligations qui ne relèvent pas de la compétence du SPF Economie ne seront pas traitées. Les agents immobiliers sont ainsi tenus de s'inscrire auprès de l'IPI (Institut professionnel des agents immobiliers) et de respecter le code déontologique. Vous pouvez pour cela vous adresser à l'[IPI](#).

Les agents immobiliers (à l'exception des syndics) relèvent de la loi du 18 septembre 2017 relative à la prévention du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme et à la limitation de l'utilisation des espèces, et sont donc tenus d'appliquer certaines mesures de prévention (e.a. le contrôle de l'identité des personnes effectuant des opérations et la détection des opérations atypiques susceptibles d'être des tentatives de blanchiment de capitaux ou de financement du terrorisme).

Les présentes guidelines ne développent pas ces obligations en matière de lutte contre le blanchiment mais vous pouvez trouver des informations à ce sujet sur le [site web de l'IPI](#) et sur le [site web du SPF Economie](#). Sachez également qu'il existe un [outil anti-blanchiment](#) en ligne spécialement conçu pour aider les agents immobiliers à remplir leurs obligations en matière de lutte contre le blanchiment. Les contrôles effectués en 2021 chez les intermédiaires-agents immobiliers ont révélé que 93,7 % des agents utilisant cet outil étaient entièrement en règle vis-à-vis de la réglementation anti-blanchiment.

Vous trouverez d'autres informations utiles, par ex. concernant la Banque-Carrefour des Entreprises, sur le [site internet du SPF Economie](#).

---

<sup>1</sup> Arrêté royal du 28 septembre 2023 relatif à l'usage de certaines clauses dans les contrats d'intermédiation immobilière conclus entre entreprises et consommateurs. Le nouvel AR abroge l'arrêté royal du 12 janvier 2007 relatif à l'usage de certaines clauses dans les contrats d'intermédiaire d'agents immobiliers.

<sup>2</sup> Tels que visés par l'arrêté royal du 6 septembre 1993 protégeant le titre professionnel et l'exercice de la profession d'agent immobilier.

<sup>3</sup> Il s'agit de l'arrêté royal du 14 novembre 2006 portant approbation des règles applicables à la négociation par les notaires de ventes amiables ou judiciaires de biens immeubles.

*Les recommandations, positions et autres informations figurant dans ces guidelines sont communiquées sous réserve de l'appréciation souveraine des cours et tribunaux. Ceci signifie que les cours et tribunaux peuvent s'écarter du contenu de ces guidelines dans le cadre d'un litige.*

Ces guidelines sont des textes évolutifs, nécessitant des mises à jour. Elles peuvent donc être adaptées à tout moment.

## 1. Quelles informations dois-je donner au préalable au consommateur ?

La loi vous impose d'informer clairement le consommateur, avant la conclusion de tout contrat, sur les éléments suivants<sup>4</sup> :

- les principales caractéristiques des services, dans la mesure appropriée au moyen de communication utilisé et au service concerné ;  
Par exemple : le contrat d'intermédiation est-il exclusif ou non, allez-vous, en tant qu'intermédiaire, uniquement chercher des candidats ou, le cas échéant, négociez-vous également le prix et/ou les conditions au nom et pour le compte du commettant ?
- votre identité : nom, numéro d'entreprise, forme juridique (par exemple : SRL), adresse géographique de votre établissement et siège social ;  
Pour les contrats conclus dans l'agence immobilière elle-même, les informations qui ressortent du contexte ne doivent pas être fournies au consommateur à l'avance. Il peut s'agir du nom de l'entreprise ou de l'adresse de l'agence dans laquelle le consommateur se trouve.
- vos données de contact : n° de téléphone et adresse e-mail éventuelle ;
- le prix total des services, incluant toutes les taxes et tous les services à payer obligatoirement par le consommateur<sup>5</sup> ;
- les éventuelles modalités de paiement, de livraison ou d'exécution du service ;
- la date à laquelle vous vous engagez à fournir le service (sauf si la prestation de service a lieu immédiatement) ;
- l'existence – si c'est le cas – de modalités particulières pour le traitement des réclamations ou d'un service après-vente offrant un avantage particulier ;
- l'existence d'un éventuel service de plaintes interne, ou service permettant de demander de l'information sur l'exécution d'un contrat déjà conclu, ainsi que son n° de téléphone et son adresse e-mail<sup>6</sup> ;
- les éventuelles conditions générales de votre entreprise et les langues dans lesquelles elles peuvent être consultées<sup>7</sup> ;

**Attention** : vous pouvez seulement invoquer vos conditions générales si vous pouvez démontrer :

- que vous avez donné au consommateur une possibilité réelle et raisonnable de connaître leur contenu au plus tard au moment de la conclusion du contrat (pour la conclusion d'un contrat dans votre agence, un simple renvoi vers des conditions générales se trouvant sur votre site internet ne suffit donc pas) ;
- que le consommateur les a acceptées de façon certaine (par exemple : par sa signature du contrat reprenant les conditions générales, à côté de laquelle figure la mention qu'il les a lues et approuvées).

<sup>4</sup> Art. III.74-III.78, VI.2, XVI.2 et XVI.4 CDE.

<sup>5</sup> Lorsque le prix ne peut raisonnablement être calculé à l'avance du fait de la nature du service, mentionnez le mode de calcul du prix.

<sup>6</sup> La dénomination d'un tel service interne ne peut faire référence aux termes « ombuds », « médiation », « conciliation », « arbitrage », « entité qualifiée » ou « règlement extrajudiciaire des litiges ». Évitez également toute confusion avec des instances disciplinaires externes (IPI, Ordre des architectes...).

<sup>7</sup> Si le client le demande, mettez à disposition les versions antérieures des conditions applicables au moment de la signature du contrat, contenant notamment leur date de début et de fin d'application.

- pour les professions réglementées (par ex. agents immobiliers, géomètres-experts, architectes) :
  - l'association professionnelle ou l'organisation professionnelle auprès de laquelle votre entreprise est inscrite ;
  - votre titre professionnel et le pays dans lequel il a été délivré ;
- les coordonnées de l'autorité compétente (pour les agents immobiliers : l'IPI ; pour les géomètres-experts : le Conseil fédéral des géomètres-experts ; pour les architectes : l'Ordre des architectes).

