

Guidelines

Obligations générales d'information
des professions libérales et intellectuelles

Table des matières

Introduction	3
1. Quelques obligations générales d'information.....	4
1.1. Mon identité.....	4
1.2. Une description claire du ou des services que j'offre	4
1.3. Informations sur les prix que je facture	4
1.4. Informations sur les autorisations dont j'ai besoin pour mon activité.....	5
1.5. Informations sur l'assurance responsabilité professionnelle.....	5
1.6. Informations sur l'ordre professionnel.....	5
1.7. Informations sur les règles professionnelles et les codes de conduite	5
1.8. De quelle manière puis-je communiquer les différentes données ?.....	6
2. Obligations d'information concernant le traitement des réclamations.....	6
3. Obligations d'information dans le cadre des contrats à distance.....	6
4. Obligations d'information dans le cadre de contrats hors établissement.....	7
5. Obligations d'information concernant les sites web et pages sur les réseaux sociaux.....	7
6. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ?.....	8

Introduction

Le livre XIV du Code de droit économique (CDE), intitulé « Pratiques du marché et protection du consommateur relatives aux personnes exerçant une profession libérale », a été abrogé par la loi du 15 avril 2018 portant réforme du droit des entreprises. Les activités des professions libérales sont désormais soumises aux obligations du [livre VI](#), « Pratiques du marché et protection du consommateur ». Les présentes guidelines rassemblent quelques obligations d'information précontractuelle importantes tirées entre autres du livre VI afin de donner aux titulaires de professions libérales ou intellectuelles un aperçu global des données à communiquer en fonction du contexte dans lequel a lieu l'activité.

Qui est titulaire d'une profession libérale ? La réponse se trouve dans le livre I, article I.1, 14° du Code de droit économique, qui définit les titulaires d'une profession libérale comme suit :

toute entreprise dont l'activité consiste principalement à effectuer de manière indépendante et sous sa propre responsabilité, des prestations intellectuelles pour lesquelles une formation préalable et permanente est nécessaire et qui est soumise à une déontologie dont le respect peut être imposé par une institution disciplinaire désignée par la loi ou en vertu de celle-ci.

C'est donc la nature intellectuelle des services fournis qui est essentielle. Les professions libérales sont des entreprises.

C'est également le cas pour les professions intellectuelles. Le terme « entreprise » est en effet défini de manière très large et couvre les personnes et organisations qui fournissent des biens et services sur le marché. Les obligations d'information reprises dans ces guidelines valent pour toutes les entreprises. Ainsi, les titulaires de profession libérale ou intellectuelle doivent également fournir à leurs clients certaines informations avant la conclusion d'un contrat ou l'exécution d'une prestation. Le consommateur doit pouvoir accéder aisément à ces informations.

Outre les obligations d'information mentionnées dans l'article 2 du [livre VI](#), « Pratiques du marché et protection du consommateur »¹, d'autres obligations découlent des articles 74-78 du [livre III](#), « Liberté d'établissement, de prestation de service et obligations générales des entreprises » et de l'article 6 du [livre XII](#), « Droit de l'économie électronique ».

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 Ces obligations d'information ne concernent pas les conventions établies par un notaire ou un huissier de justice en leur qualité d'officier public ou par des avocats qui fournissent une aide juridique de première ou seconde ligne aux clients (la prestation de service dite « pro deo » des avocats).

1. Quelques obligations générales d'information

1.1. Mon identité

- Nom ;
- N° d'entreprise ;
- Forme juridique (SA, SRL, entreprise individuelle, etc.) ;
- Adresse d'établissement, siège social ;
- N° de téléphone et éventuellement une adresse de courrier électronique permettant une communication rapide.

1.2. Une description claire du ou des services que j'offre

- Les principales caractéristiques de l'activité ou des activités.
- Des informations sur les activités multidisciplinaires, les partenariats et les mesures prises pour éviter les conflits d'intérêts.
- Les conditions générales et les clauses générales dans le cas où vous en utilisez, à savoir les modalités de paiement et de livraison, l'exécution, la durée, *la législation applicable ou la juridiction compétente*, ainsi que les langues dans lesquelles elles peuvent être consultées. À la demande du client, les informations sur les anciennes versions des conditions contractuelles applicables au moment de la signature du contrat, y compris la date de début et de fin.
- Si, en plus de vos services, vous offrez également des biens, vous devez informer le consommateur sur la garantie légale de deux ans ainsi que sur l'existence éventuelle et les conditions des garanties commerciales.

Quelle est la différence entre la garantie légale et la garantie commerciale ? Comme son nom l'indique, la garantie légale est fixée par la loi et ne peut être limitée. Elle dure deux ans. La garantie commerciale est une couverture complémentaire qui peut être proposée, gratuitement ou contre paiement. En guise d'exemple, on peut citer l'extension de la garantie à cinq ans, dont trois sont alors une garantie commerciale.