Communiquez ces informations au consommateur avant la conclusion du contrat, sans qu'il n'ait à les demander. Vous devez fournir ces informations de façon claire et compréhensible mais la loi laisse une certaine marge de manœuvre quant au mode de communication.

Afin d'éviter les discussions, assurez-vous de pouvoir prouver facilement que vous respectez vos obligations d'information (par exemple : en les communiquant sur papier via le contrat ou sur un autre support que le consommateur pourra conserver, tel qu'un e-mail).

## 2. Que dois-je mentionner sur mon site web ou mes médias sociaux ?

Si votre entreprise dispose d'un site internet et/ou d'une page sur un réseau social, fournissez aux visiteurs un accès facile, direct et permanent aux informations suivantes<sup>8</sup> :

- votre nom ou votre dénomination sociale ;
- votre numéro d'entreprise ;
- l'adresse géographique où votre entreprise est établie ;
- des coordonnées, y compris une adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec vous ;
- pour les professions réglementées (par ex. les agents immobiliers<sup>9</sup>, les géomètres-experts, les architectes) :
  - l'association ou organisation professionnelle auprès de laquelle vous êtes (obligatoirement) inscrit (par ex. l'IPI pour les agents immobiliers) ;
  - votre titre professionnel et le lieu dans lequel il a été octroyé ;
  - une référence aux règles professionnelles applicables (par ex. le règlement déontologique pour les agents immobiliers) et aux moyens d'y avoir accès ;
- les coordonnées de l'autorité compétente (pour les agents immobiliers : l'IPI ; pour les géomètres-experts : le Conseil fédéral des géomètres-experts ; pour les architectes : l'Ordre des architectes) ;
- les codes de conduite auxquels vous êtes soumis et l'endroit où ces codes peuvent être consultés par voie électronique.

Il est important que ces informations soient effectivement accessibles facilement, directement et en permanence. Vous pouvez par ex. les inclure dans une section explicite « À propos de nous » ou « Contact », visible en permanence. Veillez à ce que ces informations ne se trouvent pas uniquement dans une rubrique générale, par exemple dans vos conditions générales ou dans une FAQ.

Si vous préférez ne pas inclure ces informations dans une rubrique mais plutôt, par ex., en bas de chaque page de votre site internet, tenez compte de la résolution d'écran que les consommateurs

---

<sup>8</sup> Art. XII.6, § 1 CDE. Si votre page sur les réseaux sociaux ne dispose pas de suffisamment de place pour mentionner toutes ces données, vous pouvez par ex. ajouter un lien vers la page contact de votre site web, où toutes ces informations sont indiquées.

<sup>9</sup> Les agents immobiliers doivent également mentionner, entre autres, leur numéro d'agrégation IPI, ainsi que le nom de l'entreprise d'assurances couvrant leur responsabilité civile professionnelle et cautionnement et le numéro du contrat d'assurance, voir art. 20 du [code déontologique](#).

utilisent le plus souvent. Évitez par ex. d'obliger à faire défiler des lignes vides en bas de l'écran pour atteindre les informations légales.

### 3. Quelles informations dois-je fournir pour les contrats conclus en dehors de mon établissement (par ex. au domicile du consommateur) ?

Si le contrat est conclu en dehors de l'établissement commercial de votre entreprise (par ex. chez le consommateur), vous devez fournir des informations supplémentaires au consommateur<sup>10</sup>.

L'un des principaux éléments est le « **droit de rétractation** » du consommateur : le consommateur peut renoncer à un contrat conclu hors établissement, sans devoir se justifier et sans devoir supporter d'autres frais que ceux que prévoit la loi.

**Attention** : lors de l'intermédiation immobilière, il existe toujours un droit de rétractation, quel que soit le lieu de conclusion du contrat. Mentionnez toujours ce droit de rétractation dans le contrat (voir plus loin au point 7.3 des présentes guidelines). Pour les contrats hors établissement, vous devez toutefois fournir davantage d'informations au consommateur au préalable.

Pour les contrats d'intermédiation, le droit de rétractation expire après une période de 14 jours calendrier. Le délai commence à courir le jour après la conclusion du contrat.

Fournissez les informations suivantes au consommateur avant la conclusion du contrat :

- Les conditions, le délai et les modalités d'exercice du droit de rétractation.

Informez les consommateurs de manière précise au sujet :

- du point de départ du délai de 14 jours et des manières de communiquer le souhait du consommateur d'exercer son droit de rétractation ;
- de l'absence d'obligation de justifier sa décision ;
- du moment et du mode de remboursement des éventuels montants déjà payés par le consommateur, etc.<sup>11</sup>

Fournissez également un modèle de formulaire – en version imprimable – que le consommateur pourra utiliser s'il souhaite se rétracter<sup>12</sup>.

**Attention** : Si vous ne respectez pas ces obligations d'information, la loi prévoit une prolongation du délai de rétractation qui peut aller jusqu'à 12 mois.

Vous êtes libre d'offrir des règles plus avantageuses que ce que prévoit la loi (par ex. un délai de rétractation plus long). Veillez alors à ce que le consommateur reçoive toujours les informations obligatoires sur le droit de rétractation et faites une distinction claire entre ces informations et ce qui fait partie de votre offre commerciale (notamment les conditions pour en faire usage).

- Le fait que le consommateur perdra son droit de rétractation si le service a déjà été entièrement presté, après que la prestation de service a commencé avec l'accord exprès du consommateur et que ce dernier a également reconnu perdre son droit de rétractation après l'exécution complète du service.
- Le fait que le consommateur devra vous payer des frais raisonnables en cas de rétractation après que la fourniture de service a déjà commencé<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> Art. VI.64 CDE.

<sup>11</sup> Pour satisfaire à vos obligations d'information, vous trouverez dans l'[annexe I du livre VI CDE](#) des informations standardisées sur la rétractation, que vous pouvez utiliser en tant que modèle. Vous trouverez également des informations sur le droit de rétractation sur le [site du SPF Economie](#).

<sup>12</sup> Ce formulaire est disponible sur le [site internet du SPF Economie](#). Le consommateur a toutefois le droit de ne pas utiliser le formulaire et de faire une autre déclaration exposant clairement son souhait de se rétracter (par exemple par e-mail).

<sup>13</sup> Le consommateur devra vous payer un montant qui est proportionnel à ce qui a été presté jusqu'au moment où il vous a informé de l'exercice du droit de rétractation par rapport à l'exécution complète du contrat.

**Attention** : Si un consommateur souhaite que la prestation d'un service commence pendant le délai de rétractation, vous devez exiger qu'il en fasse expressément la demande sur un support durable et reconnaisse qu'il perdra son droit de rétractation une fois que le contrat aura été pleinement exécuté.

Outre les informations sur le droit de rétractation, fournissez également les informations suivantes :

- une adresse de courrier électronique. Si vous proposez d'autres moyens de communication en ligne permettant au consommateur de conserver sur un support durable tous les échanges écrits avec vous (y compris la date et l'heure de ces échanges), fournissez également des données plus précises sur ces autres moyens. Tous ces moyens de communication doivent permettre au consommateur de prendre rapidement contact avec vous et de communiquer effectivement avec vous ;
- le cas échéant, l'adresse géographique et l'identité de l'entreprise au nom de laquelle vous agissez ;
- le cas échéant, l'existence de codes de conduite applicables et comment en obtenir une copie.

Notez que si un contrat est conclu dans le stand d'une foire, il sera en principe considéré comme conclu dans l'établissement de l'entreprise, si les consommateurs pouvaient s'attendre, au vu de l'apparence de la foire, à y recevoir des sollicitations commerciales<sup>14</sup>. Les obligations particulières d'information reprises dans cette section ne sont alors pas d'application.

## 4. Quelles informations dois-je fournir lors d'achats à distance (par ex. via internet) ?

Si vous mettez en place un système permettant aux consommateurs de conclure des contrats à distance, par ex. en ligne ou par téléphone<sup>15</sup>, vous devez fournir des informations supplémentaires au consommateur<sup>16</sup>.

Comme pour les contrats conclus hors établissement, il est particulièrement important d'informer le consommateur au sujet du droit de rétractation.

Si les clients peuvent conclure un contrat en ligne, vous pouvez par ex. inclure, sur la page où figurent le prix et la description des services, un onglet spécifique « droit de rétractation », qui renvoie vers une page du site consacrée à ce thème ou vers l'article correspondant des conditions générales. Si vous mentionnez les informations à différents endroits du site internet, veillez à éviter les incohérences !

Vous trouverez plus d'informations au sujet des contrats à distance sur [le site internet du SPF Economie](#).

## 5. Comment indiquer mes prix ?

Les commissions que vous facturez pour vos services sont considérées comme des services homogènes, à savoir des services dont les caractéristiques et les modalités sont identiques ou similaires, indépendamment notamment du moment ou du lieu de l'exécution, du prestataire de

<sup>14</sup> Voir l'arrêt de la Cour de Justice de l'Union européenne du 7 août 2018, *Verbraucherzentrale Berlin*, C-485/17.

<sup>15</sup> Si vous ne mettez pas de système de vente à distance en place, il n'y a pas de contrat à distance (art. 1.8, 15° CDE). Si, de façon exceptionnelle, le consommateur prend l'initiative de prendre contact avec vous, par exemple par téléphone, sans que vous n'ayez mis un système en place, et qu'un contrat est conclu, il n'y a pas de contrat à distance. Dans ce cas, il existe toujours un droit de rétractation tel que mentionné au point 7.3 des présentes guidelines, mais les conditions supplémentaires en la matière applicables aux contrats à distance (formulaire de rétractation, etc.) ne s'appliquent pas.

<sup>16</sup> Art. VI.45 CDE.

services ou de la personne à qui ils sont destinés<sup>17</sup>. Il importe peu ici que les services soient principalement de nature matérielle ou intellectuelle.

Indiquez dès lors vos honoraires par écrit, de manière lisible, apparente et non équivoque<sup>18</sup>. Indiquez le prix au forfait ou par référence à des paramètres directement liés à la nature du service, à un endroit nettement visible de l'extérieur de l'entreprise<sup>19</sup>.

Le prix indiqué est le prix total à payer par le consommateur, en ce compris la TVA, toutes autres taxes, ainsi que le coût de tous les services à payer obligatoirement par le consommateur<sup>20</sup>.

Exemple :

- si vous facturez une commission de 3 % (hors TVA) sur le prix de vente, affichez « 3,63 % sur le prix de vente » comme tarif. Si vous affichez « 3 % sur le prix de vente », cela est considéré comme incluant la TVA ;
- si vous facturez une commission d'un mois de loyer (hors TVA), affichez « 1 mois de loyer + 21 % de TVA » comme tarif. Si vous affichez « 1 mois de loyer », cela est considéré comme incluant la TVA.

Si vous proposez également des états des lieux ou d'autres services, affichez les prix de ceux-ci selon les mêmes principes.

Si vous disposez d'un webshop, les mêmes principes sont d'application : indiquez le prix total de chaque service, de manière claire et non ambiguë.

Si vous souhaitez annoncer une réduction sur vos services (par exemple « 10% de réduction sur la commission »), vous devez mentionner explicitement le prix de référence/« l'ancien » prix du service et baser votre réduction sur celui-ci. Ce prix de référence est le prix le plus bas que vous avez appliqué pendant la période de 30 jours avant la réduction<sup>21</sup>.

En outre, toute pratique commerciale trompeuse est interdite (par ex. donner l'impression qu'une promotion est presque terminée alors qu'elle ne l'est pas, donner l'impression d'une réduction alors que le prix réduit est appliqué de manière permanente, etc.)<sup>22</sup>.

## 6. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. De quoi s'agit-il précisément ?

Une **pratique commerciale**<sup>23</sup> est tout acte ou omission en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit<sup>24</sup>. Les conduites, démarches et communications commerciales, y compris la publicité et le marketing, relèvent des pratiques commerciales. Dans ces communications, la présentation générale est également importante : le type, la taille et la couleur des caractères...

Un certain nombre de pratiques commerciales sont **déloyales** en toutes circonstances. Dans les autres cas, il convient d'évaluer le contexte, en regardant si la pratique spécifique est trompeuse,

---

<sup>17</sup> Art. I.8, 1° CDE.