1.3. Informations sur les prix que je facture

- **Pour les services dont le prix peut être calculé à l'avance** : le prix total incluant toutes les taxes et tous les services à payer obligatoirement en supplément. Le prix doit être indiqué par écrit de manière lisible, apparente et non équivoque.

Autrement dit, il s'agit de certains « services standard » pour lesquels un prix fixe peut être établi. Le puçage et l'enregistrement des chats par un vétérinaire peuvent ainsi constituer un exemple de service standard de ce type.

- **S'il est impossible de déterminer le prix à l'avance** : les paramètres utilisés pour calculer le prix (par ex. coût par unité de temps) et tous les frais supplémentaires, tels que les frais de livraison, qui doivent être payés. Si ces frais ne peuvent pas davantage être raisonnablement calculés à l'avance, il faut à tout le moins indiquer que des frais supplémentaires pourront éventuellement être facturés.

Un projet de maison réalisé par un architecte est un exemple de service sur mesure pour lequel différentes méthodes de calcul existent afin de parvenir à la rémunération finale : pourcentage de la valeur des travaux, tarif horaire, montant fixe par mètre carré ou montant fixe peu importe le coût de la construction.

- **Dans le cas des acomptes** : quand la phase contractuelle a été atteinte et qu'un acompte doit être payé pour un service qui sera exécuté (partiellement) dans le futur, il est obligatoire de remettre un document (bon de commande) mentionnant les éléments principaux du contrat, pour autant que le prestataire puisse raisonnablement les déterminer à l'avance. Le montant restant à payer ne sera par exemple pas toujours (entièrement) connu au moment du paiement de l'acompte. Il reste important d'informer le consommateur de façon aussi complète que possible. Une méthode de calcul du prix (tarif horaire, par m²...) devrait alors être donnée en remplacement de cet élément.

Les éléments principaux du contrat sont :

- le nom, l'adresse ainsi que le n° d'entreprise ;
- la date et le n° d'ordre du bon ;
- une description du service ;
- le prix unitaire, la quantité (nombre d'heures, de m², etc.) et le prix total (TVA comprise) ;
- le montant de l'acompte payé (TVA comprise) ;
- le montant restant à payer (TVA comprise) ;
- la date ou le délai de livraison ;
- la signature de l'entreprise.

1.4. Informations sur les autorisations dont j'ai besoin pour mon activité

Dans le cas où les services offerts sont soumis à une obligation d'autorisation ou de déclaration, vous devrez mentionner les coordonnées de l'autorité compétente ou du guichet d'entreprises.

Quelques exemples :

- Coordonnées de l'Agence fédérale de Contrôle nucléaire lorsqu'une autorisation est nécessaire pour l'utilisation d'équipements radioscopiques à des fins de diagnostic, par exemple par un vétérinaire ;
- Obtention d'un agrément délivré par les communautés et d'un visa spécifique par le SPF Santé publique pour pouvoir travailler dans une profession des soins de santé (médecins, dentistes, pharmaciens...).

1.5. Informations sur l'assurance responsabilité professionnelle

Lorsque vous devez souscrire une assurance pour votre activité, vous mentionnez la couverture géographique de celle-ci ainsi que les coordonnées de l'assureur. Si vous n'avez conclu aucune assurance parce que cela n'est pas obligatoire, le consommateur doit aussi en être informé.

1.6. Informations sur l'ordre professionnel

Dans le cas d'une profession réglementée relevant d'une organisation professionnelle telle qu'un Ordre :

- vous devez signaler que vous êtes inscrits auprès de cette organisation si une inscription est obligatoire ;
- le titre professionnel correct doit être utilisé ;
- il faut mentionner l'Etat membre dans lequel il a été octroyé ;
- à la demande du consommateur, il doit y avoir une référence aux règles professionnelles applicables et à la façon de les obtenir.

1.7. Informations sur les règles professionnelles et les codes de conduite

À la demande du consommateur, il faut donner des informations sur les règles professionnelles et les codes de conduite auxquels vous êtes soumis ainsi que l'adresse à laquelle ils peuvent être consultés, en précisant les versions linguistiques disponibles. Si vous disposez toutefois d'un site web, il faudra placer sur ce dernier une référence aux règles professionnelles et/ou codes de conduite applicables ainsi qu'aux moyens d'y avoir accès. Un lien direct peut ainsi être prévu vers les règles et codes s'ils figurent sur le site web de l'ordre professionnel.