<sup>18</sup> Art. VI.3, § 2 CDE.

<sup>19</sup> Art. 13 et 14 de l'AR du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix des produits et des services et au bon de commande.

<sup>20</sup> Art. VI.4 CDE.

<sup>21</sup> Art. VI.18 CDE.

<sup>22</sup> Art. VI.92 et suivants CDE.

<sup>23</sup> Art. I.8, 23° CDE.

<sup>24</sup> Les produits sont les biens et les services, les biens immeubles, les droits et les obligations (art. I.1, 4° CDE).



agressive ou contraire à la diligence professionnelle<sup>25</sup> et si elle peut influencer ou a pu influencer la prise de décision du consommateur moyen avant, pendant ou après l'achat<sup>26</sup>.

**Exemples de pratiques commerciales interdites<sup>27</sup> :**

- faire apparaître des faux avis positifs de consommateurs sur son site internet ou y indiquer un pourcentage de satisfaction des clients incorrect ;  
Vous trouverez plus d'informations sur les avis en ligne dans les [guidelines](#) du SPF Economie.
- afficher un certificat ou un label de qualité sans l'autorisation requise ;
- omettre certaines informations essentielles, sur le prix ou les caractéristiques du service, dans des communications commerciales invitant le consommateur à faire un achat (dans un dépliant par exemple) ;
- annoncer de fausses réductions de prix ;
- déclarer faussement qu'un service ne sera disponible sous des conditions particulières que durant une période très limitée, pour obtenir une décision immédiate du consommateur ;
- présenter des droits légaux du consommateur comme s'il s'agissait d'un avantage propre à l'entreprise (par ex. le droit de rétractation).

**Attention :** lorsqu'un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale, le consommateur a droit, dans certaines circonstances, au remboursement des montants payés, même si vous avez déjà fourni votre service<sup>28</sup>.

**Recommandation :** si, dans le cadre d'une mission d'intermédiation, vous placez des annonces afin d'attirer des acheteurs ou locataires potentiels, prêtez attention à l'indication de la surface habitable. Il est dans l'intérêt de toutes les parties (les candidats, le commettant et vous-même) que les candidats ne soient pas induits en erreur à ce sujet. Si vous mentionnez la superficie, indiquez de préférence aussi la source et/ou la méthode de calcul utilisée pour la calculer. Si vous ne disposez pas de ces données, il est préférable de préciser que la surface mentionnée est purement indicative.

Le concept de « pratique commerciale déloyale » est délibérément très large et couvre de nombreuses situations afin de garantir un niveau élevé de protection des consommateurs.

Veillez donc à toujours satisfaire à vos obligations de manière compétente et soigneuse et à ne pas employer de pratiques susceptibles d'influencer les consommateurs de manière déloyale.

## 7. Quelles sont les exigences légales pour les contrats d'intermédiation avec des consommateurs ?

L'AR du 28 septembre 2023 définit les clauses minimales à inclure dans les contrats d'intermédiation<sup>29</sup>. En outre, le CDE impose quelques obligations et interdictions. Ces dispositions s'appliquent à tout contrat d'intermédiation de vente, d'achat et de location de biens immobiliers conclu entre une entreprise et un consommateur<sup>30</sup>. Elles sont donc importantes pour les agents immobiliers, mais aussi pour toute autre personne exerçant une activité professionnelle dans le domaine du courtage immobilier, comme par ex. les architectes, les géomètres-experts, etc.

<sup>25</sup> La diligence professionnelle est « le niveau de compétence spécialisée et de soins dont l'entreprise est raisonnablement censée faire preuve dans son domaine d'activité vis-à-vis du consommateur, conformément aux usages honnêtes en matière commerciale » (art. 1.8, 25° CDE).

<sup>26</sup> Art. VI.93 CDE.

<sup>27</sup> Art. VI.92 et suivants et XV.16 CDE.

<sup>28</sup> Art. VI.38 CDE. Dans la plupart des cas, c'est le juge qui pourra décider si cette sanction se justifie (sans préjudice des sanctions de droit commun).

<sup>29</sup> Les obligations liées aux clauses reprises dans ce point découlent dès lors de l'AR du 28 septembre 2023. Les ajouts par rapport au CDE sont explicitement indiqués à chaque fois.

<sup>30</sup> À l'exception des notaires, pour qui des règles distinctes s'appliquent (arrêté royal du 14 novembre 2006 portant approbation des règles applicables à la négociation par les notaires de ventes amiables ou judiciaires de biens immeubles).

Rédigez le contrat d'intermédiation sur un **support durable**<sup>31</sup>. En d'autres termes, vous pouvez rédiger le contrat par voie électronique, à condition que cela soit fait de manière durable. Le consommateur doit par ex. être en mesure d'enregistrer et de copier le contrat. Vous ne pouvez donc pas sécuriser/restreindre le document de telle sorte que cela ne soit pas possible.

**Attention** : si le contrat est établi hors établissement, vous devez fournir au consommateur, préalablement à la conclusion du contrat, certaines informations sur papier, sauf si le consommateur accepte de les recevoir sur un autre support durable<sup>32</sup>.

## 7.1. Interdiction générale des clauses abusives

Veillez à ce que le contrat ne contienne aucune clause abusive<sup>33</sup>.

Une clause est abusive si elle crée un déséquilibre manifeste entre les droits et les obligations des parties au désavantage du consommateur. Il ne s'agit pas de l'objet du contrat ou de la relation entre le prix et le travail fourni (égalité économique) mais de l'égalité juridique des clauses du contrat.

Si vous prévoyez une clause indemnitaire (par ex. pour le non-respect de l'exclusivité, voir point 7.9 ci-dessous), vous devez inclure une indemnité équivalente en faveur du consommateur. « Équivalente » signifie que les montants des indemnités pour le non-respect des engagements doivent être du même ordre pour les deux parties. De même, une partie ne peut par ex. pas être tenue de fournir la preuve des dommages si l'autre partie ne doit pas fournir de preuve de ce type.

En outre, depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2023, de nouvelles règles s'appliquent aux indemnités en cas de retard de paiement du consommateur (obligation d'envoyer d'abord un rappel gratuit, limitation des intérêts de retard et des indemnités...). Vous trouverez plus d'informations à ce sujet sur le [site internet du SPF Economie](#).

Le caractère abusif ou non d'une clause est en principe apprécié au cas par cas, en tenant compte de différents éléments, tels que le contenu de la clause, mais aussi sa clarté, les circonstances entourant la conclusion du contrat et les autres clauses du contrat.

Rédigez les clauses de manière claire et compréhensible. En cas de doute sur le sens d'une clause, l'interprétation la plus favorable au consommateur prévaut<sup>34</sup>.

Le CDE contient une « liste noire » des clauses qui sont abusives dans tous les cas. En outre, toute clause qui abroge ou limite, de façon directe ou indirecte, les droits du consommateur<sup>35</sup> est également abusive. Le consommateur ne peut pas renoncer à ces droits.

Toute clause abusive est interdite et nulle. Le contrat reste contraignant s'il peut subsister sans la ou les clause(s) abusive(s).

## 7.2. Date et lieu de la signature

Mentionnez la date et l'adresse précise du lieu où le contrat d'intermédiation est conclu. Cette mention ne doit pas nécessairement être manuscrite, mais attention aux mentions pré-imprimées, car celles-ci peuvent jeter un doute sur le lieu de conclusion du contrat, ce qui est important dans

<sup>31</sup> Un support durable est « tout instrument permettant à une personne physique ou morale de stocker des informations qui lui sont adressées personnellement d'une manière lui permettant de s'y reporter aisément à l'avenir pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées. Peut constituer un support durable, lorsque ces fonctions sont préservées, le papier ou, dans l'environnement numérique, un courrier électronique reçu par le destinataire ou un document électronique enregistré sur un dispositif de stockage ou attaché à un courrier électronique reçu par le destinataire » (art. I.1, 15° CDE).

<sup>32</sup> Art. VI.65, § 1<sup>er</sup> CDE.

<sup>33</sup> Art. I.8, 22° et VI.82 à VI.84 CDE.

<sup>34</sup> Art. VI.37 CDE.

<sup>35</sup> Il s'agit ici à la fois des droits que le consommateur tire de l'AR du 28 septembre 2023 et de ceux qui découlent du CDE.

le cadre des obligations supplémentaires d'information pour les contrats conclus en dehors de l'espace de vente (voir point 3 des présentes guidelines).

### 7.3. Clause de résiliation

Mentionnez que le consommateur peut résilier le contrat dans les 14 jours qui suivent sa conclusion, sans frais et sans donner de motif, quel que soit le lieu où il a été conclu.

Si le consommateur souhaite que le contrat débute pendant le délai de rétractation, il doit en faire la demande expresse sur un support durable et reconnaître qu'il perd son droit de rétractation si le contrat d'intermédiation est pleinement réalisé pendant le délai de rétractation et avant que ce droit ne soit invoqué.

Vous devez être en mesure de fournir la preuve de cette demande expresse du consommateur.

**Attention :** si le contrat est conclu en dehors de l'espace de vente (par ex. au domicile du consommateur) ou à distance (par ex. via internet), vous devez également respecter un certain nombre d'obligations supplémentaires en ce qui concerne ce droit de rétractation (voir les points 3 et 4 des présentes guidelines).

### 7.4. Mission et étendue des pouvoirs

Décrivez votre mission complète et l'étendue de vos pouvoirs de manière claire et non équivoque dans une rubrique du contrat.

Vous devez notamment indiquer très clairement si votre mandat se limite à la recherche d'un acheteur/locataire ou si vous pouvez conclure un compromis de vente ou un contrat de location au nom et pour le compte du commettant.

Vous devez clairement mentionner si vous avez le pouvoir de négocier le prix et/ou les conditions de la vente/location, ainsi que les conditions et limites de ce pouvoir.

Si vous pouvez négocier le prix, précisez alors :

- en cas de vente ou de location : le prix minimum ;
- en cas d'achat ou de location : le prix maximum.

Vous ne pouvez pas mettre un tiret, un zéro ou une autre indication similaire, ni ne pas remplir de prix.

Vous ne pouvez déroger au prix minimum ou maximum indiqué qu'avec l'accord préalable et exprès du consommateur sur un support durable. Vous devez être en mesure de prouver cet accord du consommateur.

### 7.5. Canaux publicitaires

Mentionnez explicitement les canaux publicitaires que vous allez utiliser pour faire connaître la vente ou la location.

### 7.6. Attestations

Prévoyez, en annexe au contrat, une liste des attestations requises relatives au compromis de vente ou au contrat de location (par ex. certificats EPC, attestations de contrôle, attestations du sol...), avec la mention que le consommateur peut fournir lui-même ces attestations ou se les procurer.

Vous ne pouvez donc pas obliger le consommateur à demander ces attestations par votre intermédiaire.

Vous pouvez toutefois demander ces attestations au nom et pour le compte du consommateur, à condition que :

- le consommateur donne son consentement exprès pour chaque attestation ;
- vous précisez clairement dans le contrat si le prix de ces attestations est inclus dans le contrat ou si vous les facturez séparément.

Si vous facturez un prix :

- communiquez le prix total par attestation ;
- fournissez la preuve du coût réel sur simple demande du consommateur.

Il s'agit du prix incluant la TVA, toutes autres taxes ainsi que le coût de tous les services à payer obligatoirement en supplément par le consommateur.

Outre le coût de l'attestation elle-même, il est permis de facturer un coût supplémentaire pour le service consistant à demander l'attestation. Si vous le faites, indiquez-le clairement et incluez les deux éléments dans le prix total. Le coût supplémentaire doit correspondre de manière démontrable à l'effort nécessaire pour obtenir l'attestation.

Le prix de certaines attestations n'est pas connu à l'avance, vous ne pouvez donc pas communiquer le prix total exact. Communiquez alors ce qui suit :

- si le prix de l'attestation n'est pas connu mais peut être déterminé : le mode de calcul ;
- si le prix de l'attestation n'est pas connu et ne peut être déterminé à l'avance : le fait que des frais supplémentaires seront dus. Il est recommandé de donner si possible une indication de l'ampleur de ces coûts (à combien s'élèvent-ils normalement).