1.8. De quelle manière puis-je communiquer les différentes données ?

Il est important de mentionner que toutes les données énumérées doivent être communiquées de façon claire et non équivoque au consommateur. Si, pour les contrats avec des non-consommateurs, il suffit de mettre ces informations minimales spontanément à disposition, il faut, lorsqu'il s'agit de consommateurs, prendre l'initiative de communiquer les informations à fournir obligatoirement (hormis les exceptions spécifiquement mentionnées) sans que le consommateur ait à faire quoi que ce soit pour les recevoir (obligation d'information active).

Pour satisfaire à l'obligation d'information, différents canaux de communication peuvent être employés :

- via internet : les données peuvent être reprises sur le site web ;
- via un document papier : les données peuvent être reprises dans un document qui est remis au consommateur ou rendu accessible sur le lieu d'exercice de l'activité (par ex. un document dans la salle d'attente, une affiche) ;
- en reprenant les données dans chaque document d'information fourni par vous décrivant en détail vos activités (par ex. brochure informative) ;
- les informations peuvent également être communiquées individuellement au consommateur.

2. Obligations d'information concernant le traitement des réclamations

Le [livre XVI](#) du Code de droit économique, intitulé « Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation », a été rédigé afin d'encourager le règlement extrajudiciaire des litiges de consommation. L'objectif du livre XVI est en effet de promouvoir le règlement de litiges entre consommateurs et entreprises (y compris les titulaires de professions libérales et intellectuelles) en dehors des cours et tribunaux, soit directement entre l'entreprise et le consommateur, soit par l'intervention d'une entité qualifiée pour le règlement extrajudiciaire de litiges de consommation (services de médiation, commissions de conciliation ou d'arbitrage...). Pour les litiges de consommation, cette solution est généralement moins onéreuse et plus rapide qu'une procédure judiciaire.

Si vous disposez d'un service de plainte interne, vous êtes obligés de fournir les n° de téléphone et de fax ainsi que l'adresse de courrier électronique de ce service. Il faut réagir rapidement aux réclamations reçues et celles-ci doivent être traitées sérieusement afin de tenter de trouver une solution satisfaisante. Pour souligner l'importance du règlement extrajudiciaire des litiges, l'Inspection économique a rédigé des [guidelines](#) reprenant 13 questions et réponses à ce sujet.

3. Obligations d'information dans le cadre des contrats à distance

Si vous mettez en place un système permettant au consommateur de conclure un contrat à distance (via internet, par téléphone, etc.), par ex. la boutique en ligne d'une pharmacie, des règles supplémentaires s'appliquent.

Lorsqu'un consommateur prend l'initiative d'entrer en contact avec vous, par exemple par téléphone, sans que vous ayez mis en place un système pour ce faire, et qu'un contrat est conclu, il n'est alors pas question de vente à distance et ces règles supplémentaires ne sont pas d'application.

Si la vente à distance a lieu de façon plus systématique, il faudra alors notamment communiquer l'existence du droit de rétractation, qui permet au consommateur de renoncer à l'achat dans les 14 jours. Cela ne veut pas dire que le service ne peut commencer qu'à l'issue de ce délai de réflexion : la prestation de service peut commencer avant à condition que le consommateur le demande expressément et qu'il reconnaisse qu'il perdra son droit de rétractation une fois le contrat

pleinement exécuté. Si le consommateur se rétracte durant l'exécution de la prestation, il devra payer les services déjà prestés au prorata. Il ne devra toutefois pas payer si vous ne l'avez pas informé correctement au sujet du droit de rétractation ou si le service a commencé pendant le délai de rétractation sans que le consommateur ne l'ait expressément demandé.

Pour les contrats à distance conclus par voie électronique, vous devez rappeler au consommateur les points essentiels du contrat d'une manière claire et apparente, directement avant qu'il ne passe sa commande, et lui signaler qu'il s'agit d'une « *commande avec obligation de paiement* » avant que la commande ne devienne définitive via l'activation d'un bouton ou d'une fonction similaire.

S'il est possible de passer des commandes via un site web, vous devez alors également fournir les informations supplémentaires suivantes :

- les langues proposées pour la conclusion du contrat ;
- les différentes étapes techniques à suivre pour conclure le contrat ;
- les moyens techniques pour identifier et corriger des erreurs commises dans la saisie des données avant que la commande ne soit passée ; et
- si le contrat sera archivé et accessible.

Autre point important, les dispositions contractuelles et conditions générales doivent être mises à la disposition du client d'une manière lui permettant de les conserver et de les reproduire. Lorsqu'une commande est passée par voie électronique, vous devez en confirmer la réception sans délai avec un récapitulatif de son contenu.

Pour plus d'informations sur les obligations (d'information) supplémentaires en cas de vente à distance, nous vous prions de consulter la page [Ventes à distance : information du consommateur](#) du site web du SPF Economie.