## 7.7. Tarif

Mentionnez dans le contrat le tarif total à payer par le consommateur pour la mission d'intermédiation (vos honoraires ou votre commission), en ce compris la TVA et l'ensemble des autres taxes et frais à payer obligatoirement en supplément par le consommateur.

Exemple :

- si vous facturez une commission de 3 % (hors TVA) sur le prix de vente, indiquez « 3,63 % sur le prix de vente » comme tarif. Si vous indiquez « 3 % sur le prix de vente », cela est considéré comme incluant la TVA ;
- si vous facturez une commission d'un mois de loyer (hors TVA), mentionnez « 1 mois de loyer + 21 % de TVA » ou « 1,21 x loyer » comme tarif. Si vous indiquez « 1 mois de loyer », cela est considéré comme incluant la TVA.

## 7.8. Informations périodiques

Vous devez informer périodiquement le commettant de l'exécution de la mission, et ce, au moins une fois par mois via un support durable. Incluez une clause précisant la façon dont vous le ferez, par exemple au moins une fois par mois via un e-mail à l'adresse e-mail personnelle du commettant.

Dans le rapport périodique, vous mentionnerez par ex. le nombre de personnes intéressées, le nombre de visites effectuées, les principales réactions et remarques...

Les informations périodiques permettent au consommateur de savoir si vous faites les efforts nécessaires. Si tel n'est pas le cas, le rapport peut constituer un indice démontrant une exécution défectueuse de la mission. À l'inverse, grâce au rapport, vous pouvez aussi prouver que vous avez bien fait tous les efforts utiles et nécessaires, si le consommateur devait le mettre en doute parce que vous n'avez pas pu remplir la mission (par ex. en raison d'un manque d'intérêt suffisant pour le bien parmi les candidats).

**Attention** : de plus en plus d'entreprises prévoient un portail client personnel auquel le consommateur peut se connecter et suivre en temps réel toutes les activités du dossier. Bien que le consommateur soit ainsi plus étroitement associé au déroulement, cela ne pourra en principe pas remplacer les informations périodiques sur papier ou par e-mail étant donné qu'un

environnement en ligne ne répondra généralement pas aux conditions d'un support durable<sup>36</sup> et que vous devez informer le consommateur de façon active. Il est dès lors conseillé d'indiquer dans le contrat que, par exemple, les informations sur l'exécution de la mission seront toujours visibles en temps réel sur le portail et que vous enverrez en outre (au moins) un e-mail par mois à l'adresse électronique du consommateur, avec le rapport périodique en pièce jointe.

## 7.9. Exclusivité

Mentionnez s'il s'agit ou non d'une mission d'intermédiation exclusive.

Si vous bénéficiez de l'exclusivité, le consommateur ne peut pas confier la mission d'intermédiation à une autre entreprise (y compris, par ex., en demandant à un notaire de chercher d'éventuels candidats). Le consommateur ne peut pas non plus vendre/acheter ou louer le bien lui-même et doit renvoyer toutes les personnes intéressées vers vous.

Si vous bénéficiez de l'exclusivité, l'ensemble du contrat peut durer maximum 6 mois. Mentionnez la durée de l'exclusivité. Par ex., il est possible que vous bénéficiiez de l'exclusivité pendant les 3 premiers mois et plus pendant les 3 mois suivants. Vous ne pouvez pas prévoir de délai supplémentaire (par ex. pour des recherches administratives) qui vous ferait dépasser la période maximale de 6 mois.

Vous pouvez inclure une clause indemnitaire fixant un montant forfaitaire pour le non-respect de l'exclusivité. L'indemnité ne peut excéder 75 % de votre tarif et doit être proportionnelle au préjudice que vous pouvez effectivement subir (ce qui inclut la « perte d'une chance », à savoir la perte de la possibilité de réaliser la vente/l'achat ou la location, et donc d'obtenir votre tarif). Sachez également que vous vous exposez à un abus de droit si vous exigez entièrement les indemnités prévues afin d'obtenir un avantage disproportionné par rapport au préjudice réellement subi (c'est le juge qui se prononce à ce sujet)<sup>37</sup>.

Si vous incluez une telle clause indemnitaire, vous devez en outre prévoir une indemnisation équivalente en faveur du consommateur pour le non-respect de votre engagement principal, à savoir trouver un candidat aux conditions convenues. Le fait de ne pas avoir fourni tous les efforts nécessaires lors de la recherche d'un candidat peut par ex. ressortir des obligations de rapport (voir le point 7.8 ci-dessus).

## 7.10. Durée du contrat

Indiquez clairement si le contrat est à durée indéterminée ou à durée déterminée.

Si le contrat est à durée **déterminée**, mentionnez la durée.

Vous pouvez inclure une clause de prolongation tacite, à condition que<sup>38</sup> :

- vous placiez cette clause au recto de la première page, en caractères gras et dans un cadre distinct du texte ;
- cette clause précise les conséquences de la prolongation tacite (y compris les modalités de résiliation après la reconduction) ainsi que la date limite et la manière dont le consommateur peut s'y opposer.

<sup>36</sup> Un support durable doit permettre au consommateur de stocker des informations d'une manière lui permettant de s'y reporter aisément à l'avenir pendant un laps de temps adapté aux fins auxquelles les informations sont destinées et qui permet la reproduction à l'identique des informations stockées (art. 1.1, 15° CDE). En ce qui concerne la définition d'un « support durable », voir également les Orientations de la Commission européenne du 29 décembre 2021 concernant l'interprétation et l'application de la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil relative aux droits des consommateurs ([2021/C 525/01](#), p. 47-48). Si vous transmettez le rapport sur papier ou par e-mail, le consommateur a le contrôle de son stockage et a également la certitude que rien ne change dans les informations. Dans le cas d'un portail (ou autre environnement en ligne), cela n'est pas aussi évident.

<sup>37</sup> Voir entre autres cour d'appel de Liège, 29 janvier 2015, Fanny D. vs SA Willems.

<sup>38</sup> Art. VI.91 CDE.

Le délai dans lequel le consommateur peut s'opposer à la prolongation s'élève à maximum 1 mois avant la fin du contrat. Vous ne pouvez donc pas exiger que le consommateur notifie son opposition plus d'un mois avant la fin du contrat mais vous pouvez prévoir un délai plus court.