4. Obligations d'information dans le cadre de contrats hors établissement

Lorsqu'un contrat est conclu en dehors de votre établissement (habitation du consommateur, espace public, galerie...), des obligations d'information similaires à celles mentionnées ci-dessus pour les contrats conclus à distance (à l'exception évidemment du bouton de commande et des informations supplémentaires relatives aux sites web) s'appliquent.

Pour les contrats conclus hors établissement, vous devez fournir ces informations au consommateur sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable. Cela doit toujours avoir lieu en temps utile, à savoir avant que le consommateur ne soit lié par un contrat, et sous une forme claire et compréhensible. Vous devez alors également fournir au consommateur une copie du contrat signé ou la confirmation du contrat sur papier ou, moyennant accord du consommateur, sur un autre support durable.

Pour plus d'informations sur vos obligations dans le cadre de contrats conclus hors établissement, nous vous prions de consulter la page [Ventes hors établissement](#) du site web du SPF Economie.

5. Obligations d'information concernant les sites web et pages sur les réseaux sociaux

Si vous utilisez un site web et/ou une page sur un réseau social, celui-ci doit mentionner certaines informations :

- le nom ou la dénomination sociale ;
- l'adresse géographique à laquelle vous êtes établis ;
- des coordonnées, y compris une adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement ;
- le n° d'entreprise ;

- dans le cas où l'activité est soumise à un régime d'autorisation, les coordonnées de l'autorité de surveillance compétente ;
- en ce qui concerne les professions réglementées :
 - l'association professionnelle ou l'organisation professionnelle auprès de laquelle vous êtes inscrits,
 - le titre professionnel et l'état dans lequel il a été octroyé,
 - une référence aux règles professionnelles applicables et aux moyens d'y avoir accès ;
- les codes de conduite auxquels vous êtes éventuellement soumis ainsi que les informations relatives à la façon dont ces codes peuvent être consultés par voie électronique ;
- si le site web fait référence à des prix, ceux-ci doivent être indiqués de manière claire et non équivoque et préciser si les taxes et frais de livraison sont inclus.

Un accès facile, direct et permanent à ces données doit être assuré sur votre site web et sur vos pages figurant sur des réseaux sociaux. S'il est possible de passer des commandes via le site web, nous nous référons aux obligations mentionnées au point 3 du présent document.

6. Quelles sont les sanctions en cas d'infraction ?

Les infractions sont sanctionnées pénalement par une amende pouvant aller jusqu'à 80 000 euros (ou jusqu'à 4% du chiffre d'affaires annuel, le montant le plus élevé étant retenu), et même jusqu'à 400 000 euros en cas de mauvaise foi (ou jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé)².

L'Inspection économique peut procéder à des enquêtes à la suite d'un signalement reçu via le [Point de contact](#). Elle peut également réaliser des enquêtes de sa propre initiative ou dans le cadre d'une enquête générale de grande envergure dans le secteur. Des enquêtes peuvent également avoir lieu à la demande du ministre ou du parquet.

Suite à la constatation d'une infraction, l'Inspection économique dispose principalement des possibilités suivantes :

- adresser un avertissement mettant en demeure de régulariser la situation ;
- transmettre ses constatations au procureur du Roi ;
- recourir à une transaction (proposition d'une somme dont le paiement volontaire et la cessation de l'infraction éteignent l'action publique) ;
- imposer une amende administrative³.

² Les dispositions relatives aux sanctions figurent dans les articles XV.70, XV.77, XV.83, XV.85, XV.85/1, XV.119, XV.121 et XV.125 CDE.

Chiffre d'affaires annuel : le chiffre d'affaires total du dernier exercice clôturé précédant l'imposition de l'amende au sujet duquel des données permettant d'établir le chiffre d'affaires annuel sont disponibles.

Sanction de niveau 2 : amende pénale allant de 26 à 10 000 euros, ce qui revient, avec les décimes additionnels, à une amende pénale de 208 à 80 000 euros (ou jusqu'à 4% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé).

Sanction de niveau 3 : amende pénale allant de 26 à 25 000 euros, ce qui revient, avec les décimes additionnels, à une amende pénale de 208 à 200 000 euros (ou jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé).

Sanction de niveau 4 : amende pénale allant de 26 à 50 000 euros, ce qui revient, avec les décimes additionnels, à une amende pénale de 208 à 400 000 euros (ou jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel, si cela représente un montant plus élevé).

³ Les montants minimaux et maximaux de l'amende administrative correspondent aux montants minimaux et maximaux respectifs de l'amende pénale sanctionnant le même fait. Les décimes additionnels sont également applicables à ces amendes administratives (article XV.60/20 CDE).