Après prolongation ou renouvellement, le délai de préavis est au maximum d'un mois pour les contrats avec une durée déterminée initiale inférieure ou égale à 3 mois<sup>39</sup>, et au maximum de 2 mois pour les contrats avec une durée déterminée initiale supérieure à 3 mois

Si le contrat est à durée **indéterminée**, mentionnez alors clairement le délai de préavis, qui peut s'élever à maximum 2 mois.

La résiliation effectuée dans le respect du délai de préavis est gratuite.

## 7.11. Condition suspensive ou résolutoire

Incluez une clause stipulant que le commettant ne vous est redevable d'aucun montant<sup>40</sup> si la vente/l'achat ou la location n'a pas lieu en raison de la (non-)réalisation d'une condition.

Exemple : vous présentez un candidat acheteur qui fait une offre sous la condition suspensive de l'obtention d'un financement ou d'un crédit. Si la vente n'aboutit pas parce que le candidat acheteur n'a pas pu conclure de crédit, le consommateur ne vous doit pas d'honoraires ni de commission.

## 7.12. Réalisation de la mission d'intermédiation

### 7.12.1. En cas d'offre valable

Vous pouvez inclure une clause stipulant que la mission a été remplie – et que vous avez donc droit à votre commission – lorsqu'un candidat a fait une offre valable, à condition que cette clause précise que l'offre doit être faite sur un support durable, qui donne au commettant une preuve certaine de cette offre.

### 7.12.2. Si le commettant conclut lui-même un contrat

#### Pendant le contrat d'intermédiation

Vous pouvez inclure une clause stipulant que la mission est remplie – et que vous avez donc droit à votre commission – si, pendant la durée du contrat d'intermédiation, le commettant conclut lui-même un contrat avec un candidat auquel vous avez fourni des informations (candidat que vous apporté vous-même). Mentionnez que c'est à vous qu'il revient de démontrer que vous avez fourni des informations précises et individuelles à ce candidat.

Par informations « précises », on entend des informations supplémentaires par rapport aux informations générales qui figurent sur le site web, dans les prospectus ou dans les annonces. Par informations « individuelles », on entend des informations données à une personne spécifique. Vous devez donc au moins être en mesure de démontrer que vous avez eu un contact individuel avec le candidat, au cours duquel il a demandé des informations supplémentaires par rapport à ce qui figurait dans les informations générales. Vous devez pouvoir démontrer que le candidat avait un intérêt concret.

Cette appréciation est réalisée au cas par cas et c'est aux cours et tribunaux qu'il appartient de se prononcer à ce sujet.

<sup>39</sup> Art. 2, alinéa 2, 9° de l'AR du 28 septembre 2023. L'article VI.91, § 2 CDE prévoit qu'après la reconduction tacite, un délai de préavis de maximum 2 mois peut être imposé au consommateur ; l'article VI.91, § 3 CDE dispose que des règles particulières relatives à la reconduction tacite peuvent être fixées pour certains services ou catégories de services, ce qui n'est pas le cas ici.

<sup>40</sup> À l'exception des frais éventuellement exigibles pour les attestations, voir point 7.6 des présentes guidelines.

Si vous n'incluez pas une telle clause, vous n'avez pas droit à votre commission si le commettant conclut lui-même un contrat pendant la mission d'intermédiation<sup>41</sup>.

### Après la mission d'intermédiation

Vous pouvez inclure une clause stipulant que la mission a été remplie – et que vous avez donc droit à votre commission – si, dans les 6 mois suivant la fin du contrat d'intermédiation, le commettant conclut lui-même un contrat avec un candidat auquel vous avez fourni des informations (ou avec un tiers qui est dans une relation telle avec le candidat qu'il est raisonnable, suite à cette relation, d'admettre que ce tiers disposait de ces informations). Vous devez être en mesure de prouver que vous avez fourni des informations précises et individuelles. Indiquez dans le contrat que vous transmettez au commettant, dans les 7 jours ouvrables<sup>42</sup> suivant la fin du contrat d'intermédiation, la liste des personnes à qui vous avez donné une information précise et individuelle.

Si vous n'incluez pas une telle clause, vous n'avez pas droit à votre commission si le commettant conclut lui-même un contrat après l'échéance du contrat d'intermédiation.

## 7.13. Résiliation

Incluez une clause stipulant que le consommateur peut, unilatéralement et sans qu'un motif soit exigé, résilier le contrat d'intermédiation pour l'avenir.

Vous pouvez prévoir une indemnité de résiliation, mais elle ne peut excéder 50 % de votre tarif si la résiliation intervient dans les 3 premiers mois suivant la conclusion du contrat, et pas plus de 25 % de votre tarif si la résiliation intervient après ces trois mois<sup>43</sup>.

Dans la pratique, cette indemnité de résiliation n'aura de sens que si le consommateur résilie pendant un contrat à durée déterminée n'ayant pas encore été prolongé ni renouvelé puisqu'il y aura un délai de préavis de maximum 1 ou 2 mois dans tous les autres cas (voir point 7.10).

## 8. Quel est le montant maximal que je peux recevoir en espèces pour mes services ?

La règle générale est que le paiement en espèces ne peut excéder 3.000 euros. Cette règle s'applique aussi bien aux transactions entre entreprises (B2B) qu'à celles entre entreprises et consommateurs (B2C)<sup>44</sup>.

Cette limite de 3.000 euros s'applique même si le consommateur vous paie en plusieurs fois. De même, si plusieurs achats sont rapprochés dans le temps entre un fournisseur et votre entreprise, la limite des 3.000 euros s'applique pour l'ensemble des dettes liées.

**Attention :** il s'agit ici du paiement pour vos **services**, donc dans le cadre du contrat d'intermédiation. Une interdiction totale des paiements en espèces s'applique lors de l'achat d'un bien immobilier.

Vous trouverez plus d'informations dans la [brochure du SPF Economie sur les limitations aux paiements et dons en espèces](#).

<sup>41</sup> Si vous avez bénéficié de l'exclusivité, vous pouvez toutefois avoir droit à une indemnité, comme mentionné au point 7.9.

<sup>42</sup> Il est également permis d'indiquer « 7 jours » plutôt que « 7 jours ouvrables » car cela est plus favorable au consommateur.

<sup>43</sup> Si, dans les 6 mois suivant la résiliation du contrat, le commettant vend ou loue lui-même le bien à un candidat que vous avez trouvé, et que vous avez prévu une clause à cet effet et fourni les pièces nécessaires à temps (voir point 7.12), vous aurez droit à votre tarif complet au lieu de l'indemnité de résiliation.

<sup>44</sup> Art. 67 et 137 de la loi du 18 septembre 2017 relative à la prévention du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme et à la limitation de l'utilisation des espèces.

## 9. Et si un consommateur porte plainte ?

En tant qu'entreprise, vous avez l'obligation de répondre aux questions et plaintes des consommateurs dans les plus brefs délais et de faire preuve de diligence pour trouver une solution satisfaisante pour les parties<sup>45</sup>. Le délai n'est pas légalement fixé mais :

- confirmez très rapidement (immédiatement ou dans les 48h) au client que sa question ou plainte a été bien réceptionnée et sera examinée dans les plus brefs délais. Il est conseillé d'indiquer dans cet accusé de réception quelle est la personne ou l'adresse de contact ;
- traitez la question ou plainte dans un délai raisonnable. Le caractère raisonnable tient notamment compte des conséquences que le consommateur pourrait subir aussi longtemps que sa plainte ne sera pas résolue.

Sur demande de l'autorité de contrôle, vous devez pouvoir prouver concrètement/matériellement (par ex. : traitement papier, électronique...) que vous traitez rapidement et le plus efficacement possible les questions et plaintes que vous recevez<sup>46</sup>. Vous n'avez pas l'obligation de régler les plaintes reçues mais devez faire des efforts pour parvenir, avec le consommateur, à une solution satisfaisante (formuler une ou plusieurs propositions, répondre aux questions, communiquer des informations utiles...).

## 10. Lorsqu'un litige avec un consommateur ne trouve pas de solution à l'amiable, suis-je obligé d'accepter un règlement extrajudiciaire via une instance tierce ?

Si vous ne parvenez pas à résoudre le litige à l'amiable, le consommateur peut avoir recours à une entité de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. Vous n'êtes pas tenu par la loi d'accepter l'intervention de cette instance tierce, sauf si vous vous y êtes engagé au préalable. Ce sera le cas si vous prévoyez, par ex. dans vos conditions générales, que vous vous engagez à régler vos litiges via une instance de ce type.

Si c'est le cas, informez-en le consommateur de manière claire et facilement accessible et mentionnez les coordonnées de cette entité dans les conditions de vente et – si vous en avez un – sur votre site internet (à un endroit approprié, tel que la rubrique « Contact » ou « Service clientèle », s'il y en a un)<sup>47</sup>. Indiquez notamment comment le consommateur peut obtenir des informations détaillées sur les caractéristiques et les conditions d'application de ce règlement extrajudiciaire des litiges de consommation, et mentionnez les coordonnées (adresse physique, adresse de courrier électronique et numéro de téléphone) et l'adresse du site web de cette entité.

Si vous vous êtes engagé à accepter l'intervention d'une entité de règlement extrajudiciaire des litiges, fournissez dès lors les informations susmentionnées au consommateur, de votre propre initiative, à chaque fois que vous ne parvenez pas à régler un différend dans un délai raisonnable<sup>48</sup>. Indiquez au consommateur si l'entité concernée est « qualifiée<sup>49</sup> » ou non. Si elle ne l'est pas,

---

<sup>45</sup> Art. XVI.3 CDE.

<sup>46</sup> Art. XVI.2 à XVI.4 CDE.

<sup>47</sup> Art. XVI.4, §§ 1<sup>er</sup>-2 CDE.

<sup>48</sup> Art. XVI.4, § 3 CDE.

<sup>49</sup> Les entités de règlement extrajudiciaire des litiges peuvent être « qualifiées », ce qui signifie qu'elles ont été reconnues par le SPF Economie, après introduction d'une demande, comme respectant divers critères de qualité. Le recours à une entité qualifiée garantit plusieurs avantages : la compétence de la personne ou de l'entité en question, la transparence de sa procédure, son accessibilité tarifaire ainsi que le respect de la neutralité, de la confidentialité du processus et des droits des parties. Vous pouvez trouver la liste des entités qualifiées sur le [site du SPF Economie](#).



communiquiez les coordonnées du Service de médiation pour le consommateur, de sorte que le consommateur ait, s'il le souhaite, la possibilité de s'adresser à une entité dite « qualifiée ».

Service de médiation pour le consommateur  
 North Gate II  
 Boulevard du Roi Albert II 8 bte 1  
 1000 Bruxelles  
 Tél. : 02 702 52 20  
 Fax : 02 808 71 29  
 E-mail : [contact@mediationconsommateur.be](mailto:contact@mediationconsommateur.be)

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter les [guidelines du SPF Economie sur le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation](#).

## 11. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ?

Les infractions sont sanctionnées au pénal par une amende<sup>50</sup>.

L'Inspection économique peut procéder à des enquêtes à la suite d'un signalement reçu via [ConsumerConnect](#) (plateforme destinée aux consommateurs) ou via le [Point de contact](#) (plateforme destinée aux entreprises). Elle peut également mener des enquêtes de sa propre initiative ou dans le cadre d'une enquête générale de grande envergure dans le secteur. Les enquêtes ont aussi lieu à la demande du ministre ou du parquet.

Quand une infraction est constatée, l'Inspection économique dispose principalement des possibilités suivantes :

- donner un avertissement avec mise en demeure de régulariser la situation ;
- communiquer ses constatations au procureur du Roi ;
- recourir à une transaction (proposition d'une somme dont le paiement volontaire éteint l'action publique si l'infraction a cessé) ;
- infliger une amende administrative.

Le Code de droit économique prévoit également des sanctions civiles. Si par ex. un contrat a été conclu à la suite d'une pratique commerciale déloyale, le juge peut ordonner à l'entreprise de rembourser le consommateur, même si le service a déjà été presté<sup>51</sup>.

<sup>50</sup> La plupart des dispositions pertinentes relatives aux sanctions se trouvent aux art. XV.70 et suiv. du CDE.

<sup>51</sup> Art. VI.38 CDE